



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国数字电视机顶 盒行业深度研究与投资前景预测 分析报告

一、调研说明

《2010-2015年中国数字电视机顶盒行业深度研究与投资前景预测分析报告》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/147382.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

摘要

机顶盒(英文名全称是Set Top Box，简称STB)是指用来增强或扩展电视机功能的一种信息设备，由于人们通常将它放在电视机的上面，所以又被称为机顶盒或顶置盒。数字电视机顶盒是将数字电视信号转换成模拟信号的变换设备，可以给电视用户提供高质量的电视节目。数字机顶盒可以支持几乎所有的广播和交互式多媒体应用，包括收看普通电视节目、数字加密电视节目、点播多媒体节目和信息、电子节目指南(EPG)、收发电子邮件、因特网浏览、网上购物、远程教育等。

数字电视机顶盒，是将数字信号转换为可被现在电视机识别的模拟信号的转换期，另外他还兼具着降价米的数字信号解密的作用。在短时期内，机顶盒是不会退出历史舞台的，因为现在咱们使用的电视全部都是接收模拟信号，可数字电视出书的是数字信号，在全国范围内普及能接收数字信号的电视机是不切合国情的，而且也不能做到全国统一一种加密密码，所以电视机生产商为成本考虑也不会每个城市做一种电视，所以，机顶盒在短时期内不会退役

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国数字电视机顶盒行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区数字电视机顶盒市场的发展状况、数字电视机顶盒消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国数字电视机顶盒市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对数字电视机顶盒未来发展趋势进行了研判，是数字电视机顶盒生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前数字电视机顶盒行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

目录

第一章 机顶盒相关概述

第一节 机顶盒的概念及分类作用

一、机顶盒的定义

二、机顶盒的分类

三、数字机顶盒的功能

第二节 机顶盒技术原理

一、机顶盒原理

二、机顶盒关键技术

三、机顶盒结构发展趋势

第二章 2009-2010年全球机顶盒市场运行动态分析

第一节 2009-2010年世界机顶盒市场发展分析

- 一、2009年世界机顶盒市场发展分析
- 二、世界数字电视与机顶盒市场全面解析
- 三、中国及韩国机顶盒厂商占据亚太地区大部分市场份额
- 四、中国已成为全球数字电视机顶盒制造中心

第二节 2009-2010年中国机顶盒市场发展分析

- 一、中国机顶盒市场的发展回顾
- 二、年中国机顶盒市场解析
- 三、中国机顶盒市场发展浅析

第三节 2009-2010年中国机顶盒芯片市场分析

- 一、中外企业抢滩机顶盒芯片市场
- 二、国外厂商把持芯片市场
- 三、机顶盒芯片市场高端高集成方案受青睐
- 四、卫星机顶盒市场扩大导致卫星解码芯片竞争加剧
- 五、机顶盒芯片的高清化集成化发展趋势

第四节 2009-2010年中国机顶盒发展面临的挑战

- 一、中国机顶盒产业存在问题分析
- 二、一机一盒制引发市场问题
- 三、机顶盒市场仍存在争议
- 四、国内机顶盒市场混乱引起运营商反思

第五节 2009-2010年中国机顶盒市场发展对策分析

- 一、机顶盒的三种终端推广方式
- 二、机顶盒产品发展形态的选择方案
- 三、机顶盒应成为数字家庭网络终端

第三章 2009-2010年中国数字电视机顶盒产业运行环境分析

第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、城乡居民家庭人均可支配收入分析
- 三、全社会固定资产投资分析
- 四、进出口总额及增长率分析

五、社会消费品零售总额

第二节 2009-2010年中国数字电视机顶盒产业政策环境分析

一、广电部门政策和计划对机顶盒发展的影响

二、《广播影视科技"十五"计划和2010年远景规划》

三、中国数字电视传输标准采用情况

四、广电总局关于开展有线数字广播影视业务试点工作的通知

五、机卡分离标准

第三节 2009-2010年中国数字电视机顶盒产业社会环境分析

第四章 2009-2010年中国数字电视机顶盒产品市场走势分析

第一节 数字电视机顶盒相关概述

一、数字电视机顶盒的概念

二、数字电视机顶盒的原理与结构

三、数字电视机顶盒的主要技术

第二节 2009-2010年中国数字电视机顶盒市场发展综合分析

一、机顶盒是电视数字化的"马前卒"

