



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007中国数字电视（DTV）产业市场及2008-2012年 发展预测

一、调研说明

《2007中国数字电视（DTV）产业市场及2008-2012年发展预测》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/41986.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

截至2007年12月底，在卫星、有线、地面以及数字电视等数字电视类别当中，中国数字电视（DTV）传输市场的主流仍然是有线数字电视，因而，在2005年以来的研究过程中，我们仍是主要关注了有线数字电视的产业市场发展情况，而对于包括卫星DTV、地面DTV以及互联网DTV（或者说数字电视）在内的其他数字电视领域，由于无论是在政策层面上，还是在实际市场发展阶段来看，其发展尚处于有待启动或者早期启动阶段，因而，仅是适当地给以关注和研究。

在2005-2007期间的年度研究报告的基础之上，我们在2007-2008年研究报告中对于所关注的研究领域范围进一步进行了延伸。截至2007年底来看，虽然取得了快速的发展，但是中国数字电视整体进程仍然与原计划有一定的差距。主要问题表现在：一个是有线数字电视领域的加速发展及其过程中所遇到的问题，随着2007年中国首批数字电视试点城市整体转换进程的结束或者接近尾声，需要有进一步的措施来推进数字电视进程；从数字电视推进的层次与管理来看，需要更加深入地多层次地推进，并且需要加强管理；2006年“鑫诺二号”发射后到2007年基本报废。而2007年6月1日，“鑫诺三号”的成功发射则承接了中国卫星数字电视发展的未来希望，随着未来“中星9号”发射的预期迫近，引发了业界更多的关注；另外，在数字电视相关领域以及地面数字电视领域也发生了新的变化。尤其是2007年8月1日后，中国宣布强制实施数字电视地面传输标准（地标），并已经规划在北京等6个2008年奥运举办城市以及四川、广东、山东、江苏4省覆盖，北京、上海、天津、秦皇岛、青岛、沈阳等6个奥运城市以及深圳、广州，成为国家首批试播地面数字电视的城市。因而，在2007-2008年的新研究报告中，我们着重充实了相关部分的研究内容。

从研究的层次来看，在研究报告中，继续着重研究了数字电视产业整体市场的发展，研究内容涉及：数字电视内容及制作、传输、终端设备、接收市场等的完整的产业链市场，对于数字电视产业链整体市场、数字电视机终端及机顶盒终端市场、终端及节目包消费行为等相关内容进行了深入的研究，力求全面展现整个中国数字电视产业链整体市场的发展状况。

另外，结合近几年全球及中国数字电视发展的进程，综合考虑多种影响因素，报告还对2008-2012年的中国数字电视产业给出了多方位的预测。

截至2007年底，全球数字电视用户总数将超过2.5亿，比2006年将增长30%以上；市场规模将达近1000亿美元，比2006年增长25%。全球数字电视渗透率（数字电视用户/电视用户总数）预计达到19.9%，全球各地区的数字电视渗透率将不断稳步提高。数字电视在全球范围内特别是在发达国家已经得到较大的发展。尽管部分国家后延了终止模拟电视信号播放的时间表，但是，预计随着转换时间表的迫近，全球数字电视用户市场仍有望保持快速增长。

从目前国内发展状况来看，我国数字电视产业仍然处在发展的初级阶段，用户数量发展速度慢于早期的规划。

中国已经计划于2008年全面推广数字电视广播，并于2015年停播所有模拟电视节目，而随着2008年的迫近，中国数字电视整体进程有望进一步加快。2006年10月“鑫诺二号”卫星成功发射但出现展开故障，但这并不会打乱卫星数字电视的规划，随着2007年6月“鑫诺三号”成功发射以及未来“中星9号”的发射，预计未来的2008年后，中国数字电视有望加速向卫星进军。

