

内容目录

第一章 前言	3
第二章 2023-2028 年 OTTTV 电视盒市场前景及趋势预测	4
第一节 OTTTV 电视盒行业监管情况及主要政策法规	4
一、所属行业及确定所属行业的依据	4
二、行业主管部门与监管体制	4
三、行业主要法律法规	5
四、行业主要产业政策	7
五、主要出口国及地区关于华曦达产品的法律法规和产业政策	10
第二节 我国 OTTTV 电视盒行业主要发展特征	14
一、行业的主要壁垒	14
(1) 技术壁垒	14
(2) 客户壁垒	15
(3) 认证壁垒	16
(4) 核心原材料供应壁垒	16
二、行业经营模式	17
三、行业周期性	17
四、行业区域性	17
五、行业季节性	17
第三节 2022-2023 年中国 OTTTV 电视盒行业发展情况分析	18
一、电视盒行业概述	18
二、网络电视盒行业市场规模整体上升	20
三、OTTTV 电视盒行业发展前景向好	21
(1) 产品优势引导需求升级	21
(2) 区域发展分化蕴藏增长机会	22
四、AndroidTV 电视盒行业发展现状	22
(1) AndroidTV 电视盒的特点及功能	22
(2) AndroidTV 电视盒市场需求分析	23
五、OTTTV 电视盒行业发展趋势	25
(1) 4K/8K 高清潮流推动 OTTTV 电视盒迭代升级，新增长空间显现	25
(2) 融合化 OTTTV 电视盒有望成为智慧家庭的枢纽	26
(3) 新兴技术快速发展加速 OTTTV 电视盒的变革与升级	27
六、行业技术水平特点及未来发展趋势	27
第四节 企业案例分析：华曦达	28
一、华曦达的市场地位	28
二、竞争优势	29
三、竞争劣势	32
四、与同行业可比公司的比较情况	32
五、华曦达未来发展战略	35
第五节 2023-2028 年我国 OTTTV 电视盒行业面临的机遇与挑战	36
一、面临的机遇	36

(1) 全球互联网电视行业进入快速发展期, AndroidTV 生态渗透率持续提升	36
(2) 全球运营商大力投入 ICT 相关设备布局, 网络通信设备与下游终端设备需求量同时 上涨	36
(3) 全球运营商加速布局智慧家庭生态行业, 市场空间潜力巨大	37
(4) 电信运营商加速数字化转型升级, 业务上云带来发展新机遇	37
二、面临的挑战	38
(1) 研发资金及营运资金投入不断提高的挑战	38
(2) 人才储备的挑战	38
第三章 OTT TV 电视盒企业跨界营销策略研究报告	39
第一节 品牌执着跨界联名、IP 营销的原因	39
第二节 跨界营销: 两个品牌谈恋爱	40
一、如何选择跨界对象	40
二、主要跨界方式	40
(一) 产品跨界	41
(二) 渠道跨界	41
(三) 文化跨界	41
(四) 促销跨界	41
(五) 交叉跨界	41
三、跨界需要注意的问题	42
(一) 跨界跨得要高, 行业重要性越高, 越受关注	42
(二) 跨界跨得要深, 品牌之间渗透要深, 不要表面化	42
(三) 跨界要把握恰到好处的引爆点	42
第三节 1+1>2 跨界营销的一箭三雕	42
一、资源互补 跨界制胜	42
二、跨界营销五大原则	44
(一) 资源共享的原则	44
(二) 1+1>2 的原则	45
(三) 主体非竞争性原则	45
(四) 目标群体一致的原则	45
(五) 用户体验性原则	46
三、如何用好跨界营销	46
第四节 跨界合作伙伴选择策略	47
一、品牌价值契合	48
二、互动潜力巨大	48
三、体验能力充分	48
四、文化影响深远	49
五、目标受众吻合	49
六、营销资源互补	50
第五节 跨界营销策略案例	50
一、与银行捆绑合作	50
二、与商场(超市)合作促销	51
三、与电影院合作	51
四、与饮料企业合作	51
五、与互动游戏企业合作	51

