



2018亚太IPTV生态大会

尊敬的 _____ 先生/女士，您好！

2018亚太IPTV生态大会将于2018年05月在北京召开。

会议内容

中国OTT大屏产业从2010年开始起步，经过前后8年的发展，从7家牌照方到后来大量视频服务平台的涌入、智能电视、OTT盒子终端厂商在硬件方面的推动，如今OTT大屏产业在用户层面已经聚集了1亿多激活终端、3亿多用户数量的规模，围绕OTT大屏商业变现的广告公司、营销公司、应用服务机构纷纷加入，形成了完整的OTT大屏生态体系。

但OTT市场潜力无限，目前只是浅尝，尚未进入深度开发，随后3年，OTT将从小高潮进入全面爆发时期。2018年整个OTT生态规模可能达到350亿，到2020年将可能达到600亿的规模。

与中国OTT几乎同时起步的亚太OTT生态大会由全球家庭互联网创新平台家庭互联网大会（GFIC）发起，是亚太地区规模最大、最具影响力的OTT行业盛会。自2012年第一届成功举办以来，吸引了来自全球10多个国家，2万多专业人士的深度参与。

为了探索OTT更多的发展可能性、挖掘OTT更大的商业价值，2018亚太OTT生态大会将继续邀请7大OTT牌照商、视频内容商、品牌终端方、OTT广告平台方、数据研究公司以及相关上下游合作伙伴，聚焦家庭大屏展开深度探讨！大会将由4大部分组成：OTT主题报告会、大视频创新论坛、家庭人工智能生态论坛、大屏智慧营销论坛，挖掘“家+大屏”的生态价值！

2018年，亚太OTT生态大会期待与您一同开启OTT下一个8年！

【一】8年之期！OTT生态圈已然形成

2010年3月，总局颁发了第一张OTT牌照商。紧接着，4月发放《互联网电视内容服务管理规范》、《互联网电视集成业务管理规范》，开始强调牌照商的角色，所有针对电视的互联网内容须以牌照商为出口。2年间，总计颁发了7张互联网电视牌照。

1、8年之期！7张牌照商颁发走出OTT正规化第一步

近2年，4K/8K、人工智能迎来迅猛发展，在拼杀惨烈的电视圈，不少品牌厂商都选择进军4K/8K、人工智能领域，家庭大屏市场将随着4K/8K的加入重新“洗牌”。

2、8年之期！4K/8K+AI重构大屏体验

《OTT第一份全付费模式运营报告》显示，OTT日活付费率基本维持在1.5%-3%，月活付费率在6%。从以前的全部免费到逐渐的付费，OTT内容付费正在慢慢被大众所接受。

随着OTT产业的爆发，OTT广告市场也进入了一个明显上升期，广告主也更青睐于大屏端广告投放。2017年上半年OTT广告收入10亿元RMB，快消、互联网、金融行业三大金主贡献六成份额，全年有望实现20亿+。“付费+广

告”将重塑OTT商业化之路。

3、8年之期！“付费+广告”重塑OTT商业化之路

截止2017年底，互联网电视累计覆盖终端达到2.55亿台，激活终端1.56亿台，激活率达到61.2%；其中一体机覆盖终端1.81亿台，激活终端1.15亿台，激活率达到63.5%；OTT机顶盒覆盖终端0.74亿台，激活终端0.41亿台，激活率达到54.4%。除此以外，OTT用户也正在以每季度450万户规模激增。

4、8年之期！OTT交出了完美的数据答卷

8年之路，OTT走得艰难，但从业者依旧坚持，也如期进行了第一批收割。未来8年，如何将OTT价值翻倍呢？2018亚太OTT生态大会将持续与OTT同仁一路前行，见证下一个8年！

5、未来8年！加入2018亚太OTT生态大会开启OTT下半场

【二】加入OTT生态圈！携手开启下一个8年

1、OTT主题报告会

经过8年发展，OTT价值锋芒初露，牌照商、内容方、硬件厂商等产业链各端格局也已经初步形成。在用户上，OTT用户规模也已经具有一定量级，用户基础扎实，且正在以每季度450万户规模激增。终端日活数据显示，2017年智能电视的日活有4800万，OTT盒子2500万，在日活占比上达到37%，3年以后也就是2020年，日活量将达到9千多万，作为一个长足发展的产业，OTT的未来值得期待。

本次OTT主题报告会邀请到七大牌照商，聚焦产业前沿，围绕OTT下半场如何布局，如何展开竞合进行探讨，旨在让业内人士更好的把握OTT未来的风向标，打造更加健康的OTT生态。

