

2025-2030年中国互联网电视机行业市场前瞻与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

- 第1章：互联网电视机行业概念界定及发展环境剖析
 - 1.1 互联网电视机行业的概念界定及统计说明
 - 1.1.1 互联网电视的界定
 - 1.1.2 本报告行业研究范围的界定说明
 - 1.1.3 本行业关联国民经济行业分类
 - 1.1.4 本报告的数据来源及统计标准说明
 - 1.2 互联网电视机行业政策环境
 - 1.2.1 行业监管体系及机构介绍
 - 1.2.2 行业标准体系建设现状
 - 1.2.3 行业发展相关政策规划汇总及解读
 - 1.2.4 政策环境对行业发展的影响分析
 - 1.3 互联网电视机行业经济环境
 - 1.3.1 宏观经济发展现状
 - 1.3.2 宏观经济发展展望
 - 1.3.3 行业发展与宏观经济相关性分析
 - 1.4 互联网电视机行业社会环境
 - 1.4.1 居民消费能力及消费意愿提升
 - 1.4.2 居民消费升级
 - 1.4.3 网络视频用户持续增长
 - 1.4.4 进入智能家居时代
 - 1.4.5 社会环境对行业发展的影响分析
 - 1.5 互联网电视机行业技术环境
 - 1.5.1 互联网电视技术架构及标准要求
 - 1.5.2 互联网电视机核心关键技术
 - 1.5.3 互联网电视机行业相关技术专利
 - 1.5.4 互联网电视机行业技术研发创新发展趋势
 - 1.5.5 技术环境对行业发展带来的深刻影响分析
- 第2章：全球互联网电视机行业发展趋势及前景预测
 - 2.1 全球互联网电视机行业发展现状及市场规模测算
 - 2.1.1 全球互联网电视机行业发展历程
 - 2.1.2 全球互联网电视机行业技术环境
 - 2.1.3 全球智能家居普及率情况
 - 2.1.4 全球电视行业出货量及供需情况
 - 2.1.5 全球互联网电视机规模预测
 - 2.2 全球互联网电视机行业区域发展格局及重点区域市场研究
 - 2.2.1 全球互联网电视机行业区域发展格局
 - 2.2.2 重点区域互联网电视机行业发展分析
 - 2.3 全球互联网电视机行业企业竞争格局及代表性企业案例分析
 - 2.3.1 全球互联网电视机行业的市场竞争格局
 - 2.3.2 全球互联网电视机行业代表性企业布局案例
 - 2.3.3 全球互联网电视机行业企业兼并重组动态
 - 2.4 全球互联网电视机行业发展趋势及市场前景预测
 - 2.4.1 全球互联网电视机行业发展趋势
 - 2.4.2 全球互联网电视机行业市场前景预测
- 第3章：中国互联网电视机行业的发展与市场痛点分析
 - 3.1 中国互联网电视机行业发展历程及市场特征
 - 3.1.1 中国互联网电视机行业发展历程
 - 3.1.2 中国互联网电视机市场发展特征
 - 3.2 中国电视机保有量及网络接入情况
 - 3.2.1 中国家庭规模
 - 3.2.2 中国宽带普及率及Ipv6改造升级现状

