



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国数字电视市场预测报告

一、调研说明

《2009年中国数字电视市场预测报告》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/41848.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

2007年，中国新增数字电视用户1305.2万户，其中绝大部分为有线数字用户，达到1205.1万户，中国数字电视用户达到2718.6万户。

截至2007年底，中国有线电视用户数量达到1.43亿，有线电视网络的里程超过了300万公里。目前，中国共有31个省级网络公司、321个地市级网络公司、1000多个县级有线电视网、2000多个专用电视网。网络规模越大，用户数量越多，相应的有线数字电视前端平台建设和传输网络改造的需求就越大，伴随着有线数字化进程的推进，中国有线数字电视产业的规模逐年增大。

根据国家广电总局制定的我国数字电视发展规划，2008年全面推广数字电视地面传输，并在2015年关闭模拟电视广播，加速了数字电视的推进进程。虽然在2006年，中国有线电视整体平移达到1000万户，但总体渗透率仅为1.2%。与英国70%、美国55%、日本50%的数字电视渗透率相比，我国电视数字化市场空间亟待开发。

据预测，2010年我国数字电视用户将达到9800万，有线数字电视2008年将达到2400万户，国内数字电视节目内容制作产业2009年将达到350亿元，2010年，全球机顶盒的收入将近7.7亿美元，但50%以上的数字机顶盒是在中国生产的，2008年高端平板彩电将达到750万台，整个数字电视产业产值上千亿。

【 目录 】

第一章 全球数字电视市场发展分析

第一节 2007-2008全球数字电视市场发展及预测分析

一、2007-2008全球数字电视发展现状

二、全球数字电视未来预测

第二节 全球数字电视标准发展现状分析

一、美国数字电视标准ATSC

二、欧洲数字电视标准DVB

三、日本数字电视的标准ISDB

四、DVB与ATSC的比较

五、三种数字地面广播系统的比较

六、DVB、ATSC和ISDB成员近况

第三节 欧洲数字电视市场分析

一、欧洲数字电视市场重点国家分析

二、欧洲数字电视推进模式分析

三、欧洲高清电视发展现状分析

第四节 美国数字电视市场分析

一、美国数字电视进程

二、美国发展数字电视的思路和策略

三、美国数字电视发展中存在的问题

四、经验和启示

第五节 俄罗斯数字电视市场分析

一、俄罗斯电视市场的发展现状

二、俄罗斯数字电视市场的投资策略

第二章 2007-2008年我国数字电视概况及发展环境分析

第一节 数字电视基本概况

一、数字电视的概念

二、数字电视的原理

三、数字电视的分类

四、数字电视的优点

第二节 2007-2008年中国宏观经济环境分析

一、2007宏观经济运行分析

二、2008宏观经济运行分析

第三节 2007-2008我国数字电视新政策分析

一、2007年8月1日数字电视标准实施

二、数字电视研发优选五城市试点

三、数字电视机卡分离新标准颁布

第四节 数字电视发展的新机遇分析

一、数字电视发展的促进因素

(一) 战略支持

(二) 政策支持

(三) 技术支持

(四) 市场支持

二、“三网融合”的推进作用

第三章 2007-2008年数字电视相关产业分析

第一节 2007-2008年IPTV市场分析

一、IPTV全球发展现状及趋势

二、IPTV国内发展现状及影响因素

(一) 国内IPTV发展现状

(二) 影响因素

三、IPTV的优势和发展方向

(一) IPTV的特点和优势

(二) IPTV面临的主要问题

(三) IPTV发展方向的思考

第二节 2007-2008年手机电视市场分析

一、手机电视市场发展状况与预测

二、数字移动手机电视商业模式分析

(一) 手持电视赶场奥运

(二) 加速产业链建设

(三) 商业模式有待完善

(四) CMMB产品全面开花

三、手机电视发展需要解决的难题分析

第三节 2007-2008年车载电视市场分析

一、中国车载数字移动电视发展现状分析

二、车载电视市场面临的问题与对策

三、车载移动电视市场前景

第四章 2007-2008年我国数字电视产业分析

第一节 数字电视发展背景

一、中国数字电视发展的战略规划

二、中国数字电视发展的渐进过程

第二节 中国数字电视发展现状

一、技术状况

二、产业状况

三、市场状况

第三节 中国数字电视标准分析

一、认证机构目前只有两个

二、标准并没有抛弃“标清”

