

從嚴管到開放 中國互聯網電視現生機

研發部 王如蘭 2012.05

中國的互聯網電視發展，從 2009 年開始就處於被廣電總局管制的狀態，由於中國沿革管制互聯網的結果，導致互聯網電視機中連上的網際網路，非 internet 的概念，而是縮限成爲一個 intranet，這樣的限縮對於產業環境是否有影響？隨著三網融合的市場競爭環境越趨激烈，廣電總局近年來也不斷的調整互聯網電視的管制方向，讓互聯網電視與 IPTV 形成差異化並產生實質競爭態勢。本文即在探討中國互聯網電視從嚴管到逐步開放的政策思維與市場競爭分析。

2009 起遇嚴管 廣電起 彩電落

自 2006 年開始，隨著互聯網線上視聽媒體服務以及 P2P 技術的盛行，中國大陸多家彩電廠商便已投入互聯網電視機相關技術及產品的研發。至 2009 年，中國大陸彩電廠商如 TCL、創維、海爾、長虹等紛紛推出互聯網電視機，以自建電視應用平台，直接接入網際網路爲號召，吸引消費者注目及購買。其中，創維自建酷開網平台，與視頻業者合作，提供用戶免費收看影視內容；長虹也自行推出樂教網站內容平台；海爾則與搜狐合作，透過互聯網電視機觀看網路視頻。整體而言 2006-2009 年，中國大陸彩電廠商持續在互聯網電視機應用平台推陳出新，市場形成彩電廠商主導。

由於當時互聯網電視逐漸蓬勃發展，部分網站提供未經合法授權的線上內容，甚至連央視新聞都報導出互聯網電視出現情色視頻，報導中更直指康佳、TCL 等幾大廠商的互聯網電視上都存在不同程度的裸露涉黃內容。廣電總局爲了控管互聯網電視內容，於 2009 年 8 月正式發出《關於加強以電視機爲接收終端的互聯網視聽節目服務管理有關問題的通知》。通知要求廠商如果通過互聯網連接電視機或機上盒等電子產品，向電視機終端用戶提供視聽節目服務，應當按照《互聯網視聽節目服務管理規定》和《互聯網等資訊網路傳播視聽節目管理辦法》的有關規定，取得以電視機爲接收終端的視聽節目集成運營服務的《資訊網路傳播視聽節目許可證》。於此，只有獲得互聯網電視內容服務與集成業務牌照的業者，才可經營以電視機爲接收終端的互聯網電視業務，視頻網站等廠商才可向該領有牌照的業者提供視聽節目。也就是說，幾乎所有網站均不可向直接向互聯網電視提供影視節目下載，因爲這個牌照在 2010 年才發給了中國網路電視台(CNTV)、上海文廣與杭州華數。

這樣一來不就让互聯網電視的網路內容顯得雞肋，因為它吸引人的地方就是可以享受網上海量的內容，其中影視節目更是重頭戲。如果互聯網電視連上的網路視頻，只能收看有限的節目，那還有多少人願意為此買單？故此通知一出即影響了通路端的銷售，原本行銷的重點在於「海量或無限」下載，通知一出之後，宣傳回歸於高畫質等一般平面電視的行銷手法。對於和互聯網一起長大的「80後」而言，「互聯網電視機」這個名詞對他們的吸引力很大，對這群人而言，傳統電視頻道已經無法滿足他們對於影音內容的需求，他們需要更多的點播選擇，故就算互聯網電視機比其他機型貴上約 2000 元，對於 80 後的消費者而言仍有很高的購買意願，因為他們對互聯網本來就具有一定的熟悉度和依賴性。

但是此通知並沒澆熄彩電廠商的熱情，因為對於他們而言，互聯網電視絕不只是一台用來追求功能差異化的電視機，它背後是一條全新的產業鏈與商業模式，彩電廠商從此由製造商轉形成為服務提供者，可以開始從收視戶端收取月費，這對於原本屬於賣斷性質的彩電業者而言無疑是一個大商機，故彩電廠商如 TCL 從去年下半年開始就全面停產 40 英寸以上非互聯網電視產品，所有大螢幕電視生產線全面轉入互聯網電視生產；長虹也全面停產 32 英寸及以上普通平板電視轉而生產附帶網路功能的新機型；而康佳更從五一連假之後全面停產所有非互聯網電視機。

