

# 《IP，颠覆电视？》

## 图书基本信息

书名：《IP，颠覆电视？》

13位ISBN编号：9787010110400

10位ISBN编号：7010110409

出版时间：2012-7

出版社：人民出版社

作者：龙奔

页数：192

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《IP，颠覆电视？》

## 内容概要

在欧美，电脑、电视机两种终端的IPTV都有；在中国大陆，目前绝大部分是以电视机为终端的IPTV，只有极少量放在电脑上的软终端。从目前国内IPTV的业务形态来看，IPTV则被概括描述为：

以IP机顶盒作为主要连接载体，以电视机作为主要显示设备，以遥控器作为主要输入设备，以宽带IP网络作为主要传输介质，提供可控可管的视频和互联网应用融合的服务。

IPTV是一种多媒体的业务，电视、视频、语音、文本、图像、数据等业务都是IPTV的表现形式；

IPTV承载在IP网络上，此IP网络是一个可管理的网络，能够提供所需要的服务质量、质量体验、安全性、可交互性和可靠性等级；

IPTV能够利用NGN网络提供，即IPTV业务可以利用现有的系统提供，也可以利用NGN网络来提供；

IPTV是一个双向的网络，能够提供实时和非实时的业务。

## 书籍目录

### 第一章 见证中国IPTV

- 1.1 什么是IPTV？
- 1.2 亲历者的感言
- 1.3 中国IPTV的大事记
- 1.4 中国IPTV用户规模

### 第二章 中国IPTV监管政策解读

- 2.1 分业监管政策的演变逻辑
- 2.2 IPTV牌照准入制度
- 2.3 IPTV牌照的“二次落地”
- 2.4 IPTV集成播控平台
- 2.5 中国IPTV牌照商的发展

### 第三章 IPTV的用户

- 3.1 用户结构分析
- 3.2 用户兴趣分析
- 3.3 用户行为分析
- 3.4 区域差异化分析

### 第四章 IPTV的内容拉动规律

- 4.1 电视剧收视规律
- 4.2 电影收视规律
- 4.3 新闻产品特征
- 4.4 娱乐收视规律
- 4.5 体育产品特征
- 4.6 纪实收视规律
- 4.7 少儿收视规律
- 4.8 产品组合模型

### 第五章 看电视的新看法

- 5.1 频道：电视等我
- 5.2 回看：不怕错过
- 5.3 点播：想看就看
- 5.4 看吧：横看电视
- 5.5 聚场：细分需求
- 5.6 专辑：让你过瘾
- 5.6 交互：用户作用于节目组织
- 5.7 EPG：易用好用的通道

### 第六章 中国IPTV的运营策略分析

- 6.1 中国IPTV的运营逻辑
- 6.2 中国IPTV的发展模式
- 6.3 中国IPTV的盈利模式
- 6.4 付费产品的定价策略
- 6.5 IPTV的营销策略

### 第七章 中国IPTV的竞争格局

- 7.1 同数字电视的竞争分析
- 7.2 同互联网电视的竞争分析
- 7.3 同直播星的竞争分析
- 7.4 同网络视频的竞争分析

### 附录

- 1：黎瑞刚北大演讲：颠覆电视

## 《IP，颠覆电视？》

- 2：悬而未决的三网融合
- 3：广电的救赎
- 4：对IPTV增值业务发展的几点思考
- 5：三网融合双重驱动下的迷茫

# 《IP，颠覆电视？》

## 精彩短评

- 1、看了没有几页的，但是内容很丰富~
- 2、产品形态有很多种，不要局限在点播中

## 《IP，颠覆电视？》

### 精彩书评

1、IPTV，谁和谁才是最有优势的竞争对手？IPTV颠覆电视这是必然，这是互联网技术进步的必然。很多互联网公司也进入IPTV行业。打的最热有乐视、小米、暴风影音。有IP内容之争、终端用户之争，甚至是硬件亏本打价格战。我觉得最大竞争是内容之争，是有更优质的内容，谁就能成为王者。我觉得最优质的资源一定是教育，教育是刚需，其重要性不言而喻。希望竞争者能放出远见，在这方面多下功夫。

# 《IP，颠覆电视？》

## 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)