三、数字电视认证标志正式出台

四、认证机构要承担连带法律责任

五、数字电视国标的瓶颈分析

第四节 中国数字电视的产业化

一、数字电视产业化的瓶颈

二、数字电视产业化的商机

三、数字电视产业化的隐忧

四、数字电视产业化的前景

第五节 中国数字电视产业化的模型

一、青岛模式

二、杭州模式

三、佛山模式

四、太原模式

第六节 我国数字电视产业发展的建议

第五章 2007-2008中国数字电视市场发展及预测分析

第一节 2007-2008中国数字电视市场发展状况

一、2007年中国数字电视市场分析

二、便携高清数字电视市场分析

三、数字平板电视市场分析

四、中国数字电视市场迈入“圈地阶段”

第二节 2008年我国数字电视发展现状的实地调查分析

一、用户能收到的内容

二、用户需付出的费用

第三节 2007-2008我国数字电视收视状况分析

一、数字电视用户和非数字电视用户收视比较

二、数字电视频道收视表现

第四节 2009年中国数字电视市场定量预测

一、用户规模预测

二、产业规模预测

第五节 中国付费数字电视的市场推进策略分析

一、整合丰富电视节目

二、电视节目频道设计及节目编排的改进

三、降低终端用户门槛

四、加快推进制播分离

五、整合网络和数据宽带网络

六、增强付费数字电视的宣传

第六节 中国数字电视市场发展需求分析

第七节 中国数字电视市场发展的动力分析

一、数字电视市场巨大的诱惑

二、网络的支持

三、节目的支持

四、数字电视市场蕴藏无限商机

第八节 数字电视与IPTV对峙下的市场格局分析

一、面对同一用户群的争夺战

二、演进路线的差异与竞争

三、政策壁垒成为制约旧TV的关键因素

第六章 数字电视终端设备分析

第一节 数字电视产业链简介

第二节 数字电视四大产业链规模现状

第三节 数字电视对电视产业链影响分析

第四节 终端设备的产品形态和消费形式分析

一、机顶盒

二、数字电视接收机

三、消费形式

第五节 2006-2007终端设备的发展状况及预测

一、机顶盒

二、数字电视接收机

第六节 数字电视终端设备重点生产厂商分析

一、东芝

二、清华同方

三、LG

四、TCL

第七节 终端设备企业竞争策略分析

第八节 数字电视需求对终端设备上下游企业影响分析

第七章 我国数字电视技术分析

第一节 数字电视技术的发展

一、数字电视技术概述

二、数字电视技术的应用

三、高清晰度电视技术

四、模拟电视技术的三种制式

第二节 数字电视相关技术简介

一、数字电视广播流程及实现手段

二、数字电视关键技术

三、数字电视的信源编解码技术

四、数字电视的复用系统

五、数字电视的信道编解码及调制解调

第三节 数字电视“专利技术”

