



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国数字电视市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国数字电视市场发展现状及战略咨询报告》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/276915.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

数字电视又称为数位电视或数码电视，是指从演播室到发射、传输、接收的所有环节都是使用数字电视信号或对该系统所有的信号传播都是通过由0、1数字串所构成的二进制数字流来传播的电视类型，与模拟电视相对。其信号损失小，接收效果好。

截至2014年12月底，我国有线数字电视用户达到18700万户，有线数字化程度约为83.48%（有线电视用户基数为2.24亿户），我国有线数字化整体转换已步入中后期。

截至目前，在我国31个省级行政区中，有宁夏、新疆、贵州、福建、河北等17家省级行政区及直辖市的有线数字化程度超过全国平均水平。

2010年，中国成为全球拥有数字电视用户最多的国家。2014年年底，中国数字电视用户将增加一倍多，达到1.87亿（占世界总量的28%）。近几年我国数字电视用户数增长情况如下图所示：

年份	有线数字电视用户（万户）
2006	1266
2007	2686
2008	4528
2009	6322
2010	8870
2011	11489
2012	14303
2013	17160
2014	18700

报告揭示了数字电视行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国数字电视做了重点企业经营状况分析，并分析了中国数字电视行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

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。

报告目录

第一章 数字电视的定义及其相关要素	1
1.1 数字电视的概念阐释	1
1.1.1 数字电视的定义	1
1.1.2 数字电视基本特点	1
1.1.3 数字电视的用途	2
1.1.4 数字电视的产生发展	3
1.2 数字电视与相关概念的联系和区别	6

1.2.1 数字电视和数字电视机之间的关系	6
1.2.2 数字电视与数字高清电视	6
1.2.3 数字电视与传统电视的不同点	6
1.2.4 数字电视和模拟电视之间的区别	7
1.3 数字电视的分类	8
1.3.1 按信号传输方式分类	8
1.3.2 按产品类型分类	9
1.3.3 按清晰度分类	9
1.3.4 按显示屏幕幅型分类	9
1.3.5 按扫描线数（显示格式）分类	9
1.4 数字电视传输方式	9
1.4.1 卫星数字电视	9
1.4.2 有线数字电视	10
1.4.3 地面数字电视	10
第二章 2012-2015年世界数字电视产业的发展	12
2.1 世界数字电视产业发展现状	12
2.1.1 各国政府积极推动数字电视产业发展	12
2.1.2 全球数字电视市场运行现状	13
2.1.3 全球数字电视整体转换进展	15
2.1.4 全球数字电视传输标准格局	16
2.1.5 全球数字电视市场增长预测	22
2.2 欧洲市场	23
2.2.1 欧洲地面数字电视发展历程	23
2.2.2 欧洲地区数字电视转换现状	23
2.2.3 欧洲的数字电视标准	27
2.2.4 荷兰数字电视市场运行现状	28
2.2.5 爱尔兰地面数字电视推行进程	29
2.2.6 黑山共和国将全面推广数字电视	30
2.3 英国	30
2.3.1 英国数字电视发展历程与背景解析	30
2.3.2 英国卫星数字电视的发展状况	31

2.3.3 英国有线数字电视的发展状况	32
2.3.4 英国地面数字电视的发展状况	33
2.3.5 英国数字电视转化的政府职能分析	34
2.3.6 英国数字电视发展的产业链条分析	35
2.4 美国	36
2.4.1 美国电视数字化进程的阶段	36
2.4.2 美国数字电视转化过程研究	37
2.4.3 美国发展数字电视发展策略	40
2.5 香港	42
2.5.1 香港地面数字电视发展概况	42
2.5.2 香港地面数字电视的网络建设	43
2.5.3 香港地面数字电视普及计划	46
2.5.4 香港地面数字电视接收机市场分析	47
2.5.5 香港地面数字电视发展的经验与启示	49
第三章 2012-2015年中国数字电视产业的发展	50
3.1 中国数字电视产业的发展背景	50
3.1.1 中国数字电视发展的战略规划及政府推动	50
3.1.2 中国数字电视转化的阶段安排	50
3.1.3 中国数字电视发展的历程概述	51
3.1.4 中国数字电视产业发展的优势	52
3.1.5 广播电视数字化对中国经济社会有深远影响	57
3.2 2012-2015年中国数字电视产业发展现状	58
3.2.1 行业稳步发展	58
3.2.2 产业规模倍增	59
3.2.3 产业融合发展	59
3.2.4 行业发展动向	61
3.3 数字电视与IPTV发展的比较分析	62
3.3.1 目标受众	62
3.3.2 运营主体、运营牌照	62
3.3.3 硬件与安装	63
3.3.4 收视内容及效果	63