国内数字电视产业呈现以下特点：

数字电视用户发展速度慢，区域发展不平衡；

付费电视频道初具规模，是否能够满足市场需求有待验证；

技术模式不统一成为产业大规模发展主要障碍；

产业链各环节运营主体自身体制的市场化特征不明显；

产业链环节利益分配方式有待市场规律调整；

“公益事业”的特性使数字电视运营主体背负政治、经济双重压力；

没有形成民营资本进入的热潮。

本报告总结了2007年全球和国内数字电视业务全球用户及市场的发展现状，对国内数字

电视产业链各环节运营状况和消费者数字电视收视情况、网络运营商收入状况、产业链环节合作模式及收益、运营商平台搭建及满意度状况、机顶盒产品状况、数字电视转化过程中的主要问题、投资机会进行了细致和客观的剖析，为网络运营商、内容集成商、终端生产企业及产业链上下游企业提供了重要的决策依据。本报告主要涉及的企业包括：内容集成商（中数、鼎视、文广等）、机顶盒主流厂商（天柏、创维、长虹、同洲等）、数字电视机厂商（康佳、海信、海尔、TCL、夏新、厦华、创维、松下、索尼、三星、LG等）、软件厂商（NDS、永新同方、爱迪德等）、各地典型数字电视网络运营商。

【 目录 】

第一章 研究摘要	10
第一节 研究方法	10
第二节 研究定义	10
第二章 全球及中国数字电视产业发展概况	13
第一节 全球数字电视发展背景	13
一、 全球数字电视产业发展概况	13
（一） 数字电视用户增长状况分析	13
（二） 市场规模分析	13
（三） 数字电视渗透率的发展情况	14
（四） 不同传输方式数字电视构成	15
（五） 区域市场数字电视用户分布状况	15
二、 美国数字电视发展状况	16
三、 加拿大数字电视发展状况	18
四、 英国数字电视发展状况	18
五、 法国数字电视发展状况	19
六、 意大利数字电视发展状况	20
七、 德国数字电视发展状况	20
八、 日本数字电视发展状况	21
九、 全球的数字电视发展特点	21
第二节 中国数字电视产业发展概况	22

第三章	2007年中国数字电视产业市场规模研究	26
第一节	数字电视整体市场整体规模及其构成	26
第二节	数字电视机产品市场规模及其竞争状况	27
第三节	数字电视机顶盒市场及其竞争状况	28
第四节	数字电视频道内容制作及频道集成运营市场	29
第五节	数字电视网络运营及数字电视节目收视市场	29
第四章	细分市场研究	32
第一节	中国有线数字电视用户市场发展情况	32
一、	截至2007年有线数字电视用户增长分析	32
二、	有线数字电视用户数量区域分布状况	33
三、	有线数字电视用户渗透状况	34
四、	国内有线数字电视产业发展特征	35
第二节	中国其他类型数字电视市场发展情况	37
一、	用户发展情况	37
二、	市场规模分析	38
三、	市场特征分析	39
第三节	数字电视节目收视市场分析	40
一、	2004-2007年国内数字电视市场规模	40
二、	国内数字电视基本包市场规模区域分布状况	41
三、	增量市场收入变化状况与分析	41
四、	数字电视增量收入的区域分布状况与分析	42
五、	数字电视基本包增量收入的区域分布状况与分析	43
六、	基本服务收入与个性化服务收入状况与分析	44
第五章	中国数字电视产业标准	45
第一节	国际数字电视标准状况	45
一、	ATSC标准	45
二、	DVB标准	46
三、	ISDB标准	46
第二节	全球数字电视发展政府协助推广情况	46

