



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2010年中国数字机顶盒市场发展状况及竞争格局走势分析报告

一、调研说明

《2009-2010年中国数字机顶盒市场发展状况及竞争格局走势分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/140614.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

序言

中国数字机顶盒市场正处在一个前所未有的利好发展时代。目前，中国拥有4亿台以上的模拟电视机，并且国家正在通过多种通道从模拟向数字过渡，虽然一体机等产品作为机顶盒的替代品存在于这个市场，但由于中国数字电视产业政策及产业特点，中国数字化工作将依然主要依靠数字机顶盒这种方式来解决。

中国数字电视机顶盒市场特点：

1) 中国数字电视机顶盒市场产品线千差万别

在中国数字电视市场，由于地方区域网络的不同，各网络运营商在选用设备时都是根据自身的情况，选择不同的设备，造成市场上分散的CA系统，不同的SMS、数据广播系统、浏览器、中间件等搭建的千差万别，也造成了机顶盒在设计的时候需要根据不同的网络运营商实际情况量身定制，造成中国有线数字电视机顶盒产品线过于复杂。

2) 中国数字机顶盒市场利润下滑、成本加大

在中国数字机顶盒市场，由于各地区网络运营商技术设备的千差万别，以及不同的网络运营商对于机顶盒界面、功能、遥控器等不同的需求，机顶盒厂商必须针对不同的网络运营商进行适当调整，开发符合运营商不同需求的机顶盒产品，导致了中国数字机顶盒市场厂商成本不断加大，而又由于国内目前已经有近百家企业投入到机顶盒市场，造成竞争比较激烈，产品利润不断下滑。

3) 中国数字电视机顶盒市场以基本型机顶盒为主

中国数字电视发展过程中，有线数字电视作为推进主体，在有线网络运营商整体转换中主要采用免费赠送终端接收设备的方式来加快数字化程度，并且出于成本考虑，大多运营商选择低端基本型机顶盒，地面、卫星以及IP数字机顶盒也由于产业尚未成熟，基本型机顶盒仍然作为市场主推产品。

报告摘要：

1、中国有线数字电视机顶盒市场现状

由于中国把有线数字电视作为整个产业的发展重点，有线数字机顶盒市场增长速度较快，2005年，中国有线数字电视机顶盒市场规模为345万台，2006年，中国有线数字机顶盒市场规模为1300万台，2007年，中国有线数字机顶盒市场规模为2800万台，2008年，中国有线数字

机顶盒市场规模为4900万台，2009年1-6月份，中国有线数字电视机顶盒市场规模为5739万台。

2、中国有线数字电视机顶盒市场发展——基本型

中国数字电视市场中基本型机顶盒目前仍然占据市场主导作用。其一般提供加密数字电视接收、EPG电子节目指南功能，市场价格大概在200-600元/台，运营商销售过程中还存在较大的价格差异，定价比较混乱；

2009年6月底，中国有线电视数字化工作中使用的基本型数字机顶盒市场中创维由于前期注意到整体市场发展的重要性，全国大规模发货，一跃成为行业内市场占有率最高的品牌，占据中国有线数字机顶盒整体市场15%的市场份额，其次为同洲，占据中国有线数字机顶盒整体市场11%的市场份额，排在第三位的为九洲，占据中国有线数字机顶盒整体市场10%的市场份额，排在第四位的是天柏，占据中国有线数字机顶盒整体市场7%的市场份额，排在第五位的江苏银河，占据中国有线数字机顶盒整体市场5%的份额，其他品牌市场占有率较低，品牌使用比较分散，共占据中国有线数字机顶盒市场52%的市场份额。

3、中国有线数字电视机顶盒市场发展——双向型

随着用户需求的提高和各地有线网络运营商陆续进行双向网络改造，双向机顶盒渐渐将成为标配。双向机顶盒提供电子政务、交通信息、休闲娱乐、新闻、电视杂志、证券、游戏等数据广播业务以及NVOD准视频点播等功能，市场价格大概在400元-800元/台，比往年价格有所下降；

2009年6月底，中国有线电视数字化工作中使用的双向型数字机顶盒市场中同洲机顶盒以其16%的市场份额成为行业内市场占有率最高的品牌，其次为天柏，占据中国有线数字机顶盒整体市场9%的市场份额，创维和九洲共同排在第三位，各占据中国有线数字机顶盒整体市场8%的市场份额，排在第四位的是江苏银河，占据中国有线数字机顶盒整体市场7%的市场份额，其他品牌市场占有率较低，品牌使用比较分散，占据中国有线数字机顶盒市场52%的市场份额。