彩電廠商為了保護自身利益，中國電子視像行業協會還代表家電廠商，正式向幾個部委上呈《關於互聯網電視產業發展有關問題和建議的報告》表達不滿，質疑政策監管方式不合理、以及業界存在壟斷，呼籲開放彩電業自建內容平台申請牌照。但廣電總局怎會讓廣電業者失去部分主導權，2010 年 5 月，廣電總局即發文要求彩電業者於 5 月底前，停止原有自建內容平台的運營，主動由政策領導，使得彩電廠商必須接入當時已獲有互聯網電視牌照的上海文廣、中國網路電視台(CNTV)以及杭州華數。各家彩電廠商為求營運，只能讓自家互聯網電視機的內容平台接入正規平台。其新出廠的產品將全面內置合作集成牌照方的播控平台用戶端，而對於已售的產品，則將通過線上升級方式完成。合作雙方採利益分享的形式，彩電廠商可獲取部分收益。

互聯網執照在手 廣電系合縱連橫擴大商機

除了 2010 年頒發的三張牌照外，截止目前廣電總局又頒發了四張互聯網電視集成業務牌照給廣電業者，這四家分別是南方傳媒（廣東電視台為申請主體）、

湖南電視台、中國國際廣播電台以及中央人民電台。在獲得互聯網電視牌照後，前四家牌照的廣系業者，都在產業鏈整合上大下功夫，一開始，CNTV、上海百視通和杭州華數都選擇了主要與電視製造廠商結盟的形式，建立牌照方+電視機廠商模式。而南方傳媒則是與互聯網視頻領域的優朋普樂公司，合資成立廣東南廣影視互動技術有限公司，組建雲視聽平台，其互聯網電視服務名稱爲互聯八方。

互聯網電視的產業鏈活動爲平台播控、內容服務、技術支援、基礎網路和硬體終端，這五個環節如何合作將成爲互聯網電視產業發展的關鍵。內容是互聯網電視的核心資源，而技術和網路的支援將是連接內容平台和終端與最終消費者的橋樑，直接關係到消費者的應用體驗，也直接決定著產業發展的進度和方向。以筆者觀點來看，南方傳媒與互聯網視頻的合作，是同時掌握了平台、內容、技術與網路四個關鍵活動，相較於與彩電廠商的合作，在整個產業鏈上的整合度更高，明顯的有優勢的多。

以互聯八方的例子來看，由南方傳媒建設節目集成運營平台，負責節目集成運營相關服務，而優朋普樂負責建設影視 VOD 點播業務應用及傳輸平台，爲 VOD 點播業務提供相關服務。優朋在內容整合時，除了加強購買版權、參與影視製作產業鏈上游之外，還連動眾多影視製作公司參與到互聯網電視產業鏈中，影視製作公司的加入不僅會爲提供更多的內容，吸引更多用戶，同時也會更添獲利。

目前南方、優朋合作的互聯網電視機技術可以在 2M 的上網速率播放 720P 的高畫質節目，這種優勢使得業者可以充分運用現有的頻寬資源，而無需將頻寬升級至 4M，甚至 8M。反而是夠吸引人的互聯網電視服務，可以促進用戶自動升級頻寬，該平台用 4M 的頻寬即可收看 1080P 的高畫質節目。這樣的技術讓雲視聽平台陸續被創維、海爾、TCL 等公司嵌入，並向用戶提供包括電影、電視劇、綜藝、漫畫、紀錄片等內容。截止目前，使用南方傳媒與優朋普樂播控平台的互聯網電視用戶數量已經超過了 200 萬，覆蓋人群超過 600 萬，幾乎遍佈中國各省（詳見下圖一）。



圖一：互聯八方服務覆蓋範圍

機上盒管理原處灰色地帶 181 號通知一紙扶正

南方、優朋合作的成功案例讓其他業者也紛紛爭相仿效，2011 年下半年開始，包括樂視網、PPTV 等在內的視頻公司紛紛接入電視機廠商和機上盒產品。根據市場調查公司奧維諮詢的研究報告指出，2011 年互聯網電視將達到 1700 萬台，預計到 2014 年互聯網電視滲透率將上升到 80%。顯然互聯網電視是一個快速增長的增量市場，然而對於中國現有的 4.6 億台既有的電視市場而言，之前電信運營商與 CNTV、百視通等合作的 IPTV 目前用戶數量只有 1200 萬，而要讓更多的電視機連上互聯網，顯然機上盒是一種成本最低的方式。