第三节	国内数字电视技术标准制定现状	49
一、	数字电视相关多项行业标准	49
二、	地面数字电视标准	51
三、	移动电视标准---中国移动多媒体广播系统(CMMB)	52
第六章	相关终端产品、技术及服务市场现状	53
第一节	有线机顶盒产品市场状况	53
一、	技术相关政策及影响	53
二、	机卡分离相关政策及影响	54
第二节	其他机顶盒产品市场	55
一、	IP机顶盒	55
二、	卫星机顶盒	57
第七章	电视网络运营商现状	58
第一节	网络运营相关政策及影响	58
一、	《广播电视有线数字付费频道业务管理暂行办法》(试行)	58
二、	《国家税务总局关于广播电视有线数字付费频道业务征收营业税问题的通知》	58
三、	《关于进一步规范和发展有线电视视频点播业务的通知》	59
四、	《广电总局关于加快有线数字电视监管平台建设的通知》	59
五、	《关于推进广播电视有线数字付费频道运营产业化的意见》	59
六、	《推进试点单位有线电视数字化整体转换的若干意见(试行)》	60
第二节	各网络运营商数字电视转化情况分析	60
一、	运营商数字电视转化现状	60
二、	数字电视转化情况分析	61
第三节	销售模式及市场需求分析	62
第四节	网络运营商满意度现状	64
第五节	网络运营商运营状况	65
一、	目前国内网络运营概况	65
二、	网络运营商数字电视运营状况与分析	66
(一)	佛山数字电视运营状况与分析	66
(二)	杭州数字电视运营状况与分析	67
(三)	上海数字电视运营状况与分析	68

(四)	深圳数字电视运营状况与分析	69
(五)	青岛数字电视运营状况与分析	70
(六)	南京数字电视运营状况与分析	71
(七)	绵阳数字电视运营状况与分析	72
(八)	太原数字电视运营状况与分析	72
第八章	内容提供现状	74
第一节	付费频道内容提供的相关政策及影响	74
一、	《广播电视有线数字付费频道业务管理暂行办法》(试行)	74
二、	《关于推进广播电视有线数字付费频道运营产业化的意见》	74
第二节	同质频道竞争状况分析	75
第三节	付费频道内容提供流程	79
第四节	内容集成商运营状况	80
一、	中数传媒运营状况与分析	80
二、	鼎视运营状况与分析	82
三、	上海文广运营状况与分析	83
第九章	数字电视用户需求现状	88
第一节	普通消费者对数字电视业务的认知	88
第二节	数字电视家庭收入现状	90
第三节	数字电视用户群体特征分析	91
第四节	数字电视用户节目需求	94
第五节	数字电视用户满意度现状	95
第十章	2008-2012年中国数字电视产业趋势分析	97
第一节	目前国内数字电视产业链概况	97
一、	产业链构成现状	97
二、	产业链运转现状	98
第二节	2008-2012年付费电视市场发展趋势	99
第三节	未来五年数字电视市场发展趋势	100
一、	数字电视市场发展影响因素、影响力指数、作用力方向、可能性指数	100
二、	数字电视发展的相关政策及其走势	102

三、	数字电视发展方向	103
四、	数字电视市场发展规律	104
第四节	未来五年机顶盒入户影响因素及影响力指数分析	105
一、	机顶盒入户影响因素、影响力指数、作用力方向、可能性指数	105
二、	用户发展规律	107
第五节	其它终端市场发展预期分析	108
第六节	卫星数字电视用户发展预期分析	109
第七节	无线(地面)数字电视用户发展预期分析	111
第八节	网络电视(数字电视)用户发展预期	111
第十一章	2008-2012年中国数字电视产业定量预测	113
第一节	产业规模	113
一、	数字电视用户规模	113
二、	数字电视市场规模	114
三、	数字电视产业规模	114
第二节	产业结构发展趋势分析	115
第十二章	数字电视产业投资机会分析	118
第一节	数字电视产业投资现状	118
第二节	数字电视产业未来投资机会分析	118
一、	终端产品市场投资机会分析	118
二、	网络运营与节目运营投资机会分析	119
附注		120
第一节	《广播电视有线数字付费频道业务管理暂行办法》(试行)	120
第二节	《广电总局关于加快有线数字电视监管平台建设的通知》	123
第三节	《国家税务总局关于广播电视有线数字付费频道业务征收营业税问题的通知》	124
第四节	《关于进一步规范和发展有线电视视频点播业务的通知》	124
第五节	《关于推进广播电视有线数字付费频道运营产业化的意见》	125
第六节	《推进试点单位有线电视数字化整体转换的若干意见(试行)》	126
第七节	《关于推进广播电视有线数字付费频道运营产业化的意见》	127

