

# 2020-2025年中国智能电视行业市场前景预测及投资方向研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国智能电视行业市场前景预测及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/video/619058.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

智能电视，是基于Internet应用技术，具备开放式操作系统与芯片，拥有开放式应用平台，可实现双向人机交互功能，集影音、娱乐、数据等多种功能于一体，以满足用户多样化和个性化需求的电视产品。其目的是带给用户更便捷的体验，目前已经成为电视的潮流趋势。

智能电视，是具有全开放式平台，搭载了操作系统，用户在欣赏普通电视内容的同时，可自行安装和卸载各类应用软件，持续对功能进行扩充和升级的新电视产品。智能电视能够不断给用户带来有别于使用有线数字电视接收机(机顶盒)的丰富的个性化体验。

根据奥维互娱和工信部相关数据显示，截止到2019年底，中国彩电保有量共计约5.9亿台，其中智能电视规模近半，渗透59%的中国家庭，可触达用户规模达6.3亿。智能电视保有量与传统电视差距逐年缩短。通过对比2018年底的数据发现，传统电视保有量下降，下降幅度为8.5%;而相反智能电视保有量则增长12.5%。从长期的发展趋势来看，智能电视赶超传统电视已成为大趋势。

2019年中国智能电视与传统电视保有量、家庭渗透率对比情况

2019年中国智能电视与传统电视家庭、用户规模统计情况

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 产业环境透视

第一章 智能电视的定义与发展水平

第一节 智能电视市场概况

一、智能电视的定义

二、全球智能电视的发展现状

三、全球智能电视价值链环境

四、全球智能电视的发展状况

第二节 中国智能电视市场概况

一、中国智能电视发展情况

二、中国智能电视商业模式和特点

三、中国智能电视实用性与优越性分析

四、发展智能电视用户的关键因素

第二章 我国智能电视行业发展现状

## 第一节 中国智能电视行业的发展概况

- 一、智能电视产业布局的演变分析
- 二、制约智能电视业生态链的因素
- 三、智能电视业的价值分析

## 第二节 2019年我国智能电视行业发展状况

- 一、行业发展回顾
- 二、行业发展情况分析
- 三、市场特点分析
- 四、市场发展分析

## 第三节 2019年中国智能电视行业供需分析

- 一、市场需求总量分析
- 二、市场需求结构分析
- 三、市场供需平衡分析

## 第二部分 市场深度分析

## 第三章 中国智能电视市场行业规模分析

### 第一节 2015-2019年市场规模

- 一、2015-2019年市场规模
- 二、2015-2019年市场容量

### 第二节 中国网民基本状况调查

- 一、用户年龄结构调查
- 二、用户性别比例调查
- 三、网民区域分布状况调查
- 四、网民学历水平分布状况
- 五、网民职业分布状况
- 六、网民收入状况调查

### 第三节 智能电视技术发展分析

- 一、智能电视技术现状

OTT (Over The Top )TV是指通过公共互联网面向电视机传输的由国有广播电视机构提供视频内容的可控可管服务，其接收终端为互联网电视一体机，或OTT(盒子)+电视机。

IPTV(Internet Protocol Television)是宽带电视的一种。IPTV是用宽带网络作为介质发送电视信息的一种系统，将广播节目透过宽带上的网际协议(InternetProtocol IP)向订户传递数字电视服务。

从总的来看，DTV是有线电视，而OTT和IPTV是无线电视，其中IPTV的业务内容受限于网络且在本地提供，而OTT则不需要。

在智能电视终端渗透+多种联网盒子设备的快速发展下，家庭大屏互联网化进程不断加快，

推动大屏在数字营销体系中的进一步增长。截至2019年底，OTT终端(智能电视+OTT盒子)激活总规模达到2.6亿台。截至2019年11月，IPTV量级达到2.94亿台。

OTTTV、IPTV和DTV在家庭大屏领域形成的三足鼎立格局被快速打破。DTV的激活量自2016年开始逐步下跌，至2019年底达到14539万台，而IPTV+OTT的联合市场规模稳步上升，达5.5亿。

