



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2010年中国数字电视行业 研究与投资咨询分析报告

一、调研说明

《2008-2010年中国数字电视行业研究与投资咨询分析报告》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/42136.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数字串所构成的数字流来传播的，数字信号的传播速率是每秒19.39兆字节，如此大的数据流的传递保证了数字电视的高清晰度，克服了模拟电视的先天不足，而且相对于模拟电视，数字电视在各方面都具有压倒性的优势，无论是国内还是国外，电视数字化已经成为不可逆转的趋势。

统计数字显示，截止到2007年12月底，中国有线数字电视用户数量已经达到2796万户，有线电视数字化程度达到24%。

从2002年到2015年，国内数字电视市场规模将由400亿元扩张到5000亿元，2010年中国数字电视机顶盒市场规模将达到2050万台，其中蕴藏的市场机会超过万亿元。而整个数字电视产业的规模预计将达到1.5万亿元，市场潜力不可估量。在未来的10年内，中国的数字电视必将得到长足发展，由此带动的产业链市场价值更是以千亿元计算。

【 目 录 】

第一章 全球数字电视发展情况分析

第一节 全球数字电视状况

一、全球数字电视特点分析

二、国外数字电视主导因素分析

第二节 美国数字电视状况

一、美国数字电视现状

二、美国跨入数字电视时代

第三节 欧洲数字电视概况

一、欧洲数字电视状况

二、欧盟电视政策分析

三、英国数字电视市场分析

第四节 俄罗斯数字电视市场分析

第五节 韩国数字电视市场分析

第六节 日本数字电视市场分析

第七节 全球数字电视标准发展现状

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

第二章2007年中国数字电视发展现状分析

第一节 2006-2007年数字电视发展分析

一、数字电视标准丰收年

二、我国数字高清电视发展分析

三、中国迎来数字电视转换的高潮

四、数字电视“专利技术”的现状与对策分析

五、数字高清成焦点

第二节 2006-2007年数字电视存在的问题分析

一、数字电视缺少合理经营模式

二、制约地面数字电视产业发展的主要因素

三、网络整合成瓶颈

第三节2006-2007年数字电视发展趋势分析

一、数字电视加速推进

二、数字电视浪潮推动机顶盒产业快速发展

三、数字电视标准拉动产业链发展

四、数字电视测试竞争分析

五、数字电视在发展过程中带来的机遇

第四节2006-2007年数字电视企业动态

一、清华同方数字电视强势出击

二、TCL新品形势较好

三、长虹实现成功转型

四、海信蝉联业内最高荣誉

五、长虹和康佳打响数字电视竞争揭幕战

第三章2007年中国数字电视机市场分析

第一节2006-2007年我国数字电视市场发展现状

- 一、数字市场发展客观规律
- 二、我国国内市场需求分析
- 三、广电赢利空间的打开

第二节 2006-2007年数字电视产量及进出口情况分析

第三节2006-2007年中国付费数字电视市场的推进策略分析

- 一、整合丰富电视节目并尽快显现其优势
- 二、在电视节目频道设计及节目编排上要独具特色
- 三、降低终端用户门槛
- 四、整合网络和数据宽带网络

第四节2006-2007年数字电视市场发动的因素

- 一、数字电视市场巨大的诱惑
- 二、节目的支持
- 三、市场蕴藏无限商机

第五节2006-2007年中国数字电视市场存在的问题

- 一、标准瓶颈
- 二、模式之困
- 三、内容的制约
- 四、数字电视运营商之间的竞争

第六节2006-2007年我国数字电视市场的民资和外资

- 一、民资利用数字电视升温进入市场
- 二、民资将会介入数字电视运营
- 三、我国允许外资投资数字电视
- 四、外资不能涉足经营领域

第四章 2007年中国数字机顶盒发展情况分析

第一节 2006-2007年数字机顶盒行业现状

- 一、数字机顶盒的价值分析
- 二、数字机顶盒技术发展现状

三、我国数字机顶盒行业厂商分类

四、我国数字机顶盒经营现状

第二节 2006-2007年数字电视机顶盒的市场

一、数字电视机顶盒的销售

二、数字电视机顶盒市场概述

三、我国数字电视机顶盒的发展现状

四、数字电视机顶盒市场应用现状探析

五、数字电视机顶盒价格高成竞争障碍

第三节 2006-2007年始自电视机顶盒的消费者分析

一、我国机顶盒市场消费者认知程度

二、机顶盒市场消费者购买需求

三、机顶盒市场消费者购买行为

四、机顶盒市场消费者可接受价格分析

第四节 2006-2007年数字机顶盒研发现状

一、STB系统

二、STB产品类别

三、STB的通信方式

四、接入能力

五、业务配备现状

六、功能配置

第五章 2007年中国芯片发展情况分析

第一节 2006-2007年芯片产业现状

一、中国的芯片产业现状

二、我国芯片产业"大制造"成型

三、中国芯片产业要存有危机感

四、我国芯片产业快速增长

第二节 2006-2007年数字电视芯片发展分析

一、国际芯片大厂积极向数字电视市场进军

二、数字电视市场及其芯片发展

三、我国高清数字电视芯片实现自产

四、我国数字电视芯片工艺标准的融合

第六章 2007-2008年中国数字电视技术发展分析

第一节 2007-2008年数字电视技术的发展

- 一、数字电视技术应用
- 二、高清晰度电视技术
- 三、模拟电视技术中与数字技术比较

第二节 2007-2008年数字电视的相关技术介绍

- 一、数字电视广播流程和实现手段
- 二、数字音视频编解码技术
- 三、数字电视的复用系统
- 四、数字电视的信道编解码及调制解调

第七章 2007年中国数字电视运营及内容分析

第一节 2006-2007年数字电视运营模式分析

- 一、业务运营模式分析
- 二、运营模式存在主要问题分析
- 三、推广障碍分析

第二节 2006-2007年数字电视发展策略分析

- 一、数字电视发展之路分析
- 二、数字电视发展的主要思路与对策建议
- 三、推动数字电视产业发展的主要因素
- 四、制约中国数字电视产业发展的因素分析
- 五、数字电视整体转换策略

