

2016-2017中国智能 电视市场专题研究报告

2016-2017 China Smart TV Market Research
Report

(内部精简版)



研究方法

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星统计分析系统等。

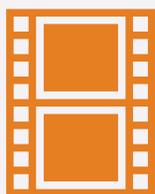
- 通过对行业专家、相关企业与智能电视用户进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星统计分析系统和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒北极星：截至2016年12月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.98亿独立装机覆盖用户行为监测。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询whd@iimedia.cn](mailto:whd@iimedia.cn)。

智能电视

智能电视定义

智能电视是配备高性能芯片和开放式操作系统、拥有开放式应用平台，通过互联网应用技术集影音、娱乐、游戏等功能于一体的电视产品。

智能电视功能多样



电影资源



游戏娱乐



网络冲浪



便捷操作

高品质屏幕技术

量子点技术

HDR技术

OLED技术

曲面屏技术

分析师速评

互联网+传统彩电行业强强联手

以内容为主导的智能电视热烈气氛逐渐冷静，多家互联网制作公司与传统彩电品牌强强联手，一方面在硬件设计、提升上得到传统企业的支持，另一方面互联网思维在智能电视体验优化上有着不可或缺的作用。

乐视致新：乐视电视致力于打造基于“平台+内容+终端+应用”的垂直整合乐视生态，主打产品为乐视TV。尽管手握多个影视资源渠道和自制内容，但只通过内容收费无法支撑像乐视抗住低价售卖硬件所产生的成本缺口。与TCL的联手合作或能在硬件上争取优势。

小米：从小米盒子到一体式智能电视，再到现在分体式智能电视，面对硬件成本提高的问题，小米回归主打智能机顶盒的销售模式。一方面方便用户升级换代智能硬件，另一方面也是降低智能电视中屏幕的成本支出。

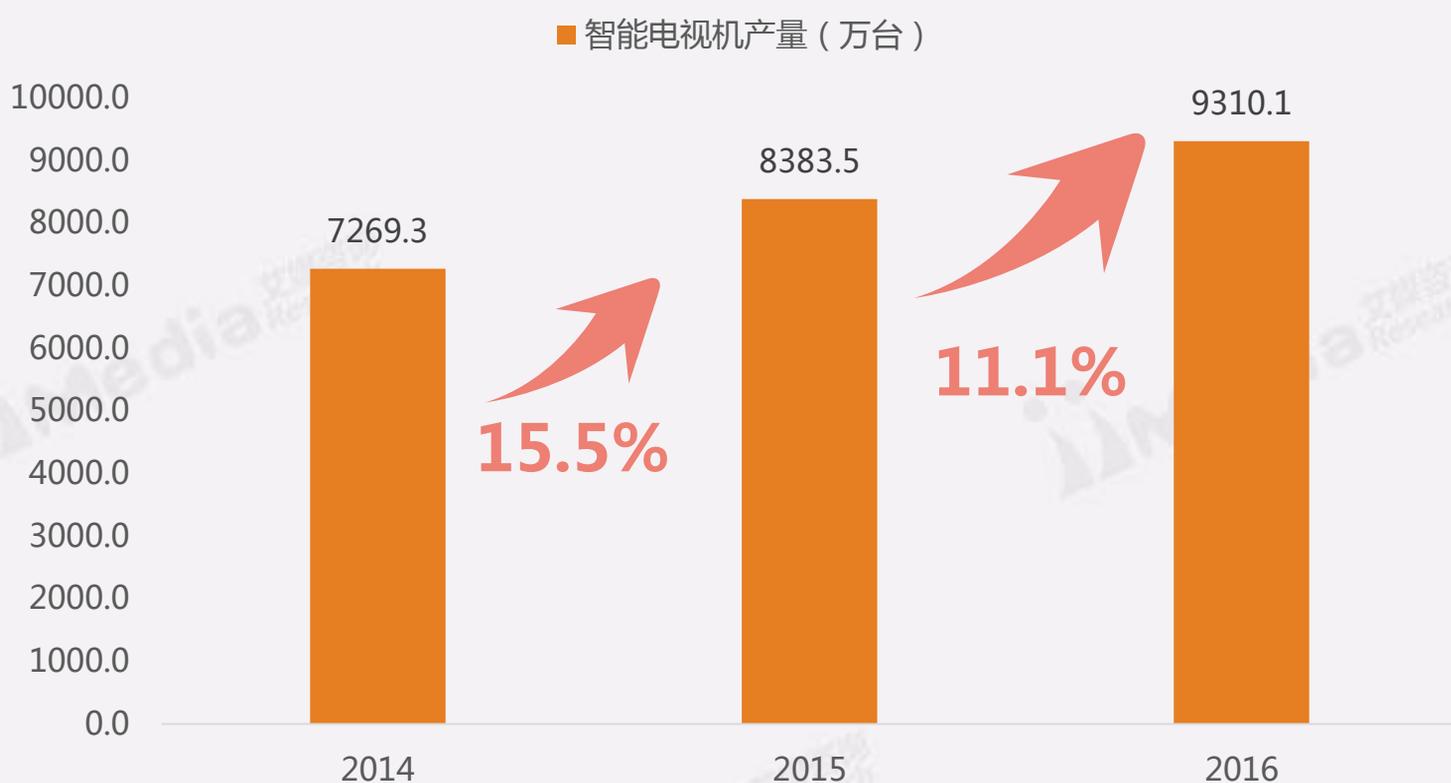
微鲸科技：专注于家庭娱乐服务，在获取大量内容资源的同时，重心落在电视系统的体验优化以及智能化方面。入股康佳以及联手飞利浦这些传统制造厂商可使公司更注重软件优化。