3.3.5 盈利模式	63
3.3.6 业务的拓展与未来的发展	64
3.4 新媒体环境下我国数字电视产业的发展分析	64
3.4.1 数字电视受到新媒体的冲击	64
3.4.2 新媒体对数字电视的影响	65
3.4.3 新媒体环境下数字电视的发展模式	68
3.5 数字电视开拓增值业务的分析	72
3.5.1 数字电视开拓增值业务的优势	72
3.5.2 数字电视增值业务的分类	72
3.5.3 发展数字电视与互联网	75
3.5.4 新型的数字化时代展望	76
3.6 中国数字电视产业链环节浅析	77
3.6.1 网络运营商	77
3.6.2 机顶盒	78
3.6.3 数字电视机	78
3.6.4 内容供应商	79
3.6.5 软硬件设备供应商	80
3.6.6 应用软件环节	80

第四章 2012-2015年中国数字电视市场分析 81

4.1 数字电视市场发展综述	81
4.1.1 数字电视市场发展的客观规律	81
4.1.2 数字电视市场发展的驱动因素分析	82
4.1.3 国内数字电视市场发展迅速	84
4.1.4 数字电视一体机发力抢占市场	85
4.2 中国数字电视用户收视特征调研分析	86
4.2.1 数字电视用户与非数字电视用户收视比较	86
4.2.2 数字电视频道在数字电视用户中的收视表现	90
4.2.3 数字电视用户使用数字电视的主要功能	93
4.2.4 全国数字电视用户满意度	93

随着有线电视数字化工作的逐步深化，全国有线数字电视用户数持续增长。与此同时，全国有线数字电视用户对有线数字电视的满意率逐年提高，2014年满意率达83.8%（其中

, 26.8%的用户表示"满意", 57.1%的用户表示"比较满意"), 比2013年高出14个百分点;但是, 对有线数字电视持负面评价的用户比例达到10.6% (其中, 表示"不太满意"的用户比例9.1%, 表示"不满意"的用户比例为1.5%), 较2013年增长了3.9%。因有线数字电视节目数量多、收视效果好、附有节目预告等信息服务功能, 愈加受到用户喜爱, 但亦有一部分用户对其持不满意的态度。调查显示, 全国有线数字电视用户对于有线数字电视不满意原因排名居首的是"信号不稳定, 突然中断或出现马赛克" (40.8%), 其次是资费太高, 占比达36.0%, 而一台机顶盒只能配一台电视机的使用局限也为用户所诟病, 此外反应迟钝、机顶盒易出故障等问题也影响用户对于有线数字电视的观看体验。但总体来说, 有线数字电视的整体发展态势十分良好。 2013年-2014年全国有线数字电视用户对有线数字电视的满意情况对比

全国性电视购物频道覆盖规模不断扩张, 前五增长均过亿

电视购物频道经过数年的孕育发展, 逐渐成为提供给受众视听享受与多样化选择于一体的家庭购物方式, 这种方式受到越来越多用户的关注, 所以各电视台都加大对电视购物频道的开发与扶持, 尤其体现在覆盖人口规模的扩大。2014年, 覆盖人口规模位居前五名的全国性电视购物频道依次是优购物、家有购物、快乐购、风尚购物、CCTV中视购物。2014年的购物频道中, 优购物、家有购物和快乐购的全国覆盖人口均超过4.2亿, 风尚购物与CCTV中视购物全国覆盖人口均在3.6亿以上。全国覆盖人口规模前五的电视购物频道, 覆盖人口增长均超过1亿人。