- 3.2.3 中国互联网络接入设备使用情况
- 3.2.4 中国电视渗透率及联网电视机家庭渗透率
- 3.3 中国互联网电视机行业发展状况分析**
 - 3.3.1 中国互联网电视机行业参与者类型及规模
 - 3.3.2 中国互联网电视机行业发展状况
- 3.4 中国互联网电视机行业用户规模及用户行为特征**
 - 3.4.1 中国互联网电视机行业用户规模
 - 3.4.2 中国互联网电视机行业用户行为特征
- 3.5 中国互联网电视机行业市场发展痛点分析**
- 第4章：中国互联网电视机行业竞争状态及市场格局分析**
 - 4.1 互联网电视机行业波特五力模型分析**
 - 4.1.1 行业现有竞争者分析
 - 4.1.2 行业潜在进入者威胁
 - 4.1.3 行业替代品威胁分析
 - 4.1.4 行业供应商议价能力分析
 - 4.1.5 行业购买者议价能力分析
 - 4.1.6 行业竞争情况总结
 - 4.2 互联网电视机行业投融资、兼并与重组分析**
 - 4.2.1 行业投融资发展状况
 - 4.2.2 行业兼并与重组状况
 - 4.3 中国互联网电视机行业细分市场格局**
 - 4.4 中国互联网电视机行业市场格局及集中度分析**
 - 4.4.1 中国互联网电视机行业市场竞争格局
 - 4.4.2 中国互联网电视机行业市场集中度分析
 - 4.5 中国互联网电视机行业区域发展格局**
 - 4.5.1 中国互联网电视机行业区域发展格局
 - 4.5.2 区域互联网电视机行业需求潜力分析
- 第5章：中国互联网电视机产业链梳理及全景深度解析**
 - 5.1 互联网电视机行业产业链梳理**
 - 5.1.1 互联网电视机行业产业链梳理
 - 5.1.2 互联网电视机设备生产成本结构分析
 - 5.2 中国互联网电视机行业核心元器件供应市场**
 - 5.2.1 芯片
 - 5.2.2 面板
 - 5.3 中国互联网电视行业操作系统市场分析**
 - 5.3.1 互联网电视机操作系统发展情况
 - 5.3.2 互联网电视机操作系统发展趋势
 - 5.4 中国互联网电视机行业细分产品市场分析**
 - 5.4.1 互联网机顶盒
 - 5.4.2 智能电视
 - 5.4.3 智能投影/无屏电视
 - 5.5 中国互联网电视机行业销售渠道发展现状**
 - 5.5.1 行业销售渠道发展现状
 - 5.5.2 行业销售渠道发展趋势
 - 5.6 中国互联网电视机行业售后及维修服务市场**
 - 5.6.1 行业售后及维修服务市场发展现状
 - 5.6.2 行业售后及维修服务市场发展趋势
 - 5.7 中国互联网电视机行业回收及二手市场**
 - 5.7.1 行业回收及二手市场发展现状
 - 5.7.2 行业回收及二手市场发展趋势
- 第6章：互联网电视机行业代表性企业发展布局案例研究**
 - 6.1 中国互联网电视行业代表性企业发展布局对比**
 - 6.2 中国互联网电视机行业代表性企业发展布局案例**
 - 6.2.1 华为技术有限公司
 - 6.2.2 小米科技有限责任公司
 - 6.2.3 创维集团有限公司
 - 6.2.4 海信家电集团股份有限公司
 - 6.2.5 海尔智家股份有限公司
 - 6.2.6 TCL科技集团股份有限公司

- 6.2.7 康佳集团股份有限公司
- 6.2.8 四川长虹电器股份有限公司
- 第7章：中国互联网电视机行业市场前瞻及投资策略建议**
 - 7.1 中国互联网电视机行业市场前瞻**
 - 7.1.1 互联网电视机行业发展潜力评估
 - 7.1.2 互联网电视机行业市场前景/容量预测
 - 7.1.3 互联网电视机行业建设发展趋势预判
 - 7.2 中国互联网电视机行业投资特性**
 - 7.2.1 行业进入与退出壁垒
 - 7.2.2 行业投资风险预警
 - 7.3 中国互联网电视机行业投资价值与投资机会**
 - 7.3.1 行业投资价值评估
 - 7.3.2 行业投资机会分析
 - 7.4 中国互联网电视机行业投资策略与可持续发展建议**
 - 7.4.1 行业投资策略与建议
 - 7.4.2 行业可持续发展建议

