



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2017年中国数字电视机顶盒行业市场供需预测及投资机会报告

## 一、调研说明

《2013-2017年中国数字电视机顶盒行业市场供需预测及投资机会报告》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/228370.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

我国（有线、卫星、地面、IPTV）数字电视机顶盒累计市场保有量2011年达到16828万台，较2010年增长33.15%。其中2011年底我国有线数字机顶盒累计保有量达到13588万台，占我国数字机顶盒累计市场保有量的80.6%，依然是我国电视数字化的主导力量；此外，IPTV机顶盒保有量约为1400万台，广播电视"村村通"、"户户通"等卫星数字机顶盒约为1450万台，地面数字机顶盒（包括DTMB国标与非国标）约为420万台，所占份额分别为8.3%、8.6%、2.5%。

艾凯集团报告网发布的《2013-2017年中国数字电视机顶盒行业市场供需预测及投资机会报告》共十章。首先介绍了中国数字电视机顶盒行业发展环境，接着分析了中国数字电视机顶盒行业规模及消费需求，然后对中国数字电视机顶盒行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国数字电视机顶盒行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国数字电视机顶盒行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

### 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 2012年中国数字电视机顶盒产业运行环境分析

#### 第一节 国内宏观经济环境分析

##### 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、2013年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节 2012年中国数字电视机顶盒产业社会环境分析

##### 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

第三章 2012年中国机顶盒市场发展分析

第一节 2012年世界机顶盒市场发展状况

一、机顶盒的发明利用

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

第二节 2012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、2010年中国机顶盒市场解析

三、2011中国机顶盒市场发展浅析

四、2012年中国机顶盒市场发展概况

五、后平移时代机顶盒迈入发展新阶段

第三节 2012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 2012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

五、机顶盒企业发展面临的压力

第五节 2012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、机顶盒市场应解决费用问题

第四章 2012年中国数字电视机顶盒行业发展现状

第一节 2012年中国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 2012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、数字电视机顶盒市场发展状况透析