随着互联网的普及以及电视用户需求日趋多样化、移动化, 互联网电视逐步兴起, 虽然受到国家相关政策的制约, 但是这一新兴的电视收看方式兴起之后用户使用频率较高, 发展十分迅猛。截至2014年8月, 我国互联网电视用户规模达216.4万人, 使用比例约0.2%, 一举超过地面数字电视。调查数据显示, 有14.5%的用户每周的观看频率在3~5天, 其中每天都使用互联网电视的用户比例达到59.7%。与此同时, 全国互联网电视用户对互联网电视的满意率高达89% (其中, 14.0%的用户表示"满意", 75.0%的用户表示"比较满意"), 而表示"不满意"的用户比例为0%。用户对互联网电视比较满意的原因主要集中在"视频内容丰富, 选择性更多""高清播放, 视觉效果更佳"和"在线看电影, 更新速度快"这三个方面, 三者的满意度比例分别为80.7%、45.4%和43.5%。

4.3 中国电视收视状况调查分析 94

4.3.1 电视主要接受方式 94

4.3.2 各类电视频道覆盖情况 95

4.3.3 电视节目内容受用户青睐情况 100

4.3.4 用户对各类媒体接触程度 101

4.3.5 有线数字电视与IPTV用户满意度情况 102

4.3.6 电视购物等新兴渠道消费调查情况 103

4.3.7 农村居民电视媒体获取信息情况 106

第五章 2012-2015年有线数字电视分析 109

5.1 中国有线电视数字化的发展分析 109

5.1.1 有线电视数字化的内涵和特殊作用 109

5.1.2 有线电视数字化发展的重大意义 109

5.1.3 中国有线数字电视发展的阶段划分 110

5.1.4 推进我国有线数字电视快速发展的主要因素 110

5.1.5 我国有线数字电视增值业务发展的突破口 111

5.1.6 我国有线电视数字化发展的未来方向 112

5.2 2012-2015年中国有线数字电视用户数量分析 113

5.2.1 2012年中国有线数字电视用户数量 113

5.2.2 2012年中国有线高清数字电视用户数量 113

5.2.3 2013年中国有线数字电视用户数量 114

5.2.4 2014年中国有线数字电视用户数量 116

5.3 2012-2015年中国有线数字电视的发展现状 117

5.3.1 2015年中国有线数字电视智能卡应用状况 117

5.3.2 2015年有线数字电视运营商成立广告联盟 123

5.3.3 2015年中国有线数字电视服务加快推进 124

5.3.4 2014年中国有线数字电视智能卡应用状况 125

5.3.5 2014年1季度中国有线数字电视智能卡应用状况 128

5.4 我国有线数字电视的网络应用价值分析 135

5.4.1 有线数字电视网络的组成 135

5.4.2 有线数字电视网络的特点 135

5.4.3 有线数字电视网络的发展方向 136

5.4.4 有线数字电视对网络的要求 136

第六章 2012-2015年地面数字电视发展分析 138

6.1 全球地面数字电视发展现状及启示 138

6.1.1 发达国家发展进程 138

6.1.2 发展现状及未来预测 141

6.1.3 发展的问题及解决办法	142
6.1.4 对中国数字电视发展的启示	144
6.2 2012-2015年中国地面数字电视的发展现状	146
6.2.1 地面数字电视国标的起源	146
6.2.2 中国地面数字电视发展回顾	147
6.2.3 我国地面数字电视设备发展现状	147
6.2.4 我国地面数字电视标准现状分析	148
6.2.5 我国加强地面数字电视业务管理	149
6.2.6 国家出台地面数字电视推进新政	150
6.3 中国地面数字电视的发展前景及趋势	151
6.3.1 地面数字电视发展机遇	151
6.3.2 地面数字电视前景展望	152
6.3.3 地面数字电视发展面临重大转变	154
6.3.4 我国地面数字电视未来发展规划	155
第七章 2012-2015年我国主要地区数字电视产业的发展	159
7.1 北京	159
7.1.1 北京数字电视的转换模式	159
7.1.2 北京高清交互数字电视发展	160
7.1.3 数字电视技术企业项目落户北京通州	162
7.1.4 北京数字电视产业发展存在的问题	162
7.2 广东	164
7.2.1 深圳有线电视数字化发展模式	164
7.2.2 广州数字电视实现一体化收看	166
7.2.3 广州番禺试点发行数字电视金卡	167
7.2.4 广州有线数字电视业务新收费标准出台	168
7.3 杭州	168
7.3.1 杭州数字电视产业发展借鉴	168
7.3.2 杭州数字电视服务全新升级	172
7.3.3 杭州数字电视业务实施捆绑销售	173
7.3.4 杭州数字电视高清频道再扩容	174
7.4 山东	175