图表目录

- 图表1：中国电视收视形态
- 图表2：中国电视三大收视形态对比分析
- 图表3：行业关联国民经济行业分类
- 图表4：行业关联数字经济行业分类
- 图表5：报告的研究方法及数据来源说明
- 图表6：互联网电视机行业监管体系及机构
- 图表7：截至2024年中国互联网电视机行业标准汇总
- 图表8：截至2024年互联网电视机行业发展政策汇总
- 图表9：《超高清视频产业发展行动计划（2020-2024年）》发展目标与重点任务
- 图表10：2012-2024年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）
- 图表11：2016-2024年全国固定资产投资（不含农户）变化情况（单位：万亿元，%）
- 图表12：2024年主要经济指标预测（单位：%）
- 图表13：2024年各机构对中国GDP增速预测（单位：%）
- 图表14：2016-2024年中国居民家庭人均可支配收入情况（单位：元）
- 图表15：2016-2024年中国居民人均消费支出额（单位：万元）
- 图表16：全国居民消费升级发展分析
- 图表17：2020-2024年中国网络视频（含短视频）用户规模及使用率（单位：万人，%）
- 图表18：中国互联网电视架构示意图
- 图表19：编解码技术在超高清视频内容的工作流程
- 图表20：超高清的六个维度
- 图表21：声纹识别流程图
- 图表22：2015-2024年互联网电视专利申请情况（单位：项）
- 图表23：2015-2024年互联网电视专利公开情况（单位：项）
- 图表24：2024年关于互联网电视专利申请人Top10（单位：项）
- 图表25：截至2024年互联网电视相关专利分布领域TOP10（单位：项）
- 图表26：编解码领域对比分析
- 图表27：全球互联网电视机行业发展历程
- 图表28：全球宽带技术演变历程
- 图表29：2025-2030年全球智能家居普及率及预测（单位：%）
- 图表30：2018-2024年全球电视出货量（单位：百万台）
- 图表31：2020-2024年全球电视面板供需比例及预测（单位：%）
- 图表32：2025-2030年全球OTT机顶盒出货量（单位：万台）
- 图表33：2025-2030年全球智能电视市场规模（单位：百万台）
- 图表34：2024年全球智能电视渗透率（单位：%）
- 图表35：2024年全球家庭使用OTT机顶盒的比例（单位：%）
- 图表36：美国互联网电视机行业重点事件梳理
- 图表37：2020-2024年美国互联网电视的渗透率（单位：%）