六、与电器卖场合作促销	51
第六节 案例：肯德基跨界营销	51
一、巧借明星势能,让品牌赢得流量之战	52
二、玩转跨界营销,获得上亿粉丝青睐	53
三、肯德基+热门影视剧,销量和口碑得到双提升	53
第四章 OTTV 电视盒企业《跨界营销策略》制定手册	54
第一节 动员与组织	54
一、动员	54
二、组织	55
第二节 学习与研究	55
一、学习方案	55
二、研究方案	56
第三节 制定前准备	57
一、制定原则	57
二、注意事项	58
三、有效战略的关键点	59
第四节 战略组成与制定流程	61
一、战略结构组成	61
二、战略制定流程	62
第五节 具体方案制定	63
一、具体方案制定	63
二、配套方案制定	65
第五章 OTTV 电视盒企业《跨界营销策略》实施手册	66
第一节 培训与实施准备	66
第二节 试运行与正式实施	66
一、试运行与正式实施	66
二、实施方案	67
第三节 构建执行与推进体系	67
第四节 增强实施保障能力	68
第五节 动态管理与完善	69
第六节 战略评估、考核与审计	69
第六章 总结：商业自是有胜算	70

第一章 前言

市场上品牌与联名产品之间的营销宣传，一定程度上可以突破大众消费者对品牌的旧有认知，达到破圈的效果。

那么，品牌执着跨界联名、IP 营销的原因是什么？

跨界营销的策略有哪些？

跨界营销为什么成功？有什么可以借鉴的？

.....

下面，我们先从 OTTTV 电视盒行业市场进行分析，然后重点分析并解答以上问题。

相信通过本文全面深入的研究和解答，您对这些信息的了解与把控，将上升到一个新的台阶。这将为您的经营管理、战略部署、成功投资提供有力的决策参考价值，也为您抢占市场先机提供有力的保证。

第二章 2023-2028 年 OTTTV 电视盒市场前景及趋势预测

第一节 OTTTV 电视盒行业监管情况及主要政策法规

一、所属行业及确定所属行业的依据

根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）及《2017 国民经济行业分类注释》，OTT TV 电视盒所属行业为“计算机、通信和其他电子设备制造业（C39）”。其中，数字视讯产品属于“影视录放设备制造（C3953）”。

根据《挂牌公司管理型行业分类指引》，OTT TV 电视盒所属行业为“计算机、通信和其他电子设备制造业（C39）”。网络通信产品属于“通信系统设备制造（C3921）”。

根据《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》（2016 版），OTT TV 电视盒所属的行业为“1 新一代信息技术产业”之“1.1 下一代信息网络产业”。网络通信产品属于“1.1.2 信息终端设备”中的“其他通信终端设备”。

二、行业主管部门与监管体制

OTT TV 电视盒所处行业的主管部门是国家广播电视总局、国家工信部、国家市场监督管理总局和国家发改委。

（1）国家广播电视总局

国家广播电视总局是广电新媒体行业的主管部门之一，其主要职能为：拟订广播电视、网络视听节目服务管理的政策措施，加强广播电视阵地管理，把握正确的舆论导向和创作导向；负责起草广播电视、网络视听节目服务管理的法律法规草案，制定部门规章、行业标准并组织实施和监督检查，指导、推进广播电视领域的体制机制改革；指导、协调、推动广播电视领域产业发展，制定发展规划、产业政策并组织实施；负责制定广播电视领域事业发展政策和规划；负责数字电视网络运

营、数字电视节目内容制作、数字电视有关技术政策和行业标准的制定及实施、数字电视设备器材的入网认定等方面进行监督管理；负责监督管理、审查广播电视节目、网络视听节目的内容和质量，指导、监管广播电视广告播放；负责推进广播电视与新媒体新技术新业态融合发展，推进广电网与电信网、互联网三网融合；开展广播电视国际交流与合作，协调推动广播电视领域走出去工作，负责广播电视节目的进口、收录和管理；指导广播电视、网络视听行业人才队伍建设等。