四、2007-2011年中国数字电视机顶盒市场数据统计

五、2012年中国数字电视机顶盒市场概况

第三节 2012年中国数字电视机顶盒细分产品市场状况

一、机顶盒细分产品技术研发状况

二、地面数字电视机顶盒市场面临大发展

三、国内数字有限电视机顶盒市场发展浅析

四、高清数字电视机顶盒发展分析

五、中国卫星电视机顶盒厚积薄发

第四节 2012年中国数字电视机顶盒发展问题对策分析

一、数字电视机顶盒产业问题对策解析

二、中国数字电视机顶盒企业生存处境尴尬

三、数字电视机顶盒的应用存在难题

四、数字电视机顶盒推广要注重公益

第五章 2012年中国数字电视机顶盒行业投资现状分析

第一节 2012年我国数字电视机顶盒行业总体发展情况分析

一、2012年我国数字电视机顶盒企业数量变化分析

二、2012年我国数字电视机顶盒行业从业人员数量变化分析

三、2012年我国数字电视机顶盒行业资产规模变化分析

四、2012年我国数字电视机顶盒行业收入利润变化分析

第二节 2012年中国数字电视机顶盒行业供给分析及预测

一、2012年中国数字电视机顶盒行业供给总量及速率分析

二、2012年中国数字电视机顶盒行业供给结构变化分析

三、2013-2017年中国数字电视机顶盒行业供给预测

第三节 2012年中国数字电视机顶盒行业需求分析及预测

一、2012年中国数字电视机顶盒行业需求总量及速率分析

二、2012年中国数字电视机顶盒行业需求结构变化分析

三、2013-2017年中国数字电视机顶盒行业需求预测

第四节 2012年中国数字电视机顶盒行业供需平衡及价格分析

一、2012年中国数字电视机顶盒行业供需平衡分析及预测

二、2012年中国数字电视机顶盒行业价格变化分析及预测

三、2012年数字电视机顶盒行业发展预期及建议

第五节 2012年中国数字电视机顶盒行业经营效益分析

一、2012年中国数字电视机顶盒行业盈利能力分析

二、2012年中国数字电视机顶盒行业营运能力分析

三、2012年中国数字电视机顶盒行业偿债能力分析

四、2012年中国数字电视机顶盒行业发展能力分析

五、2012年中国数字电视机顶盒行业效益预测

第六章 2012年中国IPTV机顶盒行业发展现状

第一节 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STB终端类型

五、IPTV机顶盒的关键技术

六、IPTV机顶盒的标准及要求

第二节 2012年中国IP机顶盒市场发展状况

一、IPTV机顶盒发展概述

二、IPTV机顶盒市场进入快速发展阶段

三、IPTV抢占机顶盒高端市场

四、机顶盒厂商争食IPTV市场

第三节 2012年中国IP机顶盒市场问题对策分析

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 2012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终端产业面临发展新机遇
- 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

## 第七章 2012年中国机顶盒技术发展分析

### 第一节 2012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、卫星机顶盒多种技术标准共存
- 三、IP机顶盒成技术开发领域热点
- 四、机顶盒技术在动态中发展
- 五、机顶盒节能技术获新突破
- 六、动感娱乐3D高清机顶盒已研制成功

### 第二节 2012年中国机顶盒应用软件技术发展

- 一、CA市场仍将洗牌
- 二、EPG运营前景看好
- 三、SMS市场竞争激烈
- 四、数据广播市场分布不均匀
- 五、VOD推广仍需时日
- 六、软件技术开发是未来数字机顶盒发展的核心

### 第三节 2012年中国机卡分离技术

- 一、机卡分离启动机顶盒市场全面发展
- 二、机卡分离技术逐渐成熟
- 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 2012年中国"一体机"发展状况分析

- 一、数字电视一体机的概念及发展概况
- 二、数字电视一体机发展缓慢
- 三、机顶盒与一体机应互相补充

### 第五节 2012年中国机顶盒产品技术的发展趋势

- 一、STB技术发展几点趋势
- 二、机顶盒产品的多媒体终端应用趋势

三、机顶盒控制系统还有待升级

四、“机道分离”技术将带来机顶盒产业发展新局面

五、高清和互动仍将是机顶盒市场发展主旋律

六、机顶盒技术的发展方向解析

第八章 2012年中国机顶盒市场竞争分析

第一节 2012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、国产机顶盒厂家在市场中的发展状况

四、中国专业机顶盒企业面临转型

第二节 2012年中国机顶盒市场企业竞争格局及其优势分析

一、机顶盒市场厂商竞争格局分布

二、传统家电领域的机顶盒制造厂商

三、IT领域的机顶盒制造厂商

四、新兴专业机顶盒制造厂商

第三节 2012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、芯片市场发展迅速面临竞争压力

三、中间件市场竞争还未展开

四、EPG应用凸显优势

第九章 2012年中国机顶盒行业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、同洲电子简介

二、2008-2012年同洲电子偿债能力分析

三、2008-2012年同洲电子盈利能力分析

四、2008-2012年同洲电子运营能力分析

五、2008-2012年同洲电子发展能力分析

第二节 四川长虹电器股份有限公司

一、长虹电器简介

二、2008-2012年长虹电器偿债能力分析

三、2008-2012年长虹电器盈利能力分析

四、2008-2012年长虹电器运营能力分析



- 五、2008-2012年长虹电器发展能力分析
- 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、同方股份简介
- 二、2008-2012年同方股份偿债能力分析
- 三、2008-2012年同方股份盈利能力分析
- 四、2008-2012年同方股份运营能力分析
- 五、2008-2012年同方股份发展能力分析
- 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、海信电器简介
- 二、2008-2012年海信电器偿债能力分析
- 三、2008-2012年海信电器盈利能力分析
- 四、2008-2012年海信电器运营能力分析
- 五、2008-2012年海信电器发展能力分析
- 六、海信数字电视机顶盒优势突出获青睐
- 七、海信数字高清机顶盒成为央视高清信号落地指定使用产品