2016-2019年中国OTT、IPTV、DTV激活量统计情况

注: IPTV截止至2019年11月，有线电视数据截止到219年Q3。

二、智能电视领先技术

三、智能电视企业研发分析

四、智能电视技术发展趋势

第四章 2019年智能电视产业面临的机遇与挑战

第一节 2019年智能电视产业面临的机遇

一、营销模式机遇分析

二、营销环境的分析

第二节 2019年智能电视产业面临的挑战

一、终端限制分析

二、终端适配分析

三、网络限制及不稳定性因素分析

四、产品质量分析

第三部分 市场全景调研

第五章 2019年中国智能电视关联产业透析

第一节 2019年中国计算机软件产业发展分析

一、2019年我国计算机软件业运营状况分析

二、中国计算机软件产业规模世界排名

三、中国计算机软件产业知识产权保护情况

四、我国计算机软件产业规模发展状况

五、中国计算机软件产业多核并行化开发情况

六、我国计算机软件产业自主创新战略

七、2015-2019年软件销售收入分析

第二节 2019年中国互联网行业发展分析

一、互联网行业市场规模

二、互联网行业用户规模

三、互联网行业发展现状

四、互联网行业发展前景

## 五、互联网行业技术发展

### 第三节 2019年中国智能家电行业发展分析

#### 一、智能家电发展现状

#### 二、智能家电发展规模

#### 三、智能家电技术发展

#### 四、智能家电发展趋势

### 第六章 2019年智能电视产业渠道分析

#### 第一节 2019年国内智能电视产品的经销模式

#### 第二节 智能电视行业国际化营销模式分析

#### 第三节 2019年国内智能电视产品生产及销售投资运作模式分析

##### 一、国内生产企业投资运作模式

##### 二、国内营销企业投资运作模式

##### 三、外销与内销优势分析

### 第七章 中国智能电视所属行业区域市场分析

#### 第一节 华北地区智能电视行业分析

##### 一、2015-2019年行业发展环境分析

##### 二、2015-2019年市场规模情况分析

##### 三、2020-2025年行业发展前景预测

#### 第二节 东北地区智能电视行业分析

##### 一、2015-2019年行业发展环境分析

##### 二、2015-2019年市场规模情况分析

##### 三、2020-2025年行业发展前景预测

#### 第三节 华东地区智能电视行业分析

##### 一、2015-2019年行业发展环境分析

##### 二、2015-2019年市场规模情况分析

##### 三、2020-2025年行业发展前景预测

#### 第四节 华南地区智能电视行业分析

##### 一、2015-2019年行业发展环境分析

##### 二、2015-2019年市场规模情况分析

##### 三、2020-2025年行业发展前景预测

#### 第五节 华中地区智能电视行业分析

##### 一、2015-2019年行业发展环境分析

##### 二、2015-2019年市场规模情况分析

##### 三、2020-2025年行业发展前景预测

#### 第六节 西部地区智能电视行业分析

一、2015-2019年行业发展环境分析

二、2015-2019年市场规模情况分析

三、2020-2025年行业发展前景预测

第四部分 市场竞争格局

第八章 智能电视行业竞争格局分析

第一节 智能电视行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第二节 智能电视行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 智能电视行业竞争格局分析

一、2019年行业竞争分析

二、2019年中外产品竞争分析

三、2020-2025年国内主要企业动向

第九章 中国智能电视重点品牌分析

第一节 三星电子株式会社

一、企业概况

二、经营分析

三、公司发展战略

第二节 夏普商贸(中国)有限公司

一、企业概况

二、经营分析

三、公司发展战略

第三节 索尼(中国)有限公司

一、企业概况

二、经营分析

三、公司发展战略

第四节 创维集团有限公司

一、企业概况

二、经营分析

### 三、公司发展战略

#### 第五节 乐视网信息技术(北京)股份有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、经营分析

##### 三、公司发展战略

#### 第六节 海信集团有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、经营分析

##### 三、公司发展战略

### 第五部分 发展前景展望

#### 第十章 智能电视所属行业盈利水平分析

##### 第一节 2015-2019年智能电视所属行业成本分析

###### 一、原材料价格走势

###### 二、行业人工成本分析

##### 第二节 2015-2019年智能电视所属行业盈利水平分析

###### 一、行业价格走势

###### 二、行业营业收入情况

###### 三、行业毛利率情况

###### 四、行业赢利能力

###### 五、行业赢利水平

###### 六、行业赢利预测

#### 第十一章 智能电视行业投资与发展前景分析

##### 第一节 2019年智能电视行业投资情况分析

###### 一、行业总体投资结构

###### 二、行业投资规模情况

###### 三、行业投资增速情况

###### 四、分行业投资分析

###### 五、分地区投资分析

##### 第二节 2019年智能电视行业投资机会分析

###### 一、投资项目分析

###### 二、可以投资的模式

###### 三、设备投资机会

###### 四、细分行业投资机会

###### 五、2019年投资新方向

##### 第三节 2020-2025年智能电视行业发展前景分析



- 一、市场发展前景分析
  - 二、市场蕴藏的商机
  - 三、市场的发展前景
  - 四、市场面临的发展商机
  - 五、2020-2025年市场面临的发展商机
  - 第十二章 智能电视行业投资风险预警
  - 第一节 2019年影响智能电视行业发展的主要因素
    - 一、行业运行的有利因素
    - 二、行业运行的稳定因素
    - 三、行业运行的不利因素
    - 四、行业发展面临的挑战
    - 五、行业发展面临的机遇
  - 第二节 2020-2025年智能电视行业投资风险预警
    - 一、行业市场风险
    - 二、行业政策风险
    - 三、行业经营风险
    - 四、行业技术风险
    - 五、行业竞争风险
    - 六、行业其他风险
  - 第五部分 发展战略研究
  - 第十三章 智能电视行业发展趋势分析
  - 第一节 2020-2025年中国智能电视市场趋势分析
    - 一、2020-2025年市场趋势总结「AKLT」
    - 二、2020-2025年发展趋势分析
  - 第二节 2020-2025年产品发展趋势分析
    - 一、2020-2025年产品技术趋势分析
    - 二、2020-2025年产品价格趋势分析
  - 第三节 2020-2025年中国智能电视行业供需预测
    - 一、2020-2025年供给预测
    - 二、2020-2025年需求预测
    - 三、2020-2025年价格预测
  - 第四节 2020-2025年智能电视行业规划建议
    - 一、行业“十三五”整体规划
    - 二、2020-2025年智能电视行业规划建议
- 图表目录：

图表：2015-2019年中国智能电视行业市场规模

图表：2015-2019年全球智能电视产业市场规模

图表：2015-2019年智能电视重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国智能电视行业利润情况分析

图表：2015-2019年中国智能电视行业资产情况分析

图表：2015-2019年中国智能电视竞争力分析

图表：2020-2025年中国智能电视市场前景预测

图表：2020-2025年中国智能电视市场价格走势预测

图表：2020-2025年中国智能电视发展前景预测

图表：2015-2019年智能电视行业销售成本分析

图表：2015-2019年智能电视行业销售费用分析

图表：2015-2019年智能电视行业管理费用分析

图表：2015-2019年智能电视行业财务费用分析

图表：2015-2019年智能电视行业销售及利润分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/video/619058.html>