- 图表38: 美国OTT机顶盒竞争格局
- 图表39: 韩国领先OTT机顶盒厂商一览
- 图表40: 全球领先OTT机顶盒厂商一览
- 图表41: 2019-2024年全球电视机竞争格局(出货量口径)(单位: %)
- 图表42: 2024年全球智能电视流媒体设备市场份额(按平台)(单位: %)
- 图表43: 三星电子发展历程
- 图表44: 2019-2024年三星电子总收入与净利润情况(单位: 万亿韩币)
- 图表45: 三星智能电视产品简析(单位: 英寸, 元)
- 图表46: 三星与中国互联网电视牌照方合作重点事件汇总
- 图表47: 2019-2024年索尼总收入与净利润情况(单位: 亿日元)
- 图表48: 索尼智能电视产品简析(单位: 英寸, 元)
- 图表49: 2019-2024年全球互联网电视机行业兼并与重组重点事件汇总
- 图表50: 2025-2030年全球OTT机顶盒出货量(单位: 万台)
- 图表51: 2025-2030年全球智能电视出货量预测(单位: %, 百万台)
- 图表52: 2018-2024年中国家庭规模(单位: 亿户)
- 图表53: 截至2024年中国家庭宽带规模(单位: 亿户, %)
- 图表54: 2020-2024年中国IPv6地址数量(单位: 块/32)
- 图表55: 2020-2024年中国互联网络接入设备使用情况(单位: %)
- 图表56: 中国互联网电视机行业参与者类型
- 图表57: 2020-2024年中国互联网电视机出货量情况(单位: 万台)
- 图表58: 2020-2024年中国互联网电视机激活总量(单位: 万台, %)
- 图表59: 2020-2024年中国互联网电视机OTT盒子端激活数量(单位: 万台, %)
- 图表60: 2020-2024年中国互联网电视机智能电视端激活数量(单位: 万台, %)
- 图表61: 2020-2024年中国OTT用户规模(单位: 亿户)
- 图表62: 2020-2024年中国OTT终端日均开机规模(单位: 万台)
- 图表63: 2024年中国OTT终端点播媒体TOP 10榜单(单位: 万台, %)
- 图表64: 中国互联网电视机行业市场发展痛点分析
- 图表65: 我国互联网电视机行业现有企业的竞争分析
- 图表66: 我国互联网电视机行业潜在进入者威胁分析
- 图表67: 我国互联网电视机行业对上游供应商的议价能力分析
- 图表68: 我国互联网电视机行业对下游客户议价能力分析
- 图表69: 中国互联网电视机行业五力竞争综合分析
- 图表70: 中国互联网电视机行业主要投资主体分析
- 图表71: 中国互联网电视机行业投融资方式
- 图表72: 2019-2024年中国互联网电视机行业重点投融资事件汇总(单位: 亿元, 亿美元)
- 图表73: 2019-2024年中国互联网电视机行业兼并与重组重点事件汇总
- 图表74: 互联网电视机行业并购重组驱动因素
- 图表75: 2024年消费者观看点播节目的设备偏好(单位: %)
- 图表76: 中国互联网电视机市场三大竞争主体阵营
- 图表77: 截至2024年中国互联网电视机市场企业TOP10按用户渗透率(单位: %)
- 图表78: 2024年中国互联网电视机市场集中度(单位: %)
- 图表79: 2020-2024年中国互联网电视机区域发展
- 图表80: 2018-2024年广东省居民人均可支配收入及增速(单位: 元, %)
- 图表81: 2019-2024年广东省常住人口数量及增速(单位: 万人, %)
- 图表82: 1986-2024年广东省家庭户规模(单位: 万户, 人)
- 图表83: 2019-2024年广东省彩电产量(单位: 万台, %)
- 图表84: 2020-2024年广东省有关互联网电视机重点政策汇总
- 图表85: 2018-2024年山东省居民人均可支配收入及增速(单位: 元, %)
- 图表86: 2019-2024年山东省常住人口数量及增速(单位: 万人, %)
- 图表87: 1986-2024年山东省家庭户规模(单位: 万户, 人)
- 图表88: 2019-2024年山东省彩电产量(单位: 万台)
- 图表89: 2020-2024年山东省有关互联网电视机重点政策汇总
- 图表90: 2019-2024年安徽省居民人均可支配收入与消费支出情况(单位: 元)
- 图表91: 2019-2024年四川省居民人均可支配收入与消费支出情况(单位: 元)
- 图表92: 互联网电视机行业产业链结构
- 图表93: 互联网电视机行业产业链生态图谱
- 图表94: 2024年海尔智家生产成本结构(单位: %)
- 图表95: 面板分类
- 图表96: 2025-2030年全球TV-LCD供需情况、Glut值及预测(单位: %)

图表97: 互联网电视机“大系统”模式
图表98: 中国主流智能电视终端系统一览
图表99: 2017-2024年中国OTT机顶盒出货量(单位:万台)
图表100: 2020-2024年中国智能电视出货量(单位:万台)
图表101: 2019-2024年中国智能投影销售量(单位:万台)
图表102: 中国智能投影市场领先厂商
图表103: 中国互联网电视行业代表性企业发展布局对比
图表104: 华为技术有限公司基本资料
图表105: 2020-2024年华为技术有限公司主要经济指标分析(单位:亿元)
图表106: 2024年华为技术有限公司主营业务分地区收入分布(按销售额)(单位:亿元,%)
图表107: 华为技术有限公司与广电系合作重点事件汇总
图表108: 华为技术有限公司互联网电视机产品类型(单位:英寸,元)
图表109: 华为技术有限公司全场景智慧化“1+8+N”战略图
图表110: 华为技术有限公司家庭场景智慧布局图
图表111: 华为技术有限公司发展互联网电视业务的优劣势分析
图表112: 小米科技有限责任公司发展历程
图表113: 小米科技有限责任公司基本信息表
图表114: 2019-2024年小米科技有限责任公司营业收入与净利润(单位:亿元)
图表115: 2024年小米科技有限责任公司整体业务架构(按营业收入)(单位:%)
图表116: 2024年小米科技有限责任公司销售网络布局(按营业收入)(单位:%)
图表117: 小米科技有限责任公司布局网络电视机情况
图表118: 小米科技有限责任公司部分电视产品
图表119: 小米科技有限责任公司互联网电视机产品类型(单位:英寸,元)
图表120: 小米科技有限责任公司AIoT生态圈
略.....完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容,请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: service@qianzhan.com

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!