這商機大家都嗅到了，很多機上盒廠商已經開始與視頻網站合作推出互聯網機上盒，在深圳等地區市場規模也達到幾百萬台的年出貨量，但是機上盒市場一直沒有得到廣電總局的認可，也就是遊走在灰色地帶。果然，2011 年 7 月，廣電總局下發了《關於嚴禁通過互聯網經機頂盒向電視機終端提供視聽節目服務的通知》，根據這則通知，廣電總局要求互聯網經機上盒向電視機終端提供視聽節目服務的，均須按照國務院關於推進三網融合的有關要求，在經批准的試點城市，由廣電部門另行組織。而在廣電總局沒有開放通過互聯網經機上盒向電視機

終端提供視聽節目服務的許可前，各持證網站嚴禁從事相關業務，不得以內容提供商的身份與非法開展互聯網電視業務的公司開展合作。對擅自從事以電視機為接收終端的互聯網視聽節目服務業務的網站，廣電總局要求應立即修正，自行關閉互聯網電視平台，並停止一切宣傳、銷售活動。

該通知的發佈，將互聯網電視發展形態再度回歸到電視一體機的形式，並將機上盒嚴格的劃歸到了總局的監管和業務範疇之中，根據通知：未曾批准任何一家單位可以通過互聯網經機上盒向電視機終端提供視聽服務，這是對於已持有互聯網電視牌照業者的互聯網電視發展進行了更進一步的限制，對於產業的影響其實是負面的。從監管的角度來看，互聯網電視和 IPTV 將面臨的越來越雷同的困境。而在互聯網電視商業模式尚不明朗的情況下，兩相權衡取其輕，或許會反向推進已初具形態的 IPTV 的發展。

從筆者的角度來看，這則通知一部份下的莫名，廣電總局如果是要禁止視頻網站未與互聯網電視牌照擁有者合作，直接接入互聯網電視機，那根據《關於加強以電視機為接收終端的互聯網視聽節目服務管理有關問題的通知》應可解決，但此次通知還針對了機上盒此一終端，筆者就頗有不解，無論是一體機還是機上盒，都只是產品終端的不同形態，有不同的消費群眾，然而在內容服務和應用服務方面，其實都是一樣的。因為對於消費者而言，可以以新購互聯網電視或以購買機上盒加原有電視機的模式來連上網路，為何廣電總局要限制民眾的連網管道？這迷團總算在 2011 年 11 月，廣電總局下發《持有互聯網電視牌照機構運營管理要求》（廣辦發網字[2011]181 號，簡稱 181 號通知），正式將互聯網電視機上盒，即網路高畫質播放機終端產品，納入互聯網電視一體機的管理範圍後有了解答，根據廣電總局傳媒司下發的 181 號通知，廣電總局改變了以往通過叫停方式來規範互聯網機上盒的方式，轉而引導這個產業的發展。

依該通知內容，互聯網電視機上盒規定應在三網融合試點地區有計劃地投放，不得擅自擴大機上盒產品投放的地域範圍。並互聯網電視內容服務平台只能接入到廣電總局批准設立的互聯網電視集成平台上，同時，內容服務平台不能與設立在公共互聯網(internet)上的網站進行相互連接，其意在整肅長久以來未經獲准便直接與終端合作的互聯網視頻內容提供商。此項細則說明只有持有互聯網電視牌照者方有資格向互聯網電視機上盒提供內容服務，而此前多家互聯網視頻服務商嘗試進軍互聯網電視領域的行為都將視為違規。

對於機上盒廠商而言，管理細則一方面是內容監管，而另一方面卻是帶來了新產業鏈，讓機上盒廠商有更多機會與成熟的平台運營商合作，獲取更多優質內容和服務平台，結束一直以來機上盒尷尬的終端身份，從而打開一個新的經營市場。2011年12月，百視通聯合邁樂數碼、上廣電、創維等20多家互聯網電視機頂盒廠商推出2012年在上海發放100萬台互聯網電視機頂盒的計劃。同時，杭州華數也在深圳與眾多機頂盒廠商，以及百度、PPTV等多家視頻網站提出了聯合發展互聯網電視機上盒產業的想法。

對於互聯網牌照業者而言，這意味著其在互聯網電視內容包裹銷售外又獲得了全新的機上盒節目包裹銷售收入，據統計2011年互聯網電視節目包裹銷售規模達到8000多萬元，而更多機上盒廠商加入則提供了更大的市場，而且之後還可以發展廣告、付費節目等新的商業模式。