4、中国有线数字电视机顶盒市场发展——高清型

2009年，国内高清节目内容还比较匮乏，只有5个频道，加之价格过高，很难形成快速发展的模式，虽然奥运赛事的高清转播是免费的，高清节目的终端销售借奥运的东风得到了快速增长，但奥运过后，能够吸引用户的丰富的高清节目内容还是制约高清电视产业发展的一个重要因素，但2009年国家广电总局力推高清数字电视发展，相信市场也有一定的增长空间，高清机顶盒价格大概在1000元-1500元/台，比往年价格也有所下降。

2009年6月底，中国有线电视数字化工作中使用的高清型数字机顶盒市场中同洲以20%的市场占有率依然占据中国有线数字机顶盒整体市场的第一位，其次为天柏，占据中国有线数字

机顶盒整体市场15%的市场份额，排在第三位的为创维，占据中国有线数字机顶盒整体市场9%的市场份额，九洲、松下和新大陆共同排在第四位，各占据中国有线数字机顶盒整体市场6%的市场份额，其他品牌市场占有率较低，品牌使用比较分散，占据中国有线数字机顶盒市场35%的市场份额。

5、中国有线数字电视机顶盒市场发展趋势

由于中国把有线数字电视作为整个产业的发展重点，有线数字机顶盒市场增长速度较快，2009年，中国有线数字机顶盒市场规模为7400万台，2010年，中国有线数字机顶盒市场规模为1.04亿台，2011年，中国有线数字机顶盒市场增量规模为1.4亿台，2012年，中国有线数字机顶盒市场规模为1.83亿台，2013年，中国有线数字机顶盒市场规模为2.35亿台。

报告目录

序言 2

名词释义 8

- 1、机顶盒定义 8
- 2、机顶盒功能 8
- 3、机顶盒分类 11
- 4、机顶盒工作原理 13

第一章 全球数字电视机顶盒市场发展状况及趋势 19

第一节 全球数字电视机顶盒市场发展状况 19

- 1、全球数字电视机顶盒市场发展状况 19
- 2、全球数字电视机顶盒市场构成探讨 21
- 3、全球各类数字机顶盒市场发展研究 22

第二节 全球数字电视机顶盒市场发展特征 26

- 1、全球有线数字机顶盒与卫星数字机顶盒竞争 26
- 2、全球地面数字机顶盒需求潜力研究 26
- 3、全球IP数字机顶盒市场增量趋势测量 27

第三节 全球数字电视机顶盒市场发展趋势 28

- 1、全球数字电视机顶盒市场发展趋势 28
- 2、全球数字电视机顶盒市场构成演变 29
- 3、全球各类数字机顶盒市场发展解读 30

第二章 中国数字电视机顶盒市场宏观环境 35

第一节 中国数字电视机顶盒市场宏观环境 35

- 1、中国数字电视机顶盒产业政策环境 35
- 2、中国数字电视机顶盒技术标准环境 36
- 3、中国数字电视机顶盒市场经营环境 37
- 4、中国数字电视机顶盒细分用户环境 38

第二节 中国数字电视机顶盒产品分类构成 39

- 1、中国数字电视机顶盒——按终端划分 39
- 2、中国数字电视机顶盒——按清晰度划分 41
- 3、中国数字电视机顶盒——按功能类型划分 41
- 4、中国各类数字电视机顶盒市场占有率分析 42

第三节 中国数字电视机顶盒市场特征研究 43

- 1、中国数字机顶盒市场采购特征 43
- 2、中国数字机顶盒市场生命周期 44
- 3、中国数字机顶盒市场季节变化 46
- 4、中国数字机顶盒市场利润变化 47