酷开网络：作为创维彩电的智能电视品牌，背靠多年硬件制造优势，配合“大内容战略”，与腾讯、爱奇艺合作建立影视内容体系，酷开电视或有着不可小觑的潜力。

2014-2016年中国智能电视生产规模

国家统计局数据显示，2016年智能电视增幅明显，产量达9310.1万台，增长率达11.1%，但相比2015年的增长率15.5%有所下降。艾媒咨询分析师认为，在互联网电视盒子的刺激下，智能电视市场再次火热，在光纤普及，网速提升的环境下，智能电视对大众的吸引力提高。但由于智能电视市场逐渐趋于饱和，所以在增速上有所下降。

2014-2016年中国智能电视产量规模

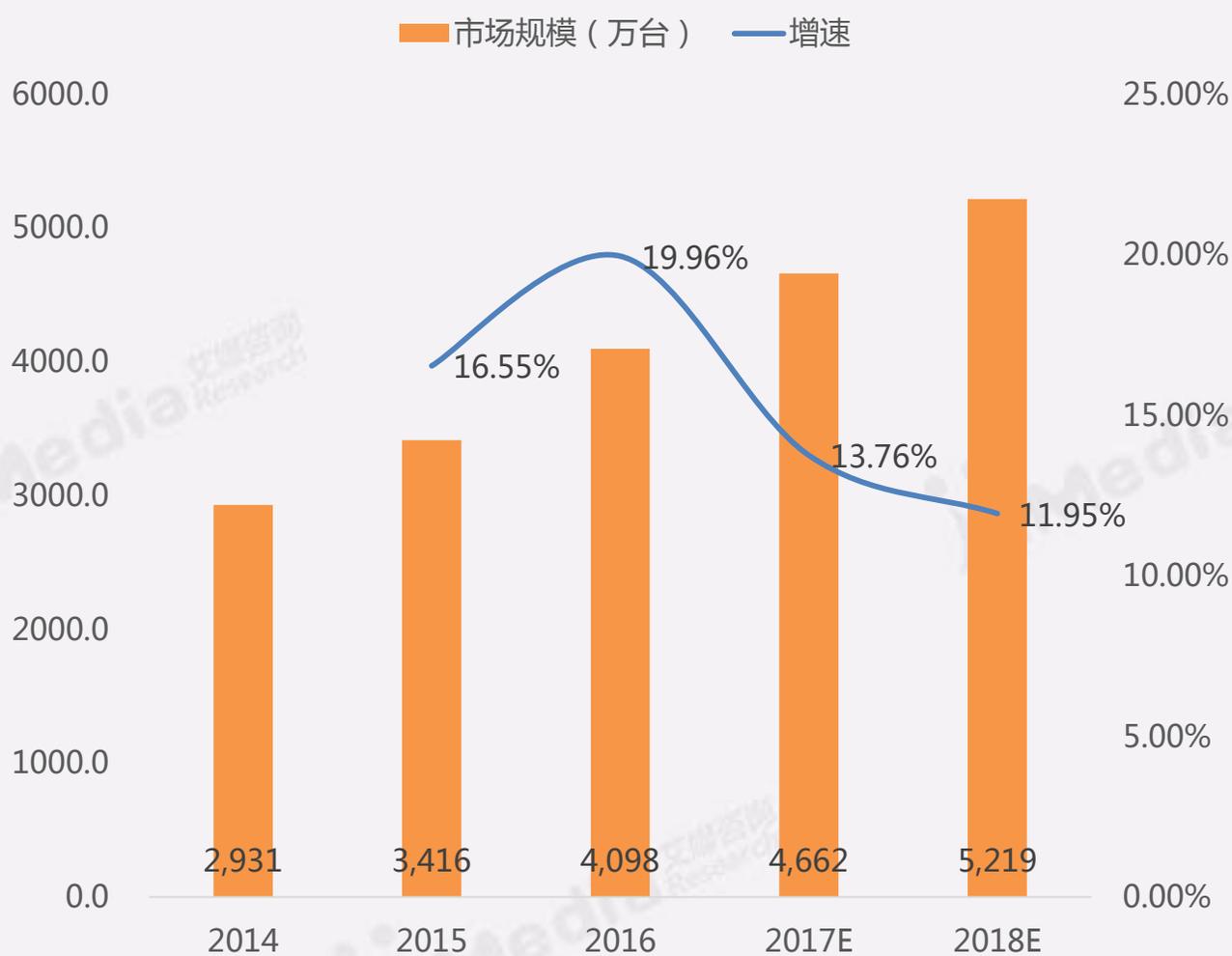


数据来源：中华人民共和国国民经济和社会发展统计公报（2014-2016年）

中国智能电视销售量及预测

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2016年中国智能电视销量达4098万台。预计到2018年, 智能电视销量将突破五千万台。艾媒咨询分析师认为, 未来几年, 国内智能电视市场整体保持较平稳速度的增长。另外, 随着互联网电视品牌的进一步发力, 线上渠道或将成为智能电视销售的重要战场。