（2）国家工信部

国家工信部负责统筹推进国家信息化工作，组织制定相关政策并协调信息化建设中的重大问题，其主要职责为：研究拟定行业发展战略、方针政策和总体规划；制订行业技术体制和技术标准；指导电信和互联网相关行业自律和相关行业组织发展；负责电信网、互联网网络与信息安全技术平台的建设和使用管理；负责信息通信领域网络与信息安全保障体系建设；协调电信网、互联网、专用通信网的建设，促进网络资源共建共享；组织开展新技术新业务安全评估，加强信息通信业准入管理，拟订相关政策并组织实施；拟定电信网、互联网及工业控制系统网络与信息安全行业规划、产业政策、规章、行业技术规范和标准并组织实施，加强电信网、互联网及工业控制系统网络安全审查；拟订电信网、互联网数据安全政策、规范、标准并组织实施等。

（3）国家市场监督管理总局

国家市场监督管理总局主要职责为：负责市场综合监督管理，起草市场监督管理总局有关法律法规草案，制定有关规章、政策、标准，拟订并组织实施有关规划，规范和维护市场秩序，营造诚实守信、公平竞争的市场环境；负责统一管理标准化工作，依法承担强制性国家标准的立项、编号、对外通报和授权批准发布工作，制定推荐性国家标准，依法协调指导和监督行业标准、地方标准、团体标准制定工作；组织开展标准化国际合作和参与制定、采用国际标准工作等。

（4）国家发改委

国家发改委主要职责为：拟订并组织实施国民经济和社会发展战略、中长期规划和年度计划；牵头组织统一规划体系建设；负责国家级专项规划、区域规划、空间规划与国家发展规划的统筹衔接；起草国民经济和社会发展、经济体制改革和对外开放的有关法律法规草案，制定部门规章；组织开展重大战略规划、重大政策、重大工程等评估督导，提出相关调整建议；会同相关部门规划布局国家重大科技基础设施。组织拟订并推动实施高技术产业和战略性新兴产业发展规划政策，协调产业升级、重大技术装备推广应用等方面的重大问题等。

三、行业主要法律法规

（1）OTT TV 电视盒行业的主要法律法规

法规名称	发布时间	发布部门	监管内容
《专网及定向传播视听节目服务管理规定》（广电总局令第8号（修订））	2021年	国家广播电视总局	从事内容提供、集成播控、传输分发等专网及定向传播视听节目服务，应当取得《信息网络传播视听节目许可证》；专网及定向传播视听节目服务单位应当按照《信息网络传播视听节目许可证》载明的事项从事专网及定向传播视听节目服务。
《超高清视频标准体系建设指南（2020版）》	2020年	国家工信部	到2022年，进一步完善超高清视频标准体系，制定标准50项以上，重点推进广播电视、文教娱乐、安防监控、医疗健康、智能交通、工业制造等重点领域行业应用的标准化工作。
《网络音视频信息服务管理规定》	2019年	国家互联网信息办公室、文化和旅游部、国家广播电视总局	网络音视频信息服务提供者应当依法取得法律、行政法规规定的相关资质；应当建立健全用户注册、信息发布审核、信息安全管理等制度。任何组织和个人不得利用网络音视频信息服务以及相关信息技术从事法律法规禁止的活动，侵害他人合法权益。
《广播电视设备器材入网认定管理办法》	2019年	国家广播电视总局	广电总局对广播电视设备器材指定入网认定适用技术标准，统一印制、颁发入网认定证书。
《互联网电视产业规范》	2018年	中国网络视听节目服务协会互联网电视工作委员会	根据《产业规范》的要求，由七大牌照方组成的互联网电视工作委员会将推出统一的互联网电视 Launcher 界面、支付和应用商店管理体系。这意味着目前互联网电视产业一些违规行为将受到限制，广电总局181号文、6号令将得到贯彻与落实，互联网电视将完全在“可管可控”范围内运营。
《国务院关于调整工业产品生产许可证管理目录和试行简化审批程序的决定》	2017年	国务院	部分地区和行业试行简化生产许可证审批程序，“卫星电视广播地面接收设备”类别的产品被列入调整后继续实施工业产品生产许可证管理的产品目录。