一、国内外数字电视专利技术现状

二、历年各国家地区的专利发展情况分析

三、中国数字电视领域专利申请人分析

四、数字电视专利技术竞争态势分析

第四节 数字电视软硬件分离原理与实现分析

一、数字电视软硬件分离的必要性

二、机顶盒硬件平台的选择

三、软件平台的组成

四、软件平台的作用

五、软硬件分离平台下实现CA的举例分析

六、实现软硬件分离的意义

第五节 移动电视、IPTV和数字告示的融合技术分析

第六节 数字移动电视技术分析

一、数字移动电视标准

二、数字移动电视系统

三、数字移动电视展望

第七节 数字电视地面广播技术分析

一、数字电视地面广播

二、数字电视地面广播需求条件

三、数字电视地面广播传输系统中同步技术的研究

四、地面电视广播技术应用前景

第八节 数字电视技术与节目形态研究

一、数字电视技术的含义

二、数字电视技术与传统电视节目的形态创新分析

三、数字电视技术与数字电视新媒体节目的形态创新分析

第八章 地面数字电视的发展分析

第一节 地面数字电视的政策环境分析

第二节 地面数字电视的发展现状分析

第三节 地面数字电视的接收模式分析

一、收看高清电视的条件

二、机顶盒的选择

三、接收地面数字电视注意的问题

第四节 地面数字电视的解调方案分析

第五节 地面高清数字电视的优势分析

第六节 地面数字电视与有线数字电视的竞争分析

第七节 地面数字电视的发展趋势分析

第九章 移动数字电视的发展分析

第一节 移动数字电视的发展背景

一、国外情况

二、国内情况

三、移动数字电视业务发展的步履

第二节 移动数字电视采用的网络分析

一、广播电视技术与移动网络的融合

二、两种传输网络的竞争

三、中国手机电视标准的多样化趋势

第三节 移动数字电视系统分析

一、移动数字电视系统总体框架

二、移动数字电视系统举例

第四节 移动数字电视芯片竞争分析

一、IC产品

二、前端接收芯片

第五节 移动数字电视产业瓶颈分析

第六节 移动数字电视产业的SWOT分析

第七节 重庆移动数字电视盲区覆盖实例分析

一、概述

二、三维同频转发设备

三、地面数字电视网络优化

四、重庆天星桥DVB-T信号覆盖项目

第八节 南京移动数字电视项目论证与试验分析

一、项目背景

二、南京移动数字电视单频网总体设计

三、南京移动数字电视单频网系统介绍

四、系统集成和设备选型的考虑

五、项目的进展和应用情况

六、下一步的考虑

第十章 数字电视运营及内容分析

第一节 数字电视运营模式分析

一、商业模式的确立是关键

二、数字电视运营模式亟欲改进

三、我国数字电视发展运营模式的新思路

第二节 数字地面电视运营模式分析

一、广告收入模式带来现实回报

二、寻求运营新模式

第三节 数字卫星电视运营模式分析

一、国外直播星业务发展现状

二、我国发展直播星业务优势

三、直播星运营面临的问题

四、国外直播星业务运营模式

五、对我国直播星运营模式的建议

第四节 数字移动电视运营模式分析

第五节 有线数字电视运营的跨系统联合模式分析

一、政策促进数字化产业发展

二、网络的分散建设导致资源浪费

三、政府调控和市场相结合

四、三大要素决定产业运营

第六节 有线数字电视商业运营的基本规律分析

一、产业定位

二、商业模式

三、产品

四、市场与销售

五、数字电视互动多媒体时代

六、下一步的发展规划

第七节 运营模式对我国数字电视发展的影响分析

一、对数字电视产业价值链的影响

二、对数字电视产业发展规模和空间的影响

三、对我国现有数字电视运营模式的思考

第十一章 我国数字电视优势企业运营分析

第一节 四川长虹电子集团公司

一、公司简介

二、2006-2008年公司财务分析

三、2006-2008年公司运营分析

四、公司前景

第二节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

一、公司简介

二、2006-2008年公司财务分析

三、2006-2008年公司运营分析

四、公司前景

第三节 TCL集团股份有限公司

一、公司简介

二、2006-2008年公司财务分析

三、2006-2008年公司运营分析

四、公司前景

第四节 康佳集团

一、公司简介

二、2006-2008年公司财务分析

三、2006-2008年公司运营分析

四、公司前景

第五节 上海东方明珠（集团）股份有限公司

一、公司简介

二、2006-2008年公司财务分析

三、2006-2008年公司运营分析

四、公司前景

第六节 厦华电子公司

一、公司简介

二、2006-2008年公司财务分析

三、2006-2008年公司运营分析

四、公司前景

第十二章 数字电视竞争格局分析

第一节 双电融合对数字电视的影响分析

一、电脑加速高清的普及

二、发展面临新机遇

三、市场需进一步观察

第二节 数字电视的整体转换分析

第三节 数字电视的困局分析

一、广电之困

二、运营之难

三、设备之惑

四、标准之争

第四节 数字电视的SWOT分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、威胁分析

第五节 数字电视与IPTV的未来竞争格局分析

一、数字电视与IPTV未来竞争的必然性分析

二、数字电视与IPTV未来竞争的影响因素分析

三、数字电视与IPTV未来竞争的趋势分析

第十三章 数字电视的投资分析

第一节 数字电视产业投资机会分析

一、数字系统设备市场

二、网络传输市场

三、数字电视运营商市场

四、数字电视机市场

五、数字电视机顶盒市场

第二节 数字电视产业投资风险分析

一、政策风险

二、技术风险

三、市场风险

四、资金风险

第三节 数字电视产业投资前景分析

一、数字电视的驱动因素分析

二、中国数字电视增值业务的盈利模式分析

- 三、数字电视的长期投资价值分析