第三节 2006-2007年数字地面电视运营分析

- 一、数字地面电视运营模式分析
- 二、DMB-TH地面数字电视多业务平台分析

第四节 2006-2007年数字卫星电视运营模式分析

- 一、数字卫星电视运营模式及新业务分析
- 二、数字卫星直播电视发展战略研究

第五节 2006-2007年数字电视模式发展趋势

- 一、数字电视一体机的机遇与挑战
- 二、数字电视发展新气象

第六节 2006-2007年运营模式对我国数字电视发展的影响

- 一、对数字电视产业价值链的影响
- 二、对数字电视进入主流运营市场时间的影响
- 三、对数字电视产业发展规模和空间的影响

第七节 2006-2007年数字电视运营商分析

- 一、天柏公司
- 二、中视传媒
- 三、电广传媒
- 四、赛迪传媒
- 五、天威视讯

第八章 2007年中国数字电视政策环境分析

第一节 2006-2007年中国宏观经济运行分析

- 一、有利因素分析
- 二、不利因素分析

第二节 2006-2007年我国数字电视政策分析

- 一、数字电视标准实施
- 二、地面数字电视国标强制实施面临难产
- 三、数字电视研发优选五城市试点
- 四、数字电视专利费对进出口的影响

第九章 2007年中国数字电视软硬件设备分析

第一节 2006-2007年数字电视接收机发展情况分析

- 一、数字电视接收机
- 二、数字卫星接收机

第二节 2006-2007年数字电视软件市场分析

- 一、中间件软件巨头打响渠道争夺战
- 二、国内独立软件开发的商机遇
- 三、相应领域市场分析
- 四、条件接收系统

第三节 2007年数字电视软硬件优势企业分析

- 一、华为

- 二、清华同方
- 三、大显
- 四、中科大洋
- 五、思科
- 六、摩托罗拉

第十章 2007-2008年中国数字电视相关产业分析

第一节 2007-2008年IPTV市场分析

- 一、IPTV市场状况
- 二、我国IPTV产业链发展模式分析
- 三、IPTV的市场壁垒及经营策略

第二节 2007-2008年手机电视市场分析

- 一、全球手机电视技术及业务分析
- 二、我国手机电视发展状况
- 三、手机电视运营五大挑战
- 四、手机电视模式分析
- 五、手机电视发展前景分析

第三节 2007-2008年车载电视市场分析

- 一、车载电视时代到来
- 二、未来车载电视销量将大幅增长

第十一章 2007年中国数字电视竞争力分析

第一节 2006-2007年数字电视竞争现状

- 一、我国数字电视与国外差距分析
- 二、我国数字电视市场进入圈地阶段
- 三、我国数字电视竞争格局分析
- 四、我国数字电视竞争焦点分析
- 五、数字电视将引发彩电产业变革