(2) 家庭网络通信设备行业的主要法律法规

法规名称	发布时间	发布部门	监管内容
《中华人民共和国数据安全法》	2021年	全国人民代表大会常务委员会	开展数据处理活动应当依照法律、法规的规定，建立健全全流程数据安全管理制度，组织开展数据安全教育培训，采取相应的技术措施和其他必要措施，保障数据安全。利用互联网等信息网络开展数据处理活动，应当在网络安全等级保护制度的基础上，履行上述数据安全保护义务。
《电信业务经营许可管理办法》	2018年	国家工信部	规范电信市场秩序，维护电信用户和电信业务经营者的合法权益，保障电信网络和信息安全，促进电信业的健康发展。
《国家智能制造标准体系建设指南（2018年版）》	2018年	国家工信部、国家标准化管理委员会	明确基础共性、关键技术、行业应用三个层次构成的国家智能制造标准体系；建设智能制造标准试验验证平台，提升公共服务能力，提高标准应用水平和国际化水平。促进了智能网关的应用和发展。
《中华人民共和国电信条例》（2016年修订）	2016年	国务院	经营电信业务，必须依照本条例的规定取得国务院信息产业主管部门或者省、自治区、直辖市电信管理机构颁发的电信业务经营许可证。未取得电信业务经营许可证，任何组织或者个人不得从事电信业务经营活动。
《电信设备进网管理办法》	2014年	国家工信部	对接入公用电信网的电信终端设备、无线电通信设备和涉及网间互联的电信设备实行进网许可制度。

四、行业主要产业政策

(1) 我国 OTTV 电视盒行业主要产业政策

文件名称	发布时间	发布部门	与本行业相关主要内容
关于印发“十四五”推进农业农村现代化规划的通知	2022 年	国务院	加强乡村信息基础设施建设。实施数字乡村建设工程。加快农村光纤宽带、移动互联网、数字电视网和下一代互联网发展，支持农村及偏远地区信息通信基础设施建设。
专网及定向传播视听节目服务管理规定	2021 年	国家新闻出版广电总局	专网及定向传播视听节目服务，是指以电视机、手机等各类固定、移动电子设备为接收终端，通过局域网络及利用互联网假设虚拟专网或者以互联网等信息网络为定向传输通道，向公众定向提供广播电视节目等视听节目服务活动，包括以交互式网络电视（IPTV）、专网手机电视、互联网电视等形式从事内容提供、集成播控、传输分发等活动。
《关于加强广播电视公共服务体系建设的指导意见》	2020 年	国家广播电视总局	到 2025 年，系统完善、层次分明、衔接配套、科学适用的基本公共服务标准体系全面建立，标准化建设成为推动公共服务体系建设的基本途径；基本公共服务均等化总体实现，全国应急广播体系基本建成；公共服务覆盖面和适用性显著提高，内容需求反馈机制、运行维护机制、长效服务机制、绩效考核机制、政策保障机制更加健全；智慧广电得到普遍应用，公共服务数字化、高清化、网络化、智能化、移动化水平大幅提高，转型升级取得实质进展，实现由“户户通”向“人人通”、由“看电视”向“用电视”的新跨越。
《产业结构调整指导目录》	2019 年	国家发改委	鼓励类的调整目录“二十八信息产业”包括了“31、音视频编解码设备、音视频广播发射设备、数字电视演播室设备、数字电视系统设备、数字电视广播单频网设备、数字电视接收设备、数字摄录机、数字录放机、数字电视产品”等类别的相关产业。
《超高清视频产业发展行动计划（2019-2022 年）》	2019 年	国家工信部、国家广播电视总局、中央广播电视总台	要求按照“4K 先行、兼顾 8K”的总体技术路线，大力推进超高清视频产业发展和相关领域的应用，到 2020 年 4K 超高清视频用户数达 1 亿，2022 年用户数达到 2 亿，超高清视频产业总体规模超过 4 亿元。
《关于推动广播电视和网络视听产业高质量发展的意见》	2019 年	国家广播电视总局	发挥国家科技计划和专项规划的引领支撑作用，加快大数据、云计算、人工智能、IPv6、5G、VR、AR 等新一代信息技术在广播电视和网络视听节目制作播出和传输覆盖中的部署和应用。推动打造面向 5G 的更高格式、更新应用场景的视频业务新形态。加快高清电视和 4K/8K 超高清电视采集制作、集成播出、互动分发、数据中心、管理平台等系统建设。
《关于规范和促进 4K 超高清电视发展的通知》	2017 年	国家新闻出版广电总局	充分认识发展 4K 超高清电视的重要性和艰巨性，优先坚持高清电视发展较好的省份和机构开展 4K 超高清电视试点，坚持试点先行，稳中求进，进一步加强 4K 超高清电视技术标准体系建设，统一标准规范，确保技术质量，持续推进 4K 超高清内容建设，鼓励