第四节 中国数字机顶盒市场影响因素研究 48

- 1、中国数字机顶盒市场发展驱动因素 48
- 2、中国数字机顶盒市场发展制约因素 50

第三章 中国数字电视机顶盒市场发展现状 52

第一节 中国数字电视机顶盒产业链构成 52

- 1、中国数字电视机顶盒产业链构成 52
- 2、中国数字电视机顶盒产业链特征 53
- 3、中国数字电视机顶盒产业链内部关系 53

第二节 中国数字电视机顶盒市场规模构成 54

- 1、中国数字电视机顶盒市场规模发展 54
- 2、中国数字电视机顶盒市场结构特征 56
- 3、中国各类数字电视机顶盒市场规模 57

第三节 中国数字电视机顶盒市场发展特点 61

- 1、中国数字电视机顶盒市场生产能力 61
- 2、中国数字电视机顶盒市场产品构成 62

3、中国数字电视机顶盒产品流向分析 62

第四章 中国数字机顶盒市场竞争研究 63

第一节 中国数字电视机顶盒市场竞争研究 63

1、中国数字电视机顶盒市场竞争主体 63

2、中国数字机顶盒整体市场竞争格局 64

3、中国数字机顶盒市场竞争格局走势 66

第二节 中国数字电视机顶盒市场竞争策略 67

1、中国数字电视机顶盒销售模式 67

2、中国数字电视机顶盒销售渠道 68

3、中国数字机顶盒渠道发展趋势 69

第三节、中国有线数字机顶盒市场竞争研究 70

1、中国有线数字机顶盒整体市场竞争研究 70

2、中国有线数字机顶盒区域市场竞争格局 73

第四节 中国有线数字机顶盒市场重点厂商研究 88

1、同洲 88

2、创维 91

3、九洲 93

4、天柏 95

5、长虹 97

6、银河 98

7、大显 99

8、全景 102

9、海信 103

10、九联 106

第五章 中国数字电视机顶盒产业链竞争环节状况 107

第一节 中国数字电视机顶盒芯片市场竞争状况 107

1、中国数字电视机顶盒芯片市场竞争主体 107

2、中国数字电视机顶盒芯片厂商和制造厂商之间的合作 108

3、中国数字电视机顶盒芯片核心技术发展趋势 109

4、中国数字电视机顶盒主流芯片厂商研究 110

5、中国数字电视机顶盒芯片市场竞争发展趋势 115

第二节 中国数字电视机顶盒设计市场竞争状况 116

- 1、中国数字电视机顶盒设计市场竞争主体 116
- 2、中国数字电视机顶盒芯片厂商与设计厂商之间的合作 117
- 3、中国数字电视机顶盒设计厂商和制造厂商之间的合作 120
- 4、中国数字电视主流设计厂商研究 122
- 5、中国数字电视机顶盒设计市场竞争发展趋势 123

第三节 中国数字电视机顶盒CA市场竞争状况 124

- 1、中国数字电视条件接收系统（CA）竞争主体 124
- 3、中国网络运营商对数字电视条件接收系统（CA）的选用 126
- 4、中国数字电视条件接收系统（CA）竞争厂商市场份额 128
- 5、中国数字电视条件接收系统（CA）竞争厂商策略 139
- 6、中国数字电视条件接收系统（CA）竞争格局趋势分析 143

第六章 中国数字机顶盒应用软件市场竞争状况研究 144

第一节 中国数字电视EPG市场发展现状 144

- 1、中国数字电视EPG市场竞争主体 144
- 2、中国数字电视EPG厂商市场份额 145
- 3、中国数字电视EPG市场竞争企业 145

第二节 中国数字电视数据广播市场发展现状 150

- 1、中国数字电视数据广播市场竞争主体 150
- 2、中国数字电视数据广播厂商市场份额 150
- 3、中国数字电视数据广播市场竞争企业 151

第三节 中国数字电视VOD市场发展现状 157

- 1、中国数字电视VOD市场竞争主体 157
- 2、中国数字电视VOD厂商市场份额 157
- 3、中国数字电视VOD市场竞争企业 159

第四节 中国数字电视中间件市场发展现状 160

- 1、中国数字电视中间件市场竞争主体 160
- 2、中国数字电视中间件厂商市场份额 160
- 3、中国数字电视中间件市场竞争企业 162

第七章 中国数字电视机顶盒市场趋势分析 171

第一节 中国数字电视产业发展趋势 171

- 1、中国数字电视市场发展影响因素、影响力指数、作用力方向、可能性指数 171
- 2、中国数字电视发展相关政策走势 175
- 3、中国数字电视产业发展趋势解读 178

第二节 中国数字电视机顶盒产品发展趋势 180

- 1、机顶盒入户影响因素、影响力指数、作用力方向、可能性指数 180
- 2、中国数字电视机顶盒产品竞争品、替代品 181
- 3、中国数字电视机顶盒技术经济发展趋势 182
- 4、有线数字电视机顶盒与运营商发展探讨 185

第三节 中国数字电视机顶盒市场规模预测 187

- 1、中国数字电视机顶盒市场规模趋势 187
- 2、中国数字电视机顶盒市场结构演变 188
- 3、中国各类数字电视机顶盒市场解读 189

第八章 中国数字电视机顶盒市场投资机会 194

第一节 中国数字电视机顶盒投资特性 194

- 1、中国数字电视机顶盒产品投资特性 194
- 2、中国数字电视机顶盒替代品产品投资特性 195
- 3、中国数字电视产业链投资特性 196

第二节 中国数字电视产业投资环境 197

- 1、中国数字电视发展优势 197
- 2、中国数字电视发展劣势 198
- 3、中国数字电视发展机会 200
- 4、中国数字电视发展存在的竞争 201

第三节 中国数字电视投资风险及规避措施 202

- 1、中国数字电视投资风险评估 202
- 2、中国数字电视投资风险规避 204

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/140614.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。