7.4.1 青岛为第一个有线数字电视示范城	175
7.4.2 东营数字电视转换进程安排	175
7.4.3 菏泽市有线数字电视发展迅速	176
7.4.4 烟台有线数字电视实行新收费标准	177
7.4.5 山东数字电视的发展趋向	177
7.5 四川	178
7.5.1 四川有线数字电视转换进展安排	178
7.5.2 四川地面数字电视发展状况	179
7.5.3 四川内江数字电视发展规划	181
7.5.4 四川江油数字电视推进计划	184
7.5.5 四川仁寿斥巨资推进有线电视数字化	185
7.6 其他地区	186
7.6.1 福建有线数字电视整体转化发展规划	186
7.6.2 山西高平市农村数字电视转换进展	188
7.6.4 河南省有线电视开启数字化整体转换	188
7.6.5 辽宁广电数字电视业务内容服务合作动态	191

第八章 2012-2015年数字电视运营企业分析 193

8.1 中视传媒股份有限公司	193
8.1.1 企业发展概况	193
8.1.2 经营效益分析	194
8.1.3 业务经营分析	201
8.1.4 财务状况分析	202
8.1.5 未来前景展望	207
8.2 上海东方明珠(集团)股份有限公司	208
8.2.1 企业发展概况	208
8.2.2 经营效益分析	210
8.2.3 业务经营分析	217
8.2.4 财务状况分析	219
8.2.5 未来前景展望	222
8.3 北京歌华有线电视网络股份有限公司	223
8.3.1 企业发展概况	223

8.3.2 经营效益分析	223
8.3.3 业务经营分析	232
8.3.4 财务状况分析	233
8.3.5 未来前景展望	235
8.4 深圳市天威视讯股份有限公司	237
8.4.1 企业发展概况	237
8.4.2 经营效益分析	237
8.4.3 业务经营分析	244
8.4.4 财务状况分析	244
8.4.5 未来前景展望	247
8.5 同方股份有限公司	248
8.5.1 企业发展概况	248
8.5.2 经营效益分析	249
8.5.3 业务经营分析	258
8.5.4 财务状况分析	260
8.5.5 未来前景展望	265
8.6 陕西广电网络传媒股份有限公司	266
8.6.1 企业发展概况	266
8.6.2 经营效益分析	267
8.6.3 业务经营分析	275
8.6.4 财务状况分析	275
8.6.5 未来前景展望	280
8.7 湖南电广传媒股份有限公司	281
8.7.1 企业发展概况	281
8.7.2 经营效益分析	282
8.7.3 业务经营分析	291
8.7.4 财务状况分析	293
8.7.5 未来前景展望	298
8.8 上市公司财务比较分析	299
8.8.1 盈利能力分析	299
8.8.2 成长能力分析	299
8.8.3 营运能力分析	300