二、数字电视机顶盒市场状况及环境

三、年中国数字电视机顶盒市场数据统计

四、二零零八年中国数字电视机顶盒市场概况

五、中国数字电视机顶盒市场前景可观

第三节 2009-2010年中国数字电视机顶盒细分产品市场状况

一、地面数字电视机顶盒市场面临大发展

二、国内数字有线电视机顶盒市场发展浅析

三、高清数字电视机顶盒发展分析

四、中国卫星电视机顶盒厚积薄发

第四节 2009-2010年中国数字电视机顶盒发展问题对策分析

一、数字电视机顶盒出口面临功耗大考

二、中国应控制数字电视机顶盒售价

三、中国应重新认识数字电视机顶盒

四、数字电视机顶盒应多机一盒

第五章 2009-2010年中国IPTV机顶盒产品市场运行态势分析

第一节 2009-2010年中国IPTV机顶盒概念及结构

一、IPTV与IP机顶盒概述

二、IP机顶盒的功能和类型

三、IP机顶盒的硬件、软件介绍

四、IPTV的终端类型介绍

五、IPTV机顶盒的技术需求

六、IPTV机顶盒的标准及要求

第二节 2009-2010年中国IP机顶盒市场发展状况分析

一、IPTV机顶盒市场进入快速发展阶段

二、IPTV抢占机顶盒高端市场

三、机顶盒厂商争食IPTV市场

四、国务院对IPTV机顶盒发展的影响

第三节 2009-2010年中国IP机顶盒市场问题分析

一、阻碍IP机顶盒发展的三大问题

二、IP机顶盒的模式、技术发展存在难题

三、IPTV机顶盒技术标准和行业规范尚未统一

第四节 2009-2010年中国IP机顶盒市场机遇前景分析

一、IPTV机顶盒未来发展方向

二、IPTV带来机顶盒市场广阔前景

三、IPTV产业迎来竞合新机遇

四、网络电视机顶盒终端应用将呈现多元化

五、IPTV机顶盒产品发展趋势分析

第六章 2009-2010年中国机顶盒技术研究进展分析

第一节 2009-2010年中国机顶盒相关技术的研究发展

一、有线机顶盒的两极发展态势

二、卫星机顶盒实现集成突破

三、IP机顶盒关键技术分析

四、数字电视CW共享机顶盒的市场技术

五、机顶盒节能技术获新突破

六、动感娱乐D高清机顶盒已研制成功

第二节 2009-2010年中国机顶盒应用软件技术发展

- 一、CA中国市场机会巨大
- 二、EPG新技术核心分析
- 三、SMS市场竞争激烈
- 四、数据广播打造新文化传媒
- 五、VOD市场蓬勃发展
- 六、软件开发是未来数字机顶盒发展的核心

第三节 机卡分离技术

- 一、机卡分离启动机顶盒市场全面发展
- 二、机卡分离方案推广取决于技术成熟性
- 三、机卡分离认证规范数字电视市场
- 四、机卡分离规模应用需要运营商支持
- 五、机卡分离技术重在增值业务
- 六、关于机卡分离技术的思考

第四节 "一体机"发展状况分析

- 一、数字电视一体机的发展分析
- 二、数字电视一体机进入发展快车道
- 三、数字电视一体机存在的问题分析
- 四、数字电视一体机成大势所趋

第五节 2010-2015年中国机顶盒产品技术的发展趋势

- 一、机顶盒产品的多媒体终端应用趋势
- 二、机顶盒控制系统还有待升级
- 三、"机道分离"技术将带来机顶盒产业发展新局面
- 四、高清和互动仍将是机顶盒市场发展主旋律
- 五、机顶盒技术的发展方向解析

第七章 2009-2010年中国机顶盒市场竞争格局分析

第一节 2009-2010年中国机顶盒市场竞争状况

- 一、中国机顶盒市场竞争异常激烈
- 二、STB市场竞争加剧
- 三、机顶盒厂家进入市场的艰难途径
- 四、中国专业机顶盒企业面临转型

第二节 2009-2010年中国机顶盒市场产业链竞争热点分析

- 一、机顶盒产业链竞争概述
- 二、互联网电视引起单芯片市场竞争加剧
- 三、中间件市场竞争还未展开
- 四、EPG应用凸显优势

第八章 2009-2010年中国机顶盒相关上市公司经营状况分析

第一节 深圳市同洲电子股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

第二节 四川长虹电器股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析
- 六、长虹机顶盒市场占有率稳居行业第一