### 第五节 青岛海尔股份有限公司

- 一、海尔股份简介
- 二、2008-2012年海尔股份偿债能力分析
- 三、2008-2012年海尔股份盈利能力分析
- 四、2008-2012年海尔股份运营能力分析
- 五、2008-2012年海尔股份发展能力分析
- 六、海尔机顶盒名牌效应铺就成功之路
- 七、海尔机顶盒参与安徽数字电视整体转换

### 第六节 上市公司财务比较分析

- 一、盈利能力分析
- 二、成长能力分析
- 三、营运能力分析
- 四、偿债能力分析

## 第十章 2013-2017年中国机顶盒行业投资前景分析

### 第一节 2013-2017年中国机顶盒行业投资机会分析

一、机顶盒市场稳步扩充带来巨大商机

二、双向机顶盒将成市场主流

三、第二台机顶盒市场备受关注

第二节 2013-2017年世界机顶盒发展预测

一、未来全球机顶盒市场发展展望

二、全球机顶盒销量增速将放缓

三、2011年世界卫星电视机顶盒市场销量预测

四、2012年世界混合机顶盒市场规模预测

第三节 2013-2017年中国机顶盒产业发展前景分析

一、国内机顶盒市场前景广阔

二、市场需求促进机顶盒的发展和繁荣

三、中国数字机顶盒市场发展展望

四、中国机顶盒出口营收预测

第四节 2013-2017年我国数字电视机顶盒产业前景预测

一、2013-2017年我国数字电视机顶盒产业工业总产值预测

二、2013-2017年我国数字电视机顶盒行业销售收入预测

三、2013-2017年我国数字电视机顶盒行业利润总额预测

四、2013-2017年我国数字电视机顶盒行业总资产预测

五、2013-2017年我国数字电视机顶盒行业经营能力预测

六、2013-2017年我国数字电视机顶盒行业盈利能力预测

七、2013-2017年我国数字电视机顶盒行业偿债能力预测

报告图表目录

图表：2008-2013年国内生产总值

图表：2008-2013年居民消费价格涨跌幅度

图表：2013年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2008-2013年年末国家外汇储备

图表：2008-2013年财政收入

图表：2008-2013年全社会固定资产投资

图表：2013年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2013年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2013年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表 数字机顶盒功能的增值业务

图表 双向网络上开展的增值业务构成

图表 2011-2012年中国大陆数字电视机顶盒出口量及其增长情况

图表 2011-2012年中国大陆数字电视机顶盒出口额及其增长情况

图表 2011-2012年中国大陆数字电视机顶盒市场销量及其增长情况

图表 2009-2010年中国数字电视机顶盒市场销售额及其增长情况

图表 中国大陆数字电视机顶盒出货量占全球市场的份额

图表 2010-2011年中国数字电视机顶盒市场销售量及其增长情况

图表 2011-2012年中国数字电视机顶盒市场销售额及其增长情况

图表 2011-2012年中国数字电视机顶盒销量产品类型结构变化

图表 2012年中国数字电视机顶盒区域市场销量结构

图表 2011-2012年全球数字机顶盒出货比例

图表 软硬分离STB的结构与PC结构的对比

图表 STB前景发展调查表

图表 STB整机市场上存在的问题

图表 国内机顶盒厂商分类

图表 2010年1-12月同洲电子主要财务数据

图表 2010年1-12月同洲电子非经常性损益项目及金额

图表 2010-2011年同洲电子主要会计数据

图表 2010-2011年同洲电子主要财务指标

图表 2010年1-12月同洲电子主营业务分行业、产品情况

图表 2010年1-12月同洲电子主营业务分地区情况

图表 2010年1-12月同洲电子占营业收入或营业利润10%以上的主要产品情况

图表 2011年1-12月同洲电子主要财务数据

图表 2011年1-12月同洲电子非经常性损益项目及金额

图表 2011-2012年同洲电子主要会计数据

图表 2011-2012年同洲电子主要财务指标

图表 2011年1-12月同洲电子主营业务分行业、产品情况

图表 2011年1-12月同洲电子主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月同洲电子占营业收入或营业利润10%以上的主要产品情况