第二节 2006-2007年数字电视与IPTV竞争分析

- 一、数字电视与IPTV发展状况
- 二、数字电视与IPTV在竞争中发展
- 三、数字电视与IPTV比较分析

四、数字电视与IPTV相互竞争状况

第三节 2006-2007年数字电视与其他产品的竞争分析

一、数字电视、高清电视与IPTV

二、数字电视与高清电视

三、数字电视与平板电视、CRT

第十二章 2006-2007年中国数字电视产业重点企业分析

第一节 海信集团

一、公司基本概况

二、公司SWOT分析

三、2006-2007年公司财务数据分析

第二节 四川长虹电子集团公司

一、公司基本概况

二、公司战略

三、2006-2007年公司财务数据分析

第三节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

一、公司基本概况

二、公司竞争优势分析

三、2006-2007年公司财务数据分析

第四节 上海东方明珠（集团）股份有限公司

一、公司基本概况

二、公司发展战略

三、2006-2007年公司财务数据分析

第五节 中信国安信息产业股份有限公司

一、公司基本概况

二、2006-2007年公司财务数据分析

第六节 TCL集团股份有限公司

一、公司基本概况

二、公司发展战略

三、2006-2007年公司财务数据分析

第七节 创维集团有限公司

一、公司基本概况

二、公司数字电视战略

第八节 康佳集团

一、公司基本概况

二、公司电视战略

三、2006-2007年公司财务数据分析

第九节 厦华电子公司

一、公司基本概况

二、公司品牌发展规划

三、公司数字电视战略

第十节 广电电子

一、公司基本概况

二、公司财务数据

第十三章 2008-2010年中国数字电视发展趋势分析

第一节 2008-2010年数字电视技术发展方向

一、中国数字电视产品发展趋势

二、数字电视的技术发展方向分析

三、数字电视一体化发展方向

四、数字电视高清化发展方向

五、2012年前数字电视信号将全面取代模拟信号的发展趋势

第二节 中国数字电视市场的发展趋势

一、中国数字电视产业将加速发展

二、中国数字电视的市场预测

三、2010年中国数字电视终端市场将达4200亿

四、中国有线数字电视发展预测

五、中国数字电视市场潜力巨大

六、数字电视市场前景开始明朗

第十四章 2008-2010年中国数字电视投资前景分析

第一节 2008-2010年数字电视投资机会分析

一、数字机顶盒的发展前景广阔

二、数字电视行业机会逼近

三、数字电视终端设备产业具有很大投资价值

四、数字电视产业链投资机会比较大

第二节 2008-2010年华经视点分析师对数字电视SWOT分析

一、数字电视的优势

二、数字电视劣势

三、数字电视的机遇

四、有线数字电视的威胁

第三节 2008-2010年数字电视的合作竞争策略

一、节目播送者

二、有线网络及卫星运营商

三、电信运营商

四、内容提供商

第四节 2008-2010年数字电视投资风险分析

一、专利权的痛楚

二、数字电视推广困局

三、数字电视投资困境

四、数字电视的投资隐患

第五节 2008-2010年数字电视投资前景分析

一、我国数字电视市场潜力巨大

二、数字电视业务发展前景看好

三、数字电视市场前景开始明朗

图表目录部分

图表 1 2005-2010年美国电视与数字电视家庭用户比较 单位：万

图表 2 英国数字电视各种不同的接入方式比例

图表 3 1998-2007年英国数字电视渗透率

图表 4 1998-2005年英国数字电视普及情况

图表 5 各国数字电视标准对比

图表 6 1985-2006年我国数字电视领域专利申请量的逐年变化趋势

图表 7 各国数字电视的主要标准

