



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2010-2015年中国有线数字电视 增值业务市场调研与发展前景预 测报告

# 一、调研说明

《2010-2015年中国有线数字电视增值业务市场调研与发展前景预测报告》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/154888.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](mailto: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

当前我国数字电视增值业务正处于发展的转折期，当运营商完成整体平移之后，下一步获得盈利的支撑点，要靠增值业务，这一点在业内已形成共识。尤其是进入 2008 年之后，增值业务的开拓势在必行，变得比以往更为明确。今年借奥运的东风，增值业务将面临很好的发展机遇。对于大多数的数字电视用户而言，增值业务只是一个概念。但是，增值服务是大势所趋，它是数字电视发展的必须，也是必然。不发展增值业务，传统的数字电视会走进死胡同。

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，对我国有线数字电视增值业务行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区有线数字电视增值业务市场的发展状况、有线数字电视增值业务消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国有线数字电视增值业务市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对有线数字电视增值业务未来发展趋势进行了研判，是有线数字电视增值业务生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前有线数字电视增值业务行业发展动态，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 有线数字电视增值业务相关概述

##### 第一节 有线数字电视阐述

##### 第二节 有线电视结构分析

###### 一、首端宽频放大器

###### 二、干线宽频放大器

###### 三、支线宽频放大器

###### 四、分配放大器

##### 第三节 有线数字电视增值业务相关介绍

###### 一、有线数字电视增值业务的特点

###### 二、有线数字电视增值业务提供的服务

###### 三、有线数字电视增值业务的应用领域

#### 第二章 2009-2010年全球有线电视行业运行形势分析

##### 第一节 2009-2010年全球有线电视行业运行概况

- 一、国外有线电视新技术研究
  - 二、国外有线电视的节目管理浅谈
  - 三、国外有线电视产业化发展存在问题分析
- 第二节 2009-2010年全球有线电视行业动态分析

- 一、全球有线电视家庭用户规模
  - 二、全球有线电视机上盒市场解析
  - 三、国外有线电视网与电信网关系分析
- 第三节 2010-2013年世界有线电视产业发展趋势分析

## 第二章 2009-2010年中国有线数字电视产业运行态势分析

### 第一节 2009-2010年中国有线电视发展概况分析

- 一、中国有线电视用户规模分析
- 二、中国有线电视收费标准分析
- 三、中国有线电视网的发展特点分析

### 第二节 2009-2010年中国有线数字电视发展现状分析

- 一、中国有线数字电视用户规模分析
- 二、中国有线电视数字整转概况分析
- 三、中国有线电视数字化面临的问题分析
- 四、中国有线数字电视运营模式分析
- 五、中国数字电视收费标准
- 六、中国数字电视发展规划

### 第三节 2009-2010年中国有线电视网双改造发展态势分析

- 一、有线网络双向化改造进度加快
- 二、实现双向网改的因素分析
- 三、对各地广电机构进行双向改造提出的几点建议
- 四、实现双向网改后的业务动向

## 第三章 2009-2010年中国有线数字电视增值业务运行新格局透析

### 第一节 2009-2010年中国有线数字电视增值业务现状综述

- 一、有线数字电视增值业务发展特点分析
- 二、VOD开启有线数字电视增值业务的大门
- 三、有线数字电视增值业务难成金矿

## 第二节 2009-2010年中国有线数字电视增值业务发展存在问题

### 第三节 2009-2010年中国有线数字电视增值业务解决策略

- 一、发展增值业务需要解决资金问题
- 二、加大增值业务开发和推广力度
- 三、加快关于增值业务的监管和激励政策的落地
- 四、建立全国性的终端统一平台

## 第四章 2009-2010年中国有线数字电视增值业务运营主体综述

### 第一节 2009-2010年中国有线数字电视增值业务运营分析

- 一、商业定位
- 二、商业模式
- 三、销售渠道
- 四、商业指标

### 第二节 2009-2010年中国有线数字电视增值业务营销模式探讨

- 一、中国有线数字电视增值业务营销模式
- 二、中国有线数字电视增值业务构成
- 三、中国有线数字电视增值业务推广方式
- 四、中国有线数字电视增值业务价格制定
- 五、中国有线数字电视增值业务赢利模式