值得注意的是，廣電系主導的互聯網電視與電信運營商主導的IPTV必然產生競爭，但是此競爭對民眾而言是好的，對於內容集成平台來說更意味著更多的管道和更多的收入。

廣電系促互聯網電視發展 互聯網電視與IPTV孰能勝之

據工信部統計，截至2012年1月份，中國境內IPTV的用戶已經達到了1400萬。自2004年中國開始開通IPTV業務以來，IPTV已經被認為業者本來看好，但實際發展較慢的業務。IPTV在中國的發展落後於預期，其原因主要是受限於內容資源瓶頸，以及IPTV執照實際掌握於廣電系手所致，加上後其廣電系大力促成互聯網電視發展，也著實影響IPTV用戶增長。

中國的互聯網電視相關政策從管制，到有條件地鼓勵發展，經歷了針對互聯網硬體終端的管理、針對互聯網電視內容提供商以及視頻網站的管理、和廣電統一管理後的鼓勵運營三大階段。2011年12月，181號通知更能顯示廣電總局決定改變以往通過叫停規範互聯網機上盒的單純監管方式，轉而鼓勵運營引導該產業的發展。

互聯網電視的政策轉變，對廣電系而言是進一步強化了在以電視機為主的視頻娛樂市場核心控制地位。在通路為王的時代，掌控了集成播控平台，廣電系實際上掌握了這個產業的命脈。

互聯網電視的解禁，是在廣電掌控集成播控平台前提下的解禁，因為181號

通知規定：「互聯網電視集成機構應當建立互聯網電視獨立的使用者管理、計費認證體系，不得與傳輸網路運營商合作進行互聯網電視業務的使用者管理、計費認證工作」。對於廣電系來說，互聯網電視是將電信業者排除在外直接由廣電控管的一種模式。廣電總局掌握了牌照的發放權，獲得互聯網電視牌照業者都是廣電系統的公司，讓視頻網站、服務業者以及家電業者都只能通過廣電的集成播控平台接入互聯網，這實際打造了非常有利於廣電的產業架構。

再來，互聯網電視的產業結構中因為有了牌照此一關鍵因素，所以彩電業者或機上盒業者必須通過廣電總局認可的牌照方提供的播控平台，以保證平台的合法性。網路視頻公司也必需要和持牌業者合作，這構成了終端製造商+內容集成商+集成播控平台提供商的三方合作模式。由此廣電深度介入的產業鏈的一環，名正言順獲取互聯網電視業務的收入分成。

在家庭視頻娛樂領域，廣電強勁對手是電信運營商的 IPTV。廣電牢牢掌握 IPTV 集成播控權，對電信運營商進行管制。但是在實際操作中，電信業者有時候會採取迂回策略，減緩廣電的管制。而互聯網電視基於寬頻互聯網，寬頻網路是電信業者的優勢業務領域，廣電難以在寬頻網路領域和電信業者競爭。互聯網電視和電信的 IPTV 具有高度的業務相似性，互聯網電視業務雖然是基於電信業者的寬頻服務之上，但是整個產業鏈中電信業者是屬於基礎網路的部分，不會瓜分實質利益。根據中廣研究的研究報告指出，到 2011 年底國內互聯網電視的終端使用者數量已經超過 1400 萬，加上 300 多萬的互聯網電視機上盒，僅僅用了兩年時間國內互聯網電視的使用者數量就超過了發展已經 6 年的 IPTV 的用戶（2011 年底 1350 萬）數量。

以下為筆者自行就 IPTV 與互聯網電視進行比較：

項目	IPTV	互聯網電視
傳輸網路	Intranet	Internet（受限制的）
接收終端	機上盒+電視機	互聯網電視一體機或是機上盒+電視
運營主體	電信業者+廣電 IPTV 運營商	家電業者+廣電互聯網電視集成牌照運營商
控管單位	工信部、廣電總局、文化局	廣電總局
運營牌照	上海文廣、央視國際、南方傳媒、中國國際廣播電台、杭州華數、江蘇電視台，以及北京華夏安業科技有限公	中國網路電視台（CNTV）、上海文廣、杭州華數、南方傳媒、湖南電視台、中國國際廣播電台以及中央人民電台。

