

中国传媒大学博士后文丛

IP TV CHANYE JIAZHILIAN YANJIU

IP TV 产业价值研究

ZHONGGUO CHUANMEI DAXUE BO SHI HOU WEN CONG

陈斯华 著

中国传媒大学出版社



中国传媒大学博士后文丛



IPTV CHANYE JIAZHILIANYANTU
IPTV 产业价值链研究

ZHONGGUO CHUANMEI DAXUE BO SHI HOU WEN CONG

陈斯华 著

中国传媒大学出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

IPTV 产业价值链研究/陈斯华著. —北京: 中国传媒大学出版社, 2007. 12

ISBN 978-7-81127-114-0

I. I… II. 陈… III. 网络电视—电视事业—产业经济学—研究

IV. G220

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 185242 号

IPTV 产业价值链研究

作 者 陈斯华

责任编辑 董媛婷

责任印制 曹 辉

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 **邮编**: 100024

电 话 65450532 或 65450528 **传真**: 010-65779140

网 址 <http://www.cucp.com>

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷 北京京晟纪元印刷有限公司

开 本 670×970 毫米 1/16

印 张 13

版 次 2008 年 2 月第 1 版 2008 年 2 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81127-114-0/F·114 **定价**: 36.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

IPTV 产业价值链研究

序



IPTV 是一种新媒介，它应该如何运营并保证其效益的实现，这是当前许多媒介人关注或要解决的问题。陈斯华根据她多年的工作经验和理论功底，在读博士后期间深刻细致地研究了这个问题，并以“IPTV 产业价值链研究”为题分析了 IPTV 媒介的基础知识和许多前沿性的问题，对于 IPTV 媒介运营具有重要的理论和实际意义。阅读这本书的人都会得出这样的结论：本书通俗易懂，既能知晓 IPTV 媒介方面的基础理论，又能知晓一些实际的操作技能，同时还可以了解到 IPTV 媒介的一些前沿性的问题，有助于树立科学的 IPTV 媒介运营观。

现在，随着电子技术和信息技术的发展，产生了许多新媒介，特别是



电子媒介系统，分化现象十分严重，最为突出的是网络媒介。据统计，目前我国网站大约有 100 多万家，但是效益都不很理想，特别是经济效益更不理想。有一家网络媒介公司的老总说：“他的公司每月要‘烧掉’100 多万元人民币，现在已经‘烧’五年了。”这位老总很为难地说：“也不知道这种‘烧钱’状况何时才能终止！”对于这种“烧钱”现象，有以下几种看法：一种看法认为，新媒介是一种拥有巨大潜力的媒介，只要能够坚持，不仅“烧钱”现象可以得到解决，而且还可以赚大钱。持这种看法的媒介运营理念是：放长线钓大鱼。一种看法认为，不是新媒介的经济效益不好，而是国家对新媒介的控制过严，市场机制的作用不易发挥。一种看法认为，新媒介的社会效益和经济效益不佳的关键性原因是：对新媒介的本质尚未有科学的认知，采用非适合新媒介的运营方式去经营新媒介而产生的必然结果。可见，科学地认知新媒介是新媒介运营的基本前提。陈斯华的这本书，紧紧抓住了 IPTV 媒介的本质，深入分析了 IPTV 产业价值链的特点，在此基础上提出了许多十分有价值的 IPTV 媒介运营理念和可操作性技巧。

是否科学地把握新媒介的本质，不仅关系到新媒介运营策略的确定，而且直接关系到对新媒介的定位。科学的媒介定位对于媒介发展具有重要意义。这是许多媒介人都十分明白的一个常识性问题。可是就是在这个常



识性的问题上也恰恰是一些人犯错误的地方。就网络媒介来说，许多人只看到它是新兴媒介的一面，忘记了它还有衍生媒介的一面。网络媒介的本质是新媒介，但不完全是新兴媒介，在网络媒介体系中，真正属于新兴媒介的并不多，主要是指门户网站、博客、手机短信等，其他都属于衍生媒介。新兴媒介的经营方式和衍生媒介的经营方式是不相同的，应区别对待。现在，由于把新兴媒介和衍生媒介混在一块经营，严重地影响了经营要素作用的发挥，有时还出现一些相左的现象，给新媒介的运营造成了困难。陈斯华的《IPTV 产业价值链研究》十分重视 IPTV 媒介的特点，同时也很注意对媒介共性的研究。

媒介的共性功能是传递信息，有效地为受众提供服务。IPTV 媒介研究的重点不是强调信息传播的量，而是强调它的有效性。对于 IPTV 媒介研究的定位是由 IPTV 对用户的影响效果决定的，它的目的不仅是让用户知道什么内容的信息，而且要让用户真正会使用这些信息，进而由使用者转变为生产者。可见，IPTV 媒介传播信息的针对性很强，这既是 IPTV 媒介的特点，也是它的生命力强弱的标志。现在许多新媒介效仿大众传媒的做法，只顾及信息量，很少触及信息的效用，严重地危及自己的生命，新媒介的经营者应该吸取这种教训，有效提高新媒介的经营效益。

根据我国 IPTV 媒介的现状，其运营应注意解决三



个问题：其一，IPTV 媒介的定位；其二，IPTV 媒介经营模式；其三，IPTV 媒介经营策略。现在，在新媒介运营过程中有一个误区，即所谓新媒介的“通吃功能”或“一网打尽”功能。鉴于对新媒介的这种认知，只梦想“独霸天下”，从来不研究如何“共赢天下”，这是我国新媒介只能做小不能做大的根本原因。共赢是媒介的福，是媒介的生命，是媒介的未来。新媒介的生存和发展来自媒介资源的整合和共赢的经营理念及其策略。