8.8.4 偿债能力分析 300

第九章 2012-2015年数字机顶盒的发展分析 302

9.1 数字机顶盒概述 302

9.1.1 数字机顶盒的定义 302

9.1.2 数字机顶盒基本构成 302

9.1.3 不同机顶盒的主要功能和特点 306

9.1.4 数字机顶盒的价值分析 310

9.2 2012-2015年中国数字机顶盒市场的发展 311

9.2.1 中国数字机顶盒市场发展概述 311

9.2.2 2015年中国数字机顶盒市场发展概况 316

9.2.3 2015年机顶盒主流品牌产品状况及地域分布 318

9.2.4 2013年中国机顶盒市场发展特征解析 321

9.2.5 2013年新政对机顶盒产业的影响解读 321

9.2.6 2014年中国数字机顶盒市场发展现状 322

9.2.7 机顶盒产业链相关环节分析 329

9.3 2012-2015年中国机顶盒细分产品发展分析 330

9.3.1 有线高清交互机顶盒 330

9.3.2 IPTV机顶盒 331

9.3.3 OTT机顶盒 331

9.3.4 卫星与地面机顶盒 331

9.4 中国数字机顶盒发展问题及对策 332

9.4.1 数字机顶盒亟需建立开放的软硬件平台 332

9.4.2 智能机顶盒面临的挑战 339

9.4.3 机顶盒行业未来发展路径思考 339

9.4.4 中国数字机顶盒市场发展策略 341

9.5 中国数字机顶盒市场前景趋势分析 343

9.5.1 机顶盒技术的发展方向 343

9.5.2 机顶盒呈多元化发展趋势 346

9.5.3 机顶盒产品类型发展方向 347

9.5.4 数字机顶盒的竞争趋向 347

9.5.5 数字机顶盒的发展前景 348

第十章 2013-2015年中国数字电视接收机进出口数据分析	349
10.1 2013-2015年阴极射线显像管的彩色数字电视接收机进出口数据分析	349
10.1.1 2013-2015年阴极射线显像管的彩色数字电视接收机进出口总量分析	349
10.1.2 2013-2015年主要贸易国阴极射线显像管的彩色数字电视接收机进出口分析	351
10.1.3 2013-2015年主要省市阴极射线显像管的彩色数字电视接收机进出口分析	352
10.2 2013-2015年液晶显示器彩色数字电视接收机进出口数据分析	353
10.2.1 2013-2015年液晶显示器彩色数字电视接收机进出口总量分析	353
10.2.2 2013-2015年主要贸易国液晶显示器彩色数字电视接收机进出口分析	355
10.2.3 2013-2015年主要省市液晶显示器彩色数字电视接收机进出口分析	359
10.3 2013-2015年等离子显示器彩色数字电视接收机进出口数据分析	362
10.3.1 2013-2015年等离子显示器彩色数字电视接收机进出口总量分析	362
10.3.2 2013-2015年主要贸易国等离子显示器彩色数字电视接收机进出口分析	365
10.3.3 2013-2015年主要省市等离子显示器彩色数字电视接收机进出口分析	368
10.4 2013-2015年其他彩色数字电视接收机进出口数据分析	369
10.4.1 2013-2015年其他彩色数字电视接收机进出口总量分析	369
10.4.2 2013-2015年主要贸易国其他彩色数字电视接收机进出口分析	371
10.4.3 2013-2015年主要省市其他彩色数字电视接收机进出口分析	372
第十一章 数字电视技术分析	373
11.1 数字电视技术的发展	373
11.1.1 数字电视的应用技术	373
11.1.2 数字电视技术在有线电视网中的应用	373
11.1.3 高清晰度电视技术	374
11.1.4 模拟电视技术中的数字技术	375
11.2 数字电视的相关技术介绍	377
11.2.1 数字电视广播流程和实现手段	377
11.2.2 数字电视关键技术	380
11.2.3 数字电视信源编解码技术	381
11.2.4 数字电视的复用系统	382
11.2.5 数字电视的信道编解码和调制解调	383
11.3 数字电视产业化中的核心技术	383

11.3.1 芯片设计	383
11.3.2 软件	384
11.3.3 CA、CA移植或机卡分离	386
11.3.4 机顶盒系统集成	388
11.4 数字电视网络双向化发展的技术分析	389
11.4.1 数字电视网络双向化概述	389
11.4.2 CABLE MODEM技术	391
11.4.3 CMTS技术	393
11.4.4 LAN技术	393
11.4.5 EPON技术	394
11.5 数字电视地面传输技术	394
11.5.1 数字电视地面传输技术及其重要地位	394
11.5.2 中国数字电视地面传输技术已超世界水平	395
11.5.3 数字电视地面传输技术标准化的意义	396
11.6 数字电视技术的发展趋势	398
11.6.1 高清数字电视	398
11.6.2 网络电视	398
11.6.3 卫星直播电视	399
11.6.4 手机电视	399
11.7 下一代数字电视技术的发展前景和技术要求	399
11.7.1 现行数字电视方案的缺陷	399
11.7.2 下一代数字电视解码器应有的功能特点	401
11.7.3 对开放式数字电视参考平台的需求	404
11.7.4 结论概述	404

第十二章 数字电视的运营分析 406

12.1 数字电视运营概况	406
12.1.1 数字电视业务运营的体系结构	406
12.1.2 中国数字电视运营的市场策略	407
12.1.3 中国数字电视运营的整体转换及其技术支持	407
12.1.4 中国数字电视运营的相关要素分析	411
12.2 中国数字电视运营模式案例	411