	司。	
營運區域	三網融合試點城市	三網融合試點城市
服務內容	<p>內容：部分廣播電視頻道節目、資訊業務</p> <p>互動式業務：視頻點播、時移、回看錄製、電子商務\娛樂\教育\醫療類業務等</p> <p>通信業務：包括電話類、視頻電話等業務。</p>	<p>內容：廣播電視頻道、網路視頻、資訊業務</p> <p>互動式業務：點播業務、時移、電子商務\娛樂\教育\醫療類等業務、互動式廣告等。</p>
營運模式	網綁收費（月費）	儲值卡付費模式
用戶數 (2011 年底)	1350 萬	1700 萬（含機上盒）

使用戶數比率低 商業模式待開發

雖然互聯網電視用戶數看起來是比 IPTV 的用戶多，但是 IPTV 是網綁收費，一定收得到錢，但是互聯網電視呢？我們可以從大陸廣電總局最新提出的數據來一窺一二，該統計指出截至 2011 年底，大陸國內智慧型電視銷售量已經達到 1,000 萬台，但有連結華數、百視通等網路電視牌照商，並經常使用網路服務的用戶數量僅有 100 萬，而這 100 萬用戶每月付出的費用是多少，就不得而知，由智慧型電視的互聯網服務使用率我們同樣可以從中推測目前互聯網電視服務的使用率應該也不高，主要原因就是筆者於文中提及的內容缺乏為主因，遭管制後的互聯網電視，所能收視的內容已不是完整的網際網路無邊無際影音的內容（但相對於其他民主國家還是管制相當嚴格），而是與 7 家牌照業者合作的網路視頻商手中有電視版權的影音內容。

如此一來能隨選的內容就很有限，並且可替代性就更高了，互聯網電視網路電視內容的缺乏特色，讓部分已進軍內容領域的業者初始投資都尚未回本，如長虹與 TCL 合資的廣州歡網已經砸下人民幣 6,000 萬元，而康佳向百視通購買節目的版權費用也高達人民幣數百萬元。為了盡早脫離賠錢困境，業者正在嘗試新的獲利方式，康佳、TCL 攜手百視通、中國聯銀，企圖把電視購物帶進後台服務，推廣電視支付，而業者其他的付費服務內容的商業模式也正在摸索當中。

除此之外，用戶頻寬是否足以支撐收視互聯網視頻內容也是一個重要因素，

彩電銷售範圍是以全中國計，但是每個省市城鎮的網路化成度不同，上網的頻寬更可能差到數倍之多，這樣的城鄉差距其實就是一種數位落差，對於互聯網電視強打的網路視頻而言，寬頻（至少 2M）是必須的基礎設施，部分地區頻寬不足也是降低用戶使用服務意願的原因之一。

總結而論，互聯網電視相較於 IPTV 是贏在面子，輸在裡子。IPTV 成長雖緩，但是網綁式收費讓用戶必須買單，業者有了收入來源，就會積極尋找更多內容與服務業者合作，形成正向循環。而互聯網電視擁有者雖多，但是卻較少使用付費服務，原因就在於受管制的內容消費者根本不買單，目前互聯網電視產業鏈利潤集中在終端銷售部分，其他環節難以產生持續性的服務收入，只有產業終端的硬體創新無法掩飾整個產業鏈的無利可圖。

筆者認為廣電系需要清楚認知互聯網電視甚至於是智慧型電視都是留著網際網路血液的終端，消費者需要的是網際網路使用感，互聯網電視要能快速長成，需要建立在寬頻網路基礎、大量影音授權、internet 而非 intranet 應用服務以及使用者付費的良性產業鏈上，如此一來方能形成正向的產業循環，有效推動整體互聯網電視/智慧型電視產業發展，也就是目前由硬體廠商領導的產業模式，要由軟體（內容、服務）來引導才是。另外，消費者以及從純粹的觀眾轉形成為使用者，所以在服務分層的設計以及使用者體驗的部分，也是業者需要費心考量設計規劃的。

參考資料：

2010：互聯網電視產業九大事件：

<http://www.techweb.com.cn/it/2011-01-28/813808.shtml>

大陸Smart TV活躍用戶 網路內容商沒賺頭<http://www.digitimes.com.tw/tw/>

工業和信息化部：<http://www.miit.gov.cn/n11293472/index.html>

中國大陸互聯網電視產業發展歷程與前景 <http://www2.itis.org.tw/default.aspx>

中國國家廣播電影電視總局：<http://www.sarft.gov.cn/>

互聯八方：<http://www.smic.tv/index.php>

奧維諮詢：<http://www.avc-mr.com/>

廣電熱議OTT 繞開電信運營商IPTV

<http://tech.cn.yahoo.com/yopen/20120227/886763.html>

* PTS R&D
* PTS R&D