第三节 同方股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析
- 六、同方IPTV机顶盒市场发展战略

第四节 青岛海信电器股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

六、海信数字电视机顶盒优势突出获青睐

第五节 青岛海尔股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析
- 六、2009年企业发展动态及策略
- 七、海尔推出全国首款"双核机顶盒"

第九章 2010-2015年中国机顶盒行业投资机会与风险分析

第一节 2010-2015年中国机顶盒行业投资机会分析

- 一、中国机顶盒的巨大商机
- 二、高清机顶盒市场商机乍现
- 三、双向机顶盒将成市场主流
- 四、第二台机顶盒市场备受关注

第二节 2010-2015年中国机顶盒行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险分析
- 二、技术风险分析
- 三、政策风险分析

第三节 2010-2015年中国机顶盒行业投资风险规避

第十章 2010-2015年中国数字机顶盒产品发展趋势预测分析

第一节 2010-2015年世界机顶盒发展预测

- 一、2010年世界卫星电视机顶盒市场销量预测
- 二、2015年全球IP机顶盒销售收入预测
- 三、2012年全球机顶盒出货量预测
- 四、2012年世界混合机顶盒市场规模预测

第二节 2010-2015年中国机顶盒产业发展前景分析

- 一、市场需求促进机顶盒的发展和繁荣
- 二、绿色节能是机顶盒的未来趋势
- 三、2010-2015年中国机顶盒市场趋势分析

第三节 2010-2015年中国机顶盒市场盈利预测分析

图表目录：

图表：中国GDP分析

图表：城乡居民家庭人均可支配收入分析

图表：全社会固定资产投资分析

图表：进出口总额及增长率分析

图表：社会消费品零售总额

图表：各类平台数字电视家庭用户及占电视家庭用户的比例

图表：2004-2010年各区域数字电视家庭用户

图表：2002-2010年全球每年增加的数字电视家庭用户

图表：2008-2012年英国停播模拟电视时间表

图表：计划和预测实现完全数字化的国家（地区）和时间

图表：2003-2009年按平台类型全球机顶盒收入

图表：2003-2009年按地区类型全球机顶盒收入

图表：IP机顶盒销量分析

图表：2000-2011年中国有线电视用户结构发展及预测

图表：2004-2008年中国数字机顶盒出货量

图表：中国有线机顶盒累计出货量市场份额（保有量）

图表：2008年有线机顶盒厂商出货量市场份额

图表：2008年有线双向机顶盒主要地域流向

图表：数字电视机顶盒结构示意图

图表：机顶盒软件系统结构

图表：2004-2008年中国数字电视机顶盒市场销售量

图表：2004-2008年中国数字电视机顶盒市场销售额

图表：2008年前三季度中国数字电视机顶盒市场品牌销售量结构

图表：2004-2008年前三季度中国数字电视机顶盒销量产品类型结构变化

图表：2008年前三季度中国数字电视机顶盒区域市场销量结构

图表：2005-2009年中国有线数字机顶盒市场规模发展现状

图表：2009年中国有线数字机顶盒市场发展-基本型

图表：2009年中国有线数字机顶盒市场发展-双向型

图表：2009年中国有线数字机顶盒市场发展-高清型

图表：2009-2013年中国有线数字机顶盒市场规模发展趋势

图表：ST机顶盒产品规划图

图表：基于STi7105的机顶盒架构框图

图表：STi7105内部结构简图

图表：基于STi7105的便携多媒体设备架构框图

图表：2006-2011年全球IPTV机顶盒单位出货量预测

图表：2007-2013年IPTV用户数预测

图表：博通BCM7401方框图

图表：富士通微电子提供的MB86H60高清解码参考板

图表：法规生效一年后简单数字机顶盒不应超过的能耗限制

图表：法规生效三年后简单数字机顶盒不应超过的能耗限制

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/147382.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专业提供投资咨询报告、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。