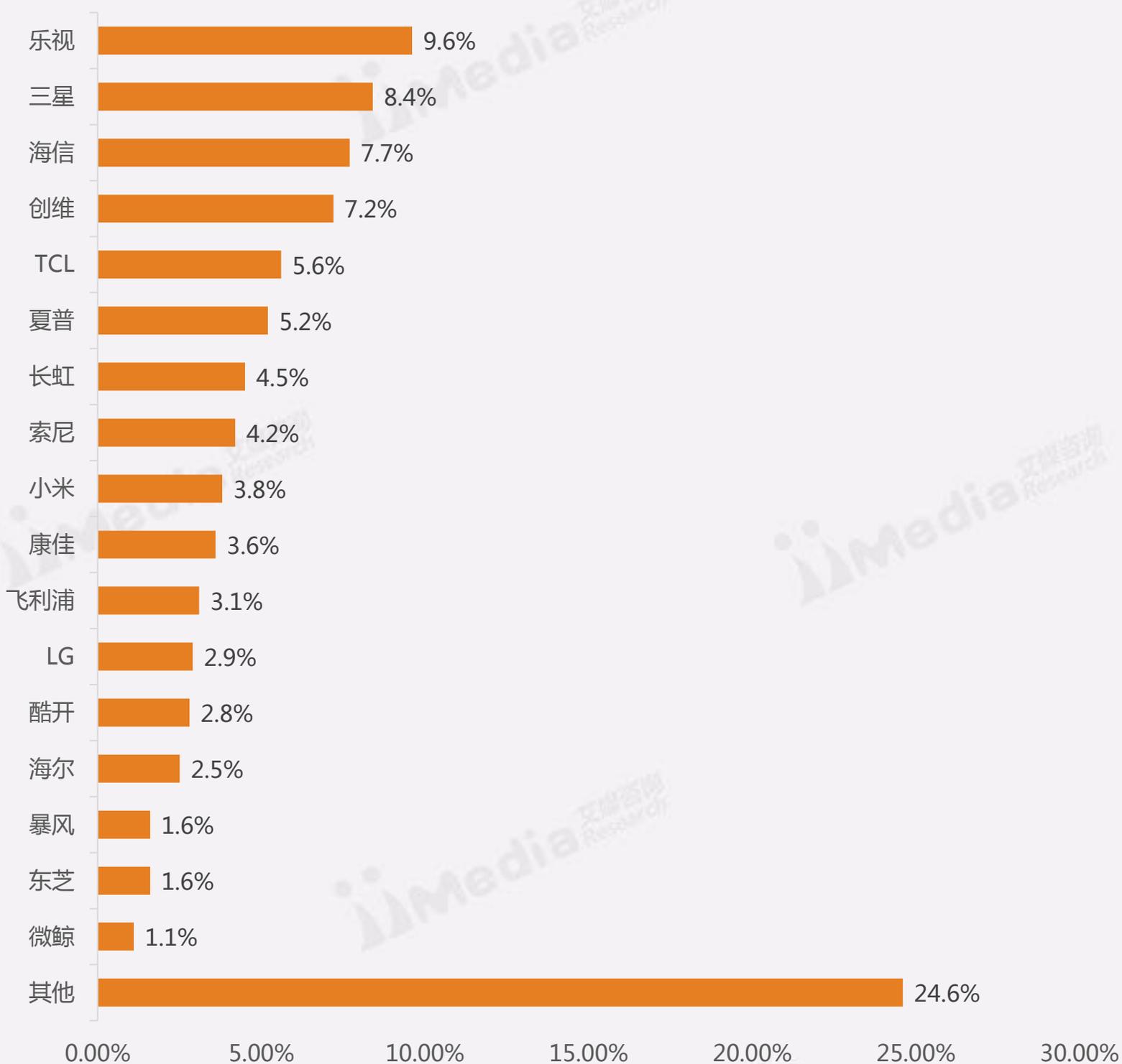
2014-2018年中国智能电视销售量及预测



中国智能电视存量市场品牌占有率分布

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2016年中国智能电视存量市场品牌占有率分布中, 乐视、三星、海信占据前三位, 占比分别为9.6%、8.4%、7.7%。在互联网公司品牌上, 乐视、小米凭借市场先入优势, 处于领先定位。但随着酷开、微鲸等品牌逐渐发力, 市场竞争将进一步加剧。艾媒咨询分析师认为, 智能电视渗透率不断走高, 电视厂商对其投入不断加大, 未来市场将会在产品、服务差异化上展开激烈争夺。

2016年中国智能电视存量市场品牌占有率分布



数据来源: iiMedia Research

2017年中国智能电视发展趋势预测

内容仍然是抓住用户的关键，用户体验成就差异化

优质影视内容仍然是吸引用户的关键，但因为拥有网络电视台牌照的厂商屈指可数，内容同质化是无法避免的现象。智能电视的“智能”体验将会成为差异化因素。

智能电视硬件持续升级

随着影视内容质量不断提高，消费者对电视的显示要求也越来越高。中高端智能电视产品采用4K+HDR技术以加强用户视觉享受。海内外各大版面厂商积极建立OLED屏生产线，OLED屏产量的增长将有利于OLED电视成本的下降，OLED智能电视将降价至大众接受范围。

智能电视或成智能家居控制重要入口

结合传统厂商的硬件支持与互联网公司的内容制造，智能家居控制将集成与智能电视版面，无需在不同智能家居版面分别控制，通过智能电视的屏幕即可控制所有的智能家居，实现物联网与互联网结合，大大提高人民生活质量。

—— 艾媒咨询大数据监测体系 ——

移动应用运营监测 (bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，
透视用户活跃留存流失，
提升推广效率降低成本。

微信微博媒体监测 (SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，
评估公众号的传播实力，
识别受众兴趣与偏向。

舆情预警分析引擎

通过先进的文本分析挖掘
技术，全面满足客户各类
需求，危机预警追踪。



用户感知与体验监测 (survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，
了解用户主观消费意愿，
获取用户客观服务评价。

移动广告效果监测 (www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全
流程用户行为跟踪，投放
策略建议与优化。

法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告版权归属于艾媒咨询集团控股有限公司（中国香港）；报告中所有的文字、图片、表格均受到中国大陆及香港特别行政区知识产权法律法规的保护，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；iiMedia Research（艾媒咨询）会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。



因为专注， 所以专业！

Since 2010, we focus on mobile Internet!



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

全球领先的移动互联网
大数据挖掘与分析机构