12.2.1 青岛模式	411
12.2.2 佛山模式	413
12.2.3 杭州模式	414
12.2.4 上海模式	417
12.3 数字电视运营模式分析	418
12.3.1 商业模式的确立是关键	418
12.3.2 数字电视运营模式亟欲改进	418
12.3.3 中国发展数字电视运营模式的建议	419
12.3.4 中国数字电视发展运营模式的新思路	420
12.4 数字电视增值业务联动营销模式分析	423
12.4.1 理论概述	423
12.4.2 直播联动	423
12.4.3 线下联动	423
12.4.4 网络联动	424
12.4.5 结论简述	424
12.5 中国有线数字电视商业运营的基本规律分析	424
12.5.1 数字电视的产业定位	424
12.5.2 数字电视的商业模式	425
12.5.3 数字电视产品	427
12.5.4 数字电视的市场与销售	430
12.6 中国有线数字电视运营模式现状分析	432
12.6.1 政策促进有线数字电视运营发展	432
12.6.2 网络分散建设模式导致资源浪费	433
12.6.3 政府调控和市场相结合推进网络整合	434
12.6.4 有线数字电视产业运营模式的发展要素	434
12.7 中国数字移动电视运营模式分析	435
12.7.1 数字移动电视的运营模式	435
12.7.2 数字移动电视的盈利来源	437
12.7.3 数字移动电视运营模式的发展建议	438
12.8 数字电视运营商分析	439
12.8.1 网络运营商面对的问题	439
12.8.2 节目(内容)运营商	440

12.8.3 服务运营商	441
12.8.4 中国省级数字电视运营商发展状况	442
第十三章 中国数字电视发展的问题及策略研究	447
13.1 中国数字电视发展存在的问题分析	447
13.1.1 中国数字电视发展存在的主要问题	447
13.1.2 中国数字电视的市场制约因素	448
13.1.3 中国数字付费电视发展存在的问题分析	450
13.2 中国发展数字电视的主要思路及对策	453
13.2.1 做好战略规划	453
13.2.2 推进事业改革	453
13.2.3 推动数字电视技术升级	454
13.2.4 构建技术创新体系	454
13.2.5 推动体制和经营模式创新	454
13.3 中国付费数字电视发展策略分析	455
13.3.1 整合丰富电视节目并尽快显现其优势	455
13.3.2 在电视节目频道设计及节目编排上要独具特色	455
13.3.3 降低终端用户门槛	456
13.3.4 整合网络和数据宽带网络	457
13.3.5 增强付费数字电视的宣传	457
第十四章 数字电视投资分析	458
14.1 中国数字电视产业的投资机遇	458
14.1.1 国内数字电视发展迎来政策性机会	458
14.1.2 网络运行商在数字电视产业链中盈利最大	459
14.1.3 数字电视内容提供商争抢市场商机	460
14.1.4 数字电视产业迎来黄金发展期	460
14.1.5 中国数字电视产业链投资热点分析	461
14.2 中国数字电视行业进入退出壁垒	461
14.2.1 进入壁垒分析	461
14.2.2 退出壁垒分析	462
14.3 中国数字电视产业投资风险分析	463

14.3.1 市场风险	463
14.3.2 技术风险	464
14.3.3 经营风险	465
14.3.4 政策风险	465
第十五章 2016-2022年数字电视的前景与趋势分析	466
15.1 中国数字电视产业发展的前景与趋势	466
15.1.1 中国数字电视产业前景展望	466
15.1.2 我国数字电视发展趋势分析	466
15.1.3 数字家庭产业发展趋势分析	467
15.2 2016-2022年中国数字电视市场容量预测	472
15.2.1 数字电视行业发展影响因素分析	472
15.2.2 2016-2022年中国数字电视用户市场规模预测	473
15.2.3 2016-2022年中国高清数字电视用户市场规模预测	474
15.2.4 2016-2022年中国有线数字电视机顶盒出货量预测	475
第十六章 2012-2015年中国数字电视产业政策法规分析	476
16.1 中国发展数字电视的政策导向	476
16.1.1 数字电视发展规划	476
16.1.2 技术相关政策及影响	476
16.1.3 运营相关政策及影响	477
16.1.4 投资相关政策及影响	478
16.2 《关于鼓励数字电视产业发展的若干政策》解读	478
16.2.1 战略支持	478
16.2.2 政策支持	478
16.2.3 技术支持	479
16.2.4 市场支持	480
16.2.5 强力推进"三网融合"	480
16.3 地面数字电视广播覆盖网发展规划	481
16.3.1 推进地面数字电视发展的重要性和必要性	481
16.3.2 指导思想与基本原则	482
16.3.3 发展目标和规划思路	483

