

2013上半年上海IPTV 使用情况浅析

孙旭超

IPTV即交互式网络电视，是利用宽带有线电视网的基础设施，以家用电视机作为主要终端电器，通过互联网络协议来提供包括电视节目在内的多种数字媒体服务。它集互联网、多媒体、通讯等技术于一体，利用计算机或机顶盒+电视完成接收视频点播节目、视频广播及网上冲浪等功能。它使用户可以得到高质量（接近DVD水平的）数字媒体服务，让用户可以自由地选择各内容服务提供者提供的视频节目，它实现了媒体提供者和媒体消费者的实质性互动，为网络发展商和节目提供商提供了广阔的新兴市场。

工信部于2013年6月公布的最新IPTV统计数据显示，2013年1至5月份，IPTV业务用户净增311万户，同比增长46.4%，达到2485万户，IPTV业务收入同比增长42.9%，达到15.8亿元。无论是从用户数还是收入增长来看，都显示出高速增长态势。

CSM媒介研究自2009年开始与中国电信上海公司合作，启动了IPTV回路数据家庭收视测量研究项目，并于2013年1月进行全量数据分析。本文根据上海电信全部IPTV用户的使用数据，对其2013年上半年（2013年1月1日至6月31日）IPTV各服务使用行为进行分析，以期展示用户对于新的媒体传播介质渠道的使用习惯。

日开机户数、日开机次数均平稳增长

2013年上半年，上海地区IPTV用户日开机户数及日开机次数均呈现了平稳增长的态势。从绝对值上看，相比2013年1月，2013年6月日开机户数增长了14.95万户，日开机次数增长了37.8万次。而2013年2月，受春节长假期间阖家出游、走亲

访友等原因的影响，部分导致了日开机户数、日开机次数较大幅度的降低。与1月份比，日开机户数下降了3.88万户，日开机次数下降了6.4万次。

同时，我们注意到，日户均开机次数各月的变化幅度远低于日开机户数和日开机次数的变化幅度，分别为1.7、1.71、1.79、1.81、1.83、1.87。这说明，已开通使用IPTV服务的用户在使用IPTV上波动较小，IPTV的使用更取决于总体用户规模的拓展提升。分周天来看，除春节假期外，一般开机高峰均出现在周末；分时来看，同样是受春节长假影响，2月份开机高峰户数下降，但除去2月以外的各月开机户数曲线基本吻合，开机高峰均出现在上午8:00-12:00时段和晚间19:00-22:30时段。

点播服务在IPTV各服务中占比最高

从直播、点播、回看、增值服务各使用服务占比情况来看，2013年1-6月各月变化不大，使用过点播服务占比最高，其次是回看，再次是直播，增值服务使用户数最少（表1）。这恰恰与IPTV与传统有线电视对比显现的功能优势基本契合，而增值服务的比重较低，与中国用户长期免费获取服务的习惯息息相关。

从各服务业务使用的用户规模曲线来看，分周天点播、回看业务的用户规模高峰出现在元旦、清明假期和各个周末；分时使用高峰出现在晚间时段；2月份因为春节假期体现出不同的特征；用户花费在点播和回看业务上的时长都较节前有明显的提高；点播、回看服务的日户均使用时长最高，达到了172.8分钟和121.5分钟。

表1 2013年1-6月上海地区IPTV各服务使用家庭用户数对比(单位:户)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月
直播	750391	736500	728460	717037	710791	711459
点播	1145679	1134920	1132269	1127453	1135321	1147297
回看	1000034	1008732	1012484	1005510	1008490	1019389
增值服务	402578	366992	380980	359172	375176	386464

数据来源:CSM媒介研究

点播服务,春节期间户均花费时长增长超过8分钟。与1月的对比来看,能明显看出夜间有明显增加,这与春节期间夜间收视行为增多相吻合。在具体的点播节目到达户数和点播次数各前十五位排名中,2月份播出的《2013央视春节联欢晚会》取代了《康熙来了》系列节目的一贯优势,排名第一,为点播行为的增加贡献了力量。

回看业务整体趋势各月变化不大。但是,同样在春节期间也呈现不一样的使用现象,有高峰出现,但最低点也出现在春节长假期间,且在春节长假后的工作日又呈现出一个使用高峰。

增值服务假期间先抑后扬,常态午间及晚间呈现高峰

2013年上半年,上海地区IPTV用户中使用增值服务的家庭的月总用户数以及日均用户数1至6月基本保持平稳,各月户使用量基本持平。

分周天来看,增值服务使用用户高峰基本出现在元旦、清明等小长假和周末。但春节长假期间,增值服务使用用户数、日均使用增值业务次数总体呈现“双低”特征。但我们注意到,春节假期间增值业务使用呈现先抑后扬的态势,在假期前夕时有大幅下降,在春节假期濒临结束时又有所回升,这与元旦小长假期间第一天低、第二三天保持增长,有着同样的原因:假期初期走亲访友、旅游等外出行为增多,后期居家行为增加。

分时来看,分时增值服务使用次数曲线各月趋势接近。早间开始爬升,8:00之后增值服务使用量进入一个相对稳定期,14:00后经历2个小时的小幅回落后,再次开始爬升。于17:00至18:00达到第一个小高点,此后经历小幅震荡后,19:00-22:30时段达到全天最高峰。这与上海地区IPTV用户的开机曲线比较吻合。而分时户均增值服务使用次数全天保持平稳。

在具体增值服务使用方面,到达率和点击次数最高的服务项目各月变化不大。以2013年4月为例,可以看出增值业务服务项目排名在前位的基本为套餐、气象、信息门户、音乐、游戏等(表2)。对于增值服务,决定用户选择使用何种增值服务项目的关键因素主要是资费标准、信息实用性以及用户对电子游戏的娱乐需求等。除去资费标准之外,如何提供给用户生活更密切相关的实用信息与服务,如何满足用户在家中消遣娱乐的需求,是提升IPTV增值服务规模、频次的当务之急。 程程中研

表2 2013年4月上海地区IPTV用户增值业务服务项目排名top 15

排名	到达户数月排名		使用次数月排名	
	节目名称	户数	节目名称	次数
1	套餐模拟栏目	120664	套餐模拟栏目	275037
2	气象模拟栏目	42845	气象模拟栏目	199035
3	信息门户模拟栏目	40368	九城游戏模拟栏目	131696
4	ZTE2.0音乐	36735	ZTE2.0游戏大厅高清	87002
5	九城游戏模拟栏目	33248	ZTE2.0音乐	61687
6	健康模拟栏目	32413	信息门户模拟栏目	61177
7	杂志(TV视刊)模拟栏目	31181	杂志(TV视刊)模拟栏目	56931
8	ZTE2.0游戏大厅高清	20039	健康模拟栏目	48871
9	社区(图吧)模拟栏目	18786	社区(图吧)模拟栏目	31289
10	ZTE2.0音乐高清	17477	HW2.0音乐	28994
11	HW2.0音乐	17423	ZTE2.0音乐高清	25869
12	教育模拟栏目	16880	教育模拟栏目	25098
13	订吧栏目	14868	HW2.0音乐高清	20750
14	1.社区	13650	订吧栏目	19514
15	HW2.0音乐高清	13648	1.社区	17238

数据来源:上海IPTV全量数据