			创新发展模式，着力推动制播、传输、服务协同一体化发展。
《新闻出版广播影视“十三五”发展规划》	2017年	国家新闻出版广电总局	明确指出将“智慧广电”战略和新闻出版数字化转型升级行动全面推进作为“十三五”我国新闻出版广播影视行业的主要发展目标之一，要求全国省级以上广播电视台基本建立全媒体制播云平台 and 全台网，地市级以上基本实现高清化，县级全部实现数字化网络化，高清电视和超高清电视得到进一步推广，开播4K超高清电视试验频道。

(2) 我国家庭网络通信设备行业的主要产业政策

文件名称	发布时间	发布部门	与本行业相关主要内容
《“十四五”信息通信行业发展规划》	2021年	国家工信部	提出5项重点任务，包括全面部署5G、千兆光纤网络、IPv6、移动物联网、卫星通信网络等新一代通信网络基础设施；统筹优化数据中心布局；构建绿色智能、互通共享的数据与算力设施；加快构建并形成以技术创新为驱动、以新一代通信网络为基础的新型数字基础设施建设。
《2021年政府工作报告》	2021年	国务院	加大5G网络和千兆光网建设力度，丰富应用场景；加强质量基础设施建设，深入实施质量提升行动。
《关于加快推动制造服务业高质量发展的意见》	2021年	国家发改委、科技部、工信部等十三部门	推进“5G+工业互联网”512工程，打造5个内网建设改造公共服务平台，遴选10个重点行业，挖掘20个典型应用场景。在家电、冶金、石化、汽车等重点领域遴选一批实施成效突出、复制推广价值大的智能制造标杆企业。
《关于开展深入推进宽带网络提速降费支撑经济高质量发展2019专项行动的通知》	2019年	国家工信部、国资委	推动基础电信企业在超过300个城市部署千兆宽带接入网络，千兆宽带覆盖用户规模超过2000万，为高带宽应用创新和推广提供基础网络保障。研究制定千兆城市评价指标，开展千兆宽带应用示范，重点面向VR/AR、超高清视频、远程教育、远程医疗等领域拓展应用空间，全年新增千兆宽带用户（含家庭用户和政企用户）40万。

《产业结构调整指导目录》	2019年	国家发改委	鼓励类的调整目录“二十八、信息产业”包括了“窄带物联网（NB-IoT）、宽带物联网（eMTC）等物联网（传感网）、智能网等新业务网设备制造与建设；物联网（传感网）等新业务网设备制造与建设；基于IPv6的下一代互联网技术研发及服务，网络设备、芯片、系统以及相关测试设备的研发和生产；支撑通信网的路由器、交换机、基站等设备。数字移动通信、移动自组网、接入网系统、数字集群通信系统及路由器、网关等网络设备制造”等类别。
《战略性新兴产业分类（2018）》	2018年	国家统计局	以重大技术突破和重大发展需求为基础，涵盖新一代信息技术、高端装备制造、新材料、生物、新能源汽车、新能源、节能环保、数字创意和相关服务业等产品和服务。
《数字中国建设发展报告（2017年）》	2018年	国家互联网信息办公室	加快新一代网络技术超前部署，组织实施5G规模组网建设及应用示范工程，推进产业链主要环节

			达到商用水平。积极推进物联网发展，加快工业互联网、能源互联网、空间互联网等新型网络设施建设，发展物联网开环应用。推进下一代广播电视网建设和有线无线卫星融合一体化建设。
《扩大和升级信息消费三年行动计划（2018-2020年）》	2018年	工业和信息化部、国家发展和改革委员会	拉动信息消费，推进基础网络建设，推进5G规模组网建设及应用示范工程，确保启动5G商用。

五、主要出口国及地区关于华曦达产品的法律法规和产业政策

(1) 主要出口国及地区的产业政策

公司产品的销售区域覆盖了欧洲、亚洲、美洲、非洲等多个区域，主要的出口国包括德国、波兰、匈牙利、越南、泰国、印度、美国等国家。上述主要出口国家针对公司产品的相关政策如下：

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/498123114142006070>