16.3.4 地面数字电视覆盖网的总体规划	484
16.3.5 推进步骤	485
16.3.6 保障措施	486
16.4 数字电视与数字家庭产业"十二五"规划	487
16.4.1 "十二五"面临的形势	487
16.4.2 指导思想及发展目标	488
16.4.3 主要任务与发展重点	489
16.4.4 重大工程	492
16.4.5 政策措施	493
16.4.6 规划解读	494

附录：

附录一：《关于鼓励数字电视产业发展的若干政策》	496
附录二：《关于普及地面数字电视接收机实施意见》	499
附录三：《数字电视25项行业标准》	501
附录四：《广播电视设施保护条例》	504
附录五：《有线电视管理暂行办法实施细则》	509
附录六：《广播电视管理条例》	516
附录七：《有线数字电视基本收视维护定价成本监审办法（试行）》	524

图表目录：

图表：2016-2022年数字电视视家庭中的比例预测
图表：电视系统的三大组成部分
图表：资料来源：公开资料整理
图表：数字电视基本特点
图表：数字电视广播系统的原理图
图表：数字电视提供的增值服务
图表：中国未来数字电视接收机组成的示意图
图表：模拟电视与数字电视之间的区别
图表：数字电视与模拟电视性能对比表
图表：按信号传输方式分类
图表：2015年全球数字电视终端市场结构

图表：全球部分国家关闭模拟信号的时间表

图表：2016-2022年数字电视视家庭中的比例预测

图表：数字电视三种标准的比较

图表：我国数字电视发展历程图

图表：部分国家地面数字电视（DDT）发展情况

图表：2006-2015年中国有线数字电视用户数量

图表：2005-2015年全国电视观众电视机电视节目接收方式变化状况（%）

图表：1999年-2015年各类卫视频道累计覆盖状况

图表：2004年—2015年省级地面频道本省平均覆盖率状况

图表：2005年—2015年全国电视观众电视机电视节目接收方式变化状况

图表：2013年-2015年全国有线数字电视用户对有线数字电视的满意情况对比

图表：2015年网络视频用户常用的视频网站分布TOP10

图表：2015年全国居民数字电视主要使用功能的用户比例：前十

图表：2015年全国数字电视用户满意度

图表：2015年全国居民电视接收方式比较

图表：2015年全国有线数字电视用户分省分布情况：前五，万户

图表：2015年全国有线数字电视用户分省分布状况：前五

图表：2015年全国各省直播卫星数字电视用户状况：前五

图表：2010-2015年观众人均每日收视时长（历年所有调查城市）

图表：2011-2015年各级频道市场份额对比（历年所有调查城市）

图表：1999-2015年全国各类卫视频道累计覆盖人数

图表：2015年中央电视台卫视频道全国覆盖人口：前五

图表：2015年省级卫视频道全国覆盖人口：前五

图表：2015年省级少儿频道全国覆盖人口规模

图表：2015年中国数字频道全国覆盖人口规模

图表：2015年中国购物频道全国覆盖人口规模

图表：2006-2015年全国电视家庭可接受境内卫视频道套数

图表：2015年全国电视观众喜爱的节目类型（前五）

图表：2015年全国观众近一个月内对各类媒介的接触时段分布

图表：2015年全国观众近一个月内对各类媒介的接触时段分布

图表：2015年全国IPTV用户主要使用功能的频次：前十

图表：2015年用户对IPTV的总体满意度

图表：2015年互联网电视用户满意度及使用频次

图表：2015年经常浏览的网络视频网站（前五）

图表：不同类型网民浏览时长比较

图表：2015年网民浏览网络视频感兴趣的节目类型

图表：2015年全国居民在新兴购物渠道的购买频次分布比例

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/276915.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。