是为序。

中国传媒大学博士生导师 周鸿铎

2007 年 11 月



目 录

序 / 1

引 言 / 1

第一章 IPTV 产业形成的背景 / 7

第一节 IPTV 的起源 / 9

第二节 IPTV 与三网融合 / 14

第三节 新媒体技术的应用 / 19

第四节 IPTV 信息组织的逻辑特征 / 26

第二章 网络视听与 IPTV 产业的形成 / 35

第一节 消费与生产的交互 / 37

第二节 产品价值链的特点 / 41



第三节 资本与经营特征 / 45

第四节 IPTV 产业的形成 / 48

第三章 IPTV 产业价值链 / 57

第一节 价值链、产业价值链理论综述 / 59

第二节 IPTV 产业价值链的特点 / 65

第三节 基于 IPTV 产业价值链的核心竞争力
分析 / 71

第四章 电信业与 IPTV / 81

第一节 寡头垄断市场的新空间 / 83

第二节 产品发展战略 / 88

第三节 超产业价值链的形成 / 91

第四节 从渠道到终端的渗透 / 94

第五章 电视业与 IPTV / 103

第一节 IPTV 机顶盒与用户体验 / 106

第二节 内容组织营销的差异化 / 109

第三节 盈利模式的改变 / 116

第四节 数字电视与 IPTV / 120

第六章 对 IPTV 产业管理体制的几点思考 / 127

第一节 政府干预的理论依据 / 129

第二节 融合的管理体制 / 132



第三节 许可式管理机制 / 137

第七章 IPTV 对用户的影响效果研究 / 141

第一节 把“用户”改变为“生产者” / 143

第二节 用户使用终端生产了些什么 / 149

第八章 IPTV 媒体文化范式 / 159

第一节 文本组织的构架意义 / 162

第二节 “主体—社会”互构的人本文化 / 165

第九章 IPTV 产业价值链增值瓶颈 / 169

第一节 产业价值链增值瓶颈环节 / 171

第二节 IPTV 营收现状分析 / 175

第三节 IP 网络视听分享的产业价值链意义 / 180

第四节 对 IPTV 产业评估体系架构的思考 / 184

参考文献 / 189

致谢 / 193

IPTV 产业价值链研究

引 言



IPTV 是用户、网络、数字化技术、流媒体技术、设备、终端、资本、内容、应用服务、体制等多种元素围绕最大的 IP——网络国际互联网延伸发展的结果，因此，它的发展能够在短时间内嫁接网络媒体既有的盈利模式、用户基础和行业经验，以 PC 终端应用为节点，向移动终端、电视终端延伸。**IPTV 是一个由渠道向终端渗透的新媒体。**

IPTV 不是电视，因为它是电视内容及应用服务的延伸和电信内容及应用服务的延伸与既有互联网媒体内容及应用服务的融合。**IPTV 是一个融合的新媒体。**

IPTV 使生产和消费合一。用户在消费内容及应用服务的同时通过信息的上传也参与创造，IPTV 体现消费就是生产。**IPTV 是一个交互的新媒体。**

IPTV 以用户体验、个性化为特色，它首先是一种体验经济，其次才是注意力经济。

这就是 IPTV 的特点，这些特点就是 IPTV 的核心竞争力，也是 IPTV 产业的价值。

对于 IPTV 研究文献的综述，在这里借用中国传媒



大学在读博士研究生陈鹏在他的硕士学位论文《IPTV 发展与媒介创新研究》之“IPTV 研究的文献综述”的结论。这个结论形成的时间截止到 2006 年 5 月份。

陈鹏对文献的综合分析，得出如下结论：

我国对 IPTV 的重点研究主要集中在三个领域，一是技术、标准、方案；二是介绍、对比、解释；三是运营、市场、体制、趋势。对 IPTV 的研究多以技术标准分析、国外发展介绍、业务模式简况、市场发展瓶颈、对策研究和发展趋势等研究为主，尤其以技术研究占了绝大多数的比重。就技术层面之外的研究整体而言还较为分散，各个研究角度与层次较为孤立，缺少系统的梳理和具有理论深度的系统分析。

陈鹏的论文是从产业角度切入对 IPTV 及相关的传媒与社会现象进行的阐释，并在此基础上对 IPTV 的优劣与劣势、发展中的利益冲突和难点以及发展所面临的机遇与策略进行了分析，同时在探讨了几种不同发展模式的基础上，提出了解决 IPTV 发展困境的根本办法是传媒产业化改革的深化以及广电、电信的联合运营，最终实现打破结构的三网融合和媒介融合。

而本课题的研究则是在综合相关研究者的研究结论



或者是研究成果的基础上，将美国哈佛商学院迈克尔·波特的企业价值链理论和思想应用于 IPTV 产业的研究，研究 IPTV 产业的核心竞争力是什么，IPTV 产业链的特点，IPTV 产业价值链增值瓶颈环节在哪里，如何消除 IPTV 产业价值链增值瓶颈环节。

由于 IPTV 产业是一个跨行业、跨媒体、跨终端的新媒体产业，因此，IPTV 产业要求它的研究者必须具备跨行业、跨媒体、跨终端的实践应用技能和相关理论知识。这是一个挑战，也是现阶段关于 IPTV 产业理论缺乏的一个原因。

由于网络、技术融合于 IPTV 内容及应用服务之中，或者说网络、技术成为 IPTV 内容及应用服务的一部分，因此，IPTV 内容及应用服务要求它的研究者必须具备相关网络、技术知识和操作性的实践经验以及由多学科理论背景支持下的创意、策划等技能。这也是一个挑战，也是现阶段关于 IPTV 产业理论缺乏的一个原因。

因此，本课题的研究便是 IPTV 产业理论研究领域的一个尝试，意在抛砖引玉。