## 第五章 2009-2010年中国有线数字电视增值业务构成及平台搭建

### 第一节 2009-2010年中国基于单向网络增值业务的基本构成分析

- 一、政务信息
- 二、生活服务（单向数据广播）
- 三、付费频道

### 第二节 2009-2010年中国基于双向网络增值业务的基本构成分析

- 一、多媒体数据广播类业务
- 二、视频点播类业务（VOD）
- 三、远程教育
- 四、电视购物
- 五、股票交易
- 六、电视缴费

## 七、游戏类业务

## 八、数据业务

### 第三节 2009-2010年中国有线数字电视增值业务搭建平台情况分析

## 第六章 2009-2010年中国有线数字电视增值业务用户市场分析

### 第一节 2009-2010年中国电视用户构成分析

#### 一、电视用户构成

#### 二、数字电视用户构成

#### 三、区域电视用户构成

#### 四、区域增值业务用户构成

### 第二节 增值业务与用户需求紧密相关

### 第三节 2009-2010年中国有线数字电视增值业务用户需求结构分析

#### 一、用户对电视增值业务的需求

#### 二、用户对增值电视业务的认知

#### 三、用户对现阶段电视增值的评价

### 第四节 2009-2010年中国数字电视平台上的家庭信息消费分析

#### 一、用户信息需求

#### 二、家庭信息消费

### 第五节 2009-2010年中国数字电视增值业务应满足用户个性化需求

#### 一、游戏功能：电视游戏机

#### 二、资讯服务：打造家庭的“贤内助”

#### 三、视频点播：看自己想看的

#### 四、远程教育：突出电视的教育功能

#### 五、在线购物：让商品自己送上门

#### 六、账户查询：把银行搬到家里

## 第七章 2009-2010年中国有线数字电视增值业务支撑系统相关软件分析

### 第一节 有条件接收CA（Conditional Access）系统

#### 一、加解扰（Scrambling-Decrambling）

#### 二、加解密（Encryption-Decryption）

#### 三、系统原理分析

### 第二节 数字数据广播DDB（Digital Data Broadcasting）系统

一、系统组成及功能

二、信号传输方式

三、频道设置

第三节 视频点播 ( Video on Demand , VOD ) 系统与技术

一、前端处理系统

二、控制管理系统

三、ATM数字定带交换系统

四、传输系统

五、用户设备

六、实现VOD的网络结构方案

第四节 有线数字电视SMS系统竞争企业分析

一、华为

二、永新同方

三、天柏

四、东泰

五、迪威特

第五节 BOSS系统 ( Business Operation Support System )

第八章 2009-2010年中国部分有线电视运营商竞争力分析

第一节 北京歌华有线电视网络股份有限公司 ( 600037 )

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 深圳市天威视讯股份有限公司 ( 002238 )

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

## 六、企业成长能力分析

### 第三节 陕西广播电视信息网络股份有限公司（600831）

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第四节 华数数字电视有限公司

### 第五节 南京广电网络有限责任公司

### 第六节 厦门广播电视网络有限公司

### 第七节 天津广播电视网络有限公司

### 第八节 东方有线网络有限公司

### 第九节 成都市兴网传媒有限责任公司

### 第十节 广州市广播电视网络有限公司

### 第十一节 青岛有线网络（集团）中心

### 第十二节 淄博广电天网视讯有限公司

### 第十三节 略&hellip;&hellip;

## 第九章 2009-2010年中国有线数字电视增值业务市场运行环境分析

### 第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

#### 一、GDP历史变动轨迹分析

#### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

#### 三、2010年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 2009-2010年中国有线数字电视增值行业政策环境分析

#### 一、有线数字电视增值业务收费标准

#### 二、行业投融资政策对数字电视发展的影响

#### 三、数字电视行业相关政策引导数字电视稳步发展

### 第三节 2009-2010年中国有线数字电视增值行业社会环境分析

#### 一、人口环境分析

#### 二、教育环境分析

#### 三、文化环境分析



## 四、生态环境分析

### 第四节 2009-2010年中国有线数字电视增值行业技术环境分析

## 第十章 2010-2015年中国有线数字电视增值业务投资分析

### 第一节 2010-2015年中国有线数字电视增值业务投资环境分析

- 一、中国有线数字电视增值业务发展优势
- 二、中国有线数字电视增值业务发展劣势
- 三、中国有线数字电视增值业务发展机会
- 四、中国有线数字电视增值业务发展存在的竞争
- 五、中国有线数字电视增值业务投资政策分析