- 四、行业发展的催化剂分析
- 五、重点公司分析
- 六、估值和投资建议

第十四章 数字电视发展趋势及对策

第一节 产品发展趋势

第二节 技术发展趋势

第三节 企业发展趋势

第四节 数字电视行业发展策略分析

一、产品策略

二、价格策略

三、客户策略

部分图表目录

图表 2006-2011年全球TOP5国家数字电视家庭用户规模及预测

图表 2006-2011年全球网络电视收入规模及预测

图表 2005-2010年全球电视手机市场规模及预测

图表 2004-2010我国数字电视接收机市场及预测

图表 2005-2009年数字电视产业规模及预测

图表 2005-2009年中国互联网市场总体规模及预测

图表 2005-2009年中国网络游戏用户规模及预测

图表 2005-2009年数字电视用户数量及预测

图表 2005-2009年中国网络服务市场总体规模及预测

图表 2005-2009年中国网络游戏市场规模及预测

图表 2005-2009年中国数字电视产业规模及预测

图表 2005-2009年数字电视产业规模、增长率及预测

图表 2006-2008年长虹利润构成与盈利能力指标分析

图表 2006-2008年长虹经营与发展能力指标分析

图表 2006-2008年长虹资产与负债指标分析

图表 2006-2008年长虹现金流量指标分析

图表 2006-2008年歌华利润构成与盈利能力指标分析

图表 2006-2008年歌华经营与发展能力指标分析

图表 2006-2008年歌华资产与负债指标分析

图表 2006-2008年歌华现金流量指标分析

图表 2006-2008年TCL利润构成与盈利能力指标分析

图表 2006-2008年TCL经营与发展能力指标分析

图表 2006-2008年TCL资产与负债指标分析

图表 2006-2008年TCL现金流量指标分析

图表 2006-2008年康佳利润构成与盈利能力指标分析

图表 2006-2008年康佳经营与发展能力指标分析

图表 2006-2008年康佳资产与负债指标分析

图表 2006-2008年康佳现金流量指标分析

图表 2006-2008年东方明珠利润构成与盈利能力指标分析

图表 2006-2008年东方明珠经营与发展能力指标分析

图表 2006-2008年东方明珠资产与负债指标分析

图表 2006-2008年东方明珠现金流量指标分析

图表 2006-2008年厦华电子利润构成与盈利能力指标分析

图表 2006-2008年厦华电子经营与发展能力指标分析

图表 2006-2008年厦华电子资产与负债指标分析

图表 2006-2008年厦华电子现金流量指标分析

图表 2008年全球各大州数字电视市场价值分析

图表 2008年厦华电子主营构成概况

图表 2008年长虹主营构成概况

图表 2008年歌华主营构成概况

图表 2008年TCL主营构成概况

图表 2008年康佳主营构成概况

图表 2008年东方明珠主营构成概况

图表 2002-2007世界数字电视产量

图表 2002-2007 全球电视机产量（万台）

图表 2002-2007 全球DTV产量（万台）

图表 2001-2007年TV价格下降趋势图（

图表 2001-2007全球LCD TV、PDP TV 产量

图表 2007年东方明珠主营构成概况

图表 2007年厦华电子主营构成概况

图表 2007年长虹主营构成概况

图表 2007年歌华主营构成概况

图表 2007年TCL主营构成概况

图表 2007年康佳主营构成概况

图表 2002-2006全球机顶盒市场需求量

图表 2003-2006我国机顶盒市场需求量

图表 2006年厦华电子主营构成概况

图表 2006年东方明珠主营构成概况

图表 2006年TCL主营构成概况

图表 2006年歌华主营构成概况

图表 2006年长虹主营构成概况

图表 2006年康佳主营构成概况

图表 2006 年二季度高端彩电相对于一季度销量增长

图表 各国数字电视标准比较

图表 ISDB-T与DVB-T、ATSC ATV的比较

图表 欧洲几个国家付费电视情况分析

图表 通过广播网络实现手机电视的主要技术

图表 主要的电视手机技术比较

图表 各城市点播服务的内容举例

图表 五城市EPG频道默认位置举例

图表 数字户与非数字户收视时间比较

图表 不同年龄段数字户与非数字户收视时间比较

图表 数字户与非数字户全天收视走势比较

图表 数字频道与传统频道观众构成差异比较

图表 新增传统频道市场份额

图表 数字频道全天收视走势

图表 数字电视频道在五城市收视表现

图表 数字频道不同平均到达率的频道数量比较

图表 长沙、南京、无锡三城市数字频道收视表现

图表 IPTV演进路线

图表 数字电视产业链示意图

图表 数字电视接收机和模拟电视接收机的区别

图表 数字电视接收机技术途径及比较

图表 彩电产业盈利能力提高幅度图

图表 数字电视领域专利申请量的逐年变化趋势

图表 各国家地区在中国专利申请量比较

图表 各国在中国专利申请量的逐年变化趋势

图表 数字电视专利技术国外申请人排序

图表 数字电视专利技术国内申请人排序

图表 DRX398yZ的系统原理框图

图表 数字电视同频转发设备产品指标

图表 天线方向图

图表 天线场形图

图表 远程控制界面图

图表 单频网的基本框图

图表 DVB-T信道（8MHz带宽）的有效数据论

图表 由保护间隔决定的相邻发射机最大距离

图表 南京数字移动电视系统框图

图表 南京数字移动电视前端系统框图

图表 网内三个发射基站及发射天线的配置情况

图表 技术接收生命周期图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41848.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。