2、大视频创新论坛

目前，国内三大电信运营商宽带用户总数已经达3.15亿，OTT一体机+机顶盒保有量超过2.4亿。对于整个行业而言，已经进入到大宽带、大视频、大融合时代。据相关监测机构得出的数据显示，全球视频流量占互联网流量之比将从2015年的70%增加到2020年的82%，增速31%，远远高于全球互联网流量的增速22%。随着人们沟通需求和体验方式的变化，视频特别是以4K为代表的大视频已经成为趋势，预计到2025年，在大视频领域人均消耗的流量将增长500倍以上。

巨大的流量伴随着巨大的机遇。大视频创新论坛将邀请到大视频产业链内顶尖品牌、平台参与其中，包括互联网视频领导品牌、OTT方案解决商、OTT应用平台等，围绕电视视频新内容、新模式、新机遇展开探讨，论坛旨在揭示大视频时代带来的视频变革，探讨如何抓住大视频创新机遇，打造大视频非凡体验。

3、家庭人工智能生态论坛

2017，人工智能大爆发的一年，人工智能的市场红利正在到来。据相关数据显示，2016年中国人工智能产业规模已达100.60亿元，增长率43.3%，2017年将升至51.2%，产业规模达152.10亿元，并于2019年增至344.30亿元。

随着人工智能技术、大数据技术以及物联网技术的不断突破，“得AI者得天下”的口号被大肆宣扬，未来AI必将成为技术变革以及企业战略发展的核心驱动力。人工智能电视既是传统彩电业的未来突破口、驱动力，更是未来家庭娱乐控制中心的“热门人选”，人工智能电视未来必将进入“百家争鸣”的时代，决胜关键点是什么？家庭人工智能生态论坛就将围绕家庭娱乐新风口，决胜智能战展开探讨。论坛将邀请人工智能电视头部品牌、家庭娱乐相关企业参与论坛，共同探讨人工智能将给家庭带来的新变化，合力打通家庭智能新生态。

4、大屏智慧营销论

随着智能化的不断深入，大屏营销模式不断创新，开机广告、贴片广告、中插广告、智能识别等个性化、定制化、场景化广告形式深入人心。据数据显示，2016年OTT整个广告不到10个亿，仅达9.7亿。而2017年上半年就完成了2016年全年10个亿的广告额度，到2017年下半年整个市场会达到25亿的规模。根据数据推算，整个OTT广告的模式到2020将达到160亿。无疑，OTT大屏广告必然会得到广告主数字化营销的“盛宠”。

聚焦大屏营销新模式、新机遇，大屏智慧营销论坛将邀请到OTT广告营销企业，电视购物平台以及大数据研究企业，共同为未来大屏智慧营销出谋划策，全方位掌握广告主痛点，实现大屏营销价值最大化。

【三】OTT创新展！新品竞技专区



【四】往届与会企业/嘉宾



















































会议嘉宾

往届与会企业/嘉宾

2017年亚太IPTV生态大会参会企业				
2017年IPTV生态大会与会嘉宾				

<p>中财金控 新媒体产业董事长 张宇霞</p>	<p>山东广电新媒体 总经理 张晓刚</p>	<p>广西广电新媒体 总经理 蒋运雄</p>
		
<p>云南广电传媒集团 副总经理 杨于明</p>	<p>天津天视翔融 董事长 张和</p>	<p>优朋普乐创始人 董事长兼CEO 邵以丁</p>
		
<p>芒果TV 运营商网络中心总经理黄硕</p>	<p>北京新媒体集团 副总经理 赵志成</p>	<p>山东新媒体研究院 总经理 邓晖</p>
		
<p>百视通 副总裁 程曦</p>	<p>河北无线传媒 董事长 焦磊</p>	<p>南方新媒体 副总经理 陈硕宏</p>
		
<p>山西广电新媒体 副总经理 任晓瑛</p>	<p>辽宁广联视通 副总经理 许诺</p>	<p>华夏城视网络电视 总经理 陈畅民</p>
		
<p>橙视传媒 董事长 邓尚宏</p>	<p>视途通 联合创始人兼CMO 马超杰</p>	<p>数字太和 CTO 梁志坚</p>
		
<p>南瓜电影 CEO 庆钢</p>	<p>星红核 营销中心总经理/ 副总裁 郭硕</p>	<p>AsiaOTT&DVBCN 联合创始人/总编 何云峰</p>
		

会议门票

黄金VIP门票：4800元

- 1两天峰会参会资格；
- 2展台参观资格；
- 3会议期间午餐；
- 4会议现场坐席卡；
- 5会后总结报告；
- 6嘉宾演讲PPT；
- 7VIP晚宴；

VIP门票：3800元

- 1两天峰会参会资格；
- 2展台参观资格；
- 3会议期间午餐；
- 4会议现场坐席卡；
- 5会后总结报告；
- 6嘉宾演讲PPT；

普通听众票：800元

只限两天参会及展台，不含午餐