### 第二节 2010-2015年中国有线数字电视增值业务投资风险分析

- 一、技术风险分析
- 二、政策风险分析
- 三、经营风险分析
- 四、需求风险分析
- 五、其他风险分析

### 第三节 2010-2015年中国有线数字电视增值业务投资风险规避措施分析

## 第十一章 2010-2015年中国有线数字电视增值业务产业发展趋势预测分析

### 第一节 2010-2015年中国有线数字电视增值业务设备发展趋势分析

- 一、中国有线数字电视增值业务设备竞争趋势
- 二、中国有线数字电视增值业务开展与运营商发展

### 第二节 2010-2015年中国有线数字电视增值业务电视发展预测分析

- 一、中国有线数字电视增值业务发展影响力估算
- 二、中国有线数字电视增值业务总体市场规模预测
- 三、中国有线数字电视增值业务用户市场规模预测

### 第三节 2010-2015年中国有线数字电视增值业务盈利预测分析

## 图表目录：（部分）

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：有线数字电视增值业务的应用领域

图表：有线数字电视增值业务提供的服务

图表：全球有线数字电视增值业务发展概况

图表：全球有线数字电视增值业务发展特点

图表：全球有线数字电视增值业务营销模式

图表：2010-2015年全球有线数字电视增值业务发展趋势

图表：基于单向网络增值业务的构成

图表：基于双向网络跨行业增值业务的构成

图表：基于双向网络增值业务的构成

图表：2009-2010年中国GDP增长状况

图表：2009-2010年中国居民家庭可支配收入及恩格尔系数

图表：中国有线数字电视增值业务发展概况

图表：中国有线数字电视增值业务发展推动因素

图表：中国有线数字电视增值业务发展阻碍因素

图表：中国广播电视事业发展阶段

图表：中国有线产业发展阶段

图表：有线数字化发展阶段

图表：2009-2010年中国有线电视传输通道的数字电视用户数量

图表：中国有线数字电视增值业务开展现状图

图表：重点城市数字电视增值业务开展情况的汇总

图表：用户对数字电视增值业务的整体需求情况

图表：用户愿意为哪些数字电视增值业务单独付费

图表：用户对哪些双向互动增值业务感兴趣

图表：用户希望通过电视实现哪些互动游戏

图表：用户对哪些视频点播类型感兴趣

图表：家庭用户在一般性家庭消费项目上的月均消费额

图表：家庭用户在进行一般性家庭消费项目前进行信息搜集的比例

图表：家庭用户对于各一般性家庭消费项目的信息搜集比例

图表：北京市开展增值业务的基本情况

图表：上海市开展增值业务的基本情况

图表：广州市开展增值业务的基本情况

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司主要经济指标走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司经营收入走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司盈利指标走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司负债情况图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司负债指标走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司运营能力指标走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司成长能力指标走势图

图表：深圳市天威视讯股份有限公司主要经济指标走势图

图表：深圳市天威视讯股份有限公司经营收入走势图

图表：深圳市天威视讯股份有限公司盈利指标走势图

图表：深圳市天威视讯股份有限公司负债情况图

图表：深圳市天威视讯股份有限公司负债指标走势图

图表：深圳市天威视讯股份有限公司运营能力指标走势图

图表：深圳市天威视讯股份有限公司成长能力指标走势图

图表：陕西广播电视信息网络股份有限公司主要经济指标走势图

图表：陕西广播电视信息网络股份有限公司经营收入走势图

图表：陕西广播电视信息网络股份有限公司盈利指标走势图

图表：陕西广播电视信息网络股份有限公司负债情况图

图表：陕西广播电视信息网络股份有限公司负债指标走势图

图表：陕西广播电视信息网络股份有限公司运营能力指标走势图

图表：陕西广播电视信息网络股份有限公司成长能力指标走势图

图表：2010-2015年中国有线数字电视增值业务发展影响力估算

图表：2010-2015年中国有线数字电视增值业务总体市场规模预测

图表：2010-2015年中国有线数字电视增值业务各级市场规模预测

图表：2010-2015年中国有线数字电视增值业务用户市场规模预测

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/154888.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](http://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。