表格目录

- 表格 1：数字电视分类 11
- 表格 2：数字电视特点 11
- 表格 3：2003-2007年中国有线数字电视用户数 32
- 表格 4：2007年中国有线数字电视用户的区域市场规模分布情况 34
- 表格 5：2007年中国各省区有线电视用户数字化渗透率 35
- 表格 6：2004-2007年中国其他类型数字电视用户数量 38
- 表格 7：数字电视接收设备--基础标准 50
- 表格 8：数字电视接收设备--接口标准 50
- 表格 9：数字电视接收设备-机顶盒标准 50
- 表格 10：数字电视接收设备-机卡分离标准 50
- 表格 11：数字电视接收设备-显示器标准 51
- 表格 12：2007年国内主要网络运营状况 65
- 表格 13：2007年中国已批准的广播电视有线数字付费频道情况简表 77
- 表格 14：中央数字电视传媒有限公司集成频道列表 81
- 表格 15：2008年4月中数传媒频道情况 82
- 表格 16：鼎视数字电视传媒有限公司集成频道列表 82
- 表格 17：上海文广互动电视公司集成频道列表 84
- 表格 18：2006和2007年数字电视用户家庭收入特征对比 91
- 表格 19：各主要类型电视节目关注度 94
- 表格 20：中国数字电视产业链（2） 97
- 表格 21：数字电视发展影响因素分析 102
- 表格 22：机顶盒入户影响因素分析 107

图表目录

- 图表1：2004-2007年世界数字电视用户数量及其变化 12
- 图表2：2003-2007年全球数字电视机市场规模 13
- 图表3：全球数字电视机价格走势 13
- 图表4：2006年底世界主要国家数字电视渗透率 14
- 图表 5：2007年数字电视用户比例图 25
- 图表 6：2005-2007年机顶盒市场规模 27

图表 7 : 2007年数字电视用户比例图	29
图表 8 : 2003-2007年中国有线数字电视用户数	31
图表 9 : 2007年中国各区域有线数字电视用户数量	32
图表 10 : 2007年中国有线数字电视用户地区分布	32
图表 11 : 2007年中国各省区有线电视用户数字化渗透率	33
图表 12 : 2004-2007年中国其他类型数字电视用户数量	37
图表 13 : 2004-2007年中国数字电视市场规模及其增长情况	39
图表 14 : 2007年国内数字电视前10城市基本包价格及市场规模	40
图表 15 : 2004-2007年数字电视增量市场规模	40
图表 16 : 2007年中国数字电视增量收入的区域分布情况	41
图表 17 : 2007年中国数字电视基本包增量收入区域分布情况	42
图表 18 : 2007年中国有线数字电视整体转换现状分布	59
图表 19 : 2002-2007年中国有线数字化程度	60
图表 20 : 2007年中国大陆地区审批的付费电视频道分类	74
图表 21 : 2007年付费频道播放范围	75
图表 22 : 2007年消费者最喜欢节目类型比例	75
图表 23 : 付费电视产业链	78
图表 24 : 数字电视用户认知度调查	87
图表 25 : 用户了解数字电视的渠道	87
图表 26 : 人们对数字电视的首要关注点	88
图表 27 : 数字电视各种特性关注度排行	88
图表 28 : 2007年数字电视用户家庭收入特征	89
图表 29 : 数字电视用户年龄结构特征	90
图表 30 : 数字电视用户年龄分布趋势线	91
图表 31 : 2007年数字电视用户年龄结构	91
图表 32 : 数字电视用户文化程度特征	92
图表 33 : 数字电视用户满意度	94
图表 34 : 客户对数字电视不满意排行	94
图表 35 : 中国数字电视产业链(1)	96
图表 36 : 2008-2010年中国卫星数字电视用户规模发展	108
图表 37 : 2008-2010年中国IPTV用户规模增长趋势	110
图表 38 : 2008-2012年数字电视用户数预测	112

图表 39：2008-2012年中国数字电视市场规模及其增长情况 113

图表 40：2008-2012年数字电视产业规模预测 113

图表 41：2008-2012年数字电视产业结构预测 114

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41986.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。