图表 8 各国家和地区在中国专利申请量比较

图表 9 技术接受生命周期

图表 10 用户消费曲线规律

图表 11 中国DTV电视机生产国内及出口市场的预测 单位：千台

图表 12 2005-2009年我国数字电视机顶盒销售量变化趋势图

图表 13 国内机电盒厂商三大阵营比例情况

图表 14 模拟电视与数字电视区别

图表 15 数字化电视与模拟电视信号处理方法上的区别

图表 16 信号流程图

图表 17 北京试验的系统样机框图

图表 18 数字电视技术接受生命周期

图表 19 2002-2007年我国国民生产总值变化趋势图

图表 20 IRD的一般功能

图表 21 PEG-2解码器的结构图

图表 22 软件在电视中的重要性

图表 23 多媒体消息业务系统结构图

图表 24 STB彩信方案媒体消息业务系统的组网图

图表 25 华为基于IP实现方式的多媒体彩信系统协议栈

图表 26 移动终端到STB终端的MO业务流程

图表 27 对浏览网页Browser的要求

图表 28 WebMail业务流程

图表 29 C3100主动发起呼叫的信令流程

图表 30 主动建立呼叫的过程

图表 31 C3100接受呼叫的信令流程

图表 32 C3100接受呼叫的信令流程

图表 33 2004-2007年中国IPTV用户数规模与增长 单位：万户

图表 34 2007-2011年中国IPTV用户数规模及增长预测 单位：万户

图表 35 我国典型IPTV试点城市合作

图表 36 上海市IPTV业务自费

图表 37 BCMCS技术网络结构图

图表 38 DVB-H网络结构示意图

图表 39 ISDB-T网络架构与业务模式

图表 40 日本KDDI的OneSEG业务

图表 41 T-DMB的网络架构

图表 42 韩国T-DMB运营商的主推业务内容

图表 43 各种手机电视技术的比较分析

图表 44 移动运营商单独运营模式

图表 45 广播网络运营商单独运营模式

图表 46 广播网络运营商主导的合作运营

图表 47 移动网络运营商主导的合作

图表 48 2004-2008年我国手机电视服务市场规模及预测 单位：亿元

图表 49 2005-2009年我国车载电视市场规模 单位：万部

图表 50 2002-2007年青岛海信电器股份有限公司主营业务收入变化趋势图

图表 51 2007年青岛海信电器股份有限公司分产品经营情况

图表 52 2002-2007年四川长虹电子股份有限公司主营业务收入变化趋势图

图表 53 2007年四川长虹电子股份有限公司分行业营业收入情况

图表 54 2007年北京歌华有线电视网络股份有限公司有线电视网络传输经营情况

图表 55 2003-2007年有线电视网络传输经营收入变化趋势图

图表 56 2002-2007年上海东方明珠通讯及传输行业主营业务及毛利率增长趋势图

图表 57 2002-2007年中国国安信息及服务行业主营业务及毛利率增长趋势图

图表 58 2002-2007年TCL全球主营业务收入情况 单位：百万港元

图表 59 2002-2007年康佳主营业务收入增长趋势图 单位：亿元

图表 60 2002-2007年上海广电电子股份有限公司主营业务收入变化趋势图

图表 61 2006-2010年中国数字电视产业规模预测

图表 62 2004-2007年中国有线数字电视用户增长趋势图 单位：万户

图表 63 2008-2012年中国有线数字电视用户增量发展预测 单位：万户

图表 64 略。。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42136.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。