图表 2012年同洲电子主要会计数据及财务指标

图表 2012年同洲电子非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-12月长虹电器主要财务数据

图表 2010年1-12月长虹电器非经常性损益项目及金额

图表 2010-2011年长虹电器主要会计数据和主要财务指标

图表 2010年1-12月长虹电器主营业务分行业、产品情况

图表 2010年1-12月长虹电器主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月长虹电器主要财务数据

图表 2011年1-12月长虹电器非经常性损益项目及金额

图表 2011-2012年长虹电器主要会计数据和主要财务指标

图表 2011年1-12月长虹电器主营业务分行业、产品情况

图表 2011年1-12月长虹电器主营业务分地区情况

图表 2012年长虹电器主要会计数据及财务指标

图表 2012年长虹电器非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-12月同方股份主要财务数据

图表 2010年1-12月同方股份非经常性损益项目及金额

图表 2010-2011年同方股份主要会计数据和主要财务指标

图表 2010-2011年同方股份分行业、产品的销售收入及比重构成情况

图表 2010-2011年同方股份主营收入及比重分地区构成情况

图表 2010-2011年同方股份核心控股子公司主营业务收入情况

图表 2010年1-12月同方股份利润表的各项财务比率情况

图表 2011年1-12月同方股份主要财务数据

图表 2011年1-12月同方股份非经常性损益项目及金额

图表 2011-2012年同方股份主要会计数据和主要财务指标

图表 2011-2012年同方股份分行业、产品的销售收入及比重构成情况

图表 2011-2012年同方股份主营收入及比重分地区构成情况

图表 2011-2012年同方股份核心控股子公司主营业务收入情况

图表 2011年1-12月同方股份利润表的各项财务比率情况

图表 2012年同方股份主要会计数据及财务指标

图表 2012年同方股份非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-12月海信电器主要财务数据

图表 2010年1-12月海信电器非经常性损益项目及金额

图表 2010-2011年海信电器主要会计数据和主要财务指标

图表 2010年1-12月海信电器主营业务分行业、产品情况

图表 2010年1-12月海信电器主营业务分地区情况

- 图表 2011年1-12月海信电器主要财务数据
- 图表 2011年1-12月海信电器非经常性损益项目及金额
- 图表 2011-2012年海信电器主要会计数据和主要财务指标
- 图表 2011年1-12月海信电器主营业务分行业、产品情况
- 图表 2011年1-12月海信电器主营业务分地区情况
- 图表 2012年海信电器主要会计数据及财务指标
- 图表 2012年海信电器非经常性损益项目及金额
- 图表 2010年1-12月青岛海尔主要财务数据
- 图表 2010年1-12月青岛海尔非经常性损益项目及金额
- 图表 2010-2011年青岛海尔主要会计数据和主要财务指标
- 图表 2010年1-12月青岛海尔主营业务分行业、产品情况
- 图表 2010年1-12月青岛海尔主营业务分地区情况
- 图表 2011年1-12月青岛海尔主要财务数据
- 图表 2011年1-12月青岛海尔非经常性损益项目及金额
- 图表 2011-2012年青岛海尔主要会计数据和主要财务指标
- 图表 2011年1-12月青岛海尔主营业务分行业、产品情况
- 图表 2011年1-12月青岛海尔主营业务分地区情况
- 图表 2012年青岛海尔主要会计数据及财务指标
- 图表 2012年青岛海尔非经常性损益项目及金额
- 图表 2013-2017年我国数字电视机顶盒行业工业总产值统计及预测
- 图表 2013-2017年我国数字电视机顶盒行业销售收入统计及预测
- 图表 2013-2017年我国数字电视机顶盒行业利润总额预测表
- 图表 2013-2017年我国数字电视机顶盒行业总资产统计及预测
- 图表 2013-2017年我国数字电视机顶盒行业营运效率预测
- 图表 2013-2017年我国数字电视机顶盒行业效益指标预测
- 图表 2013-2017年我国数字电视机顶盒行业资产负债率预测

通过《2013-2017年中国数字电视机顶盒行业市场供需预测及投资机会报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/228370.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。