



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008-2010年中国数字电视行业市场研究与前景预测分析报告

## 一、调研说明

《2008-2010年中国数字电视行业市场研究与前景预测分析报告》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/42143.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

2004年中国有线数字电视产业开始进行试点城市摸索发展；2005年中国有线数字电视产业从试点城市吸取经验进行总结；2006年中国有线数字电视用户市场开始启动，年增长率达到276.81%；2007年中国有线数字电视用户市场得到全面启动和快速发展，年增长率达到115.38%。

以下是针对各地区有线网络运营商有线数字电视发展规划进行的趋势预测：2012年，预计有线数字电视新增441万户，累计有线数字电视用户规模达到1.1606亿户。

2008年中国有线电视数字化工作将延续2006-2007年的全面启动和快速发展，进入到跨越式增长阶段。重点地区有线网络运营商规划在年内完成有线电视数字化工作，在有线网络运营商拥有一定规模的用户后，将积极开拓“后转换”时代的增值业务市场，预计中国有线数字电视用户将突破5000万户，新增有线数字电视用户2819万户。

### 【 目录 】

#### 第一章2007年国际数字电视产业发展概述

##### 第一节发展现状概述

###### 一、产业规模

###### 二、用户规模

###### 三、数字电视终端供给状况

###### 四、产业趋势

##### 第二节基本特点分析

###### 一、竞争主体走向多元化

###### 二、关闭模拟信号时间面临整体后移

###### 三、高清与DVR带动数字电视发展

###### 四、移动电视、IPTV开始启动

###### 五、有线数字电视与卫星数字电视竞争进一步加剧

##### 第三节主要国家和地区发展概要

- 一、美国
- 二、欧洲
- 三、日本

## 第二章2007年中国数字电视产业发展现状分析

### 第一节中国数字电视产业发展现状

- 一、中国数字电视的行业背景
- 二、2007年中国数字电视产业发展现状分析
- 三、数字电视平移重心开始进入二三线城市
- 四、数字电视大举进攻农村

### 第二节数字电视产业发展基本特点

- 一、标准未定，市场先行
- 二、数字电视网络运营缺乏清晰的赢利模式
- 三、产业链各环节开始逐步整合，共同推动产业发展
- 四、企业核心技术研发不断取得突破

### 第三节数字电视标准分析

- 一、世界三大数字电视标准介绍
- 二、中国数字电视标准化工作进展分析
- 三、2007年8月1日起中国强制实施数字电视地面传输标准
- 四、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、数字电视产业化是标准之后的重点
- 二、电视内容关系到数字电视产业发展全局
- 四、数字电视产业化价值判断错位

## 第三章数字电视的优势以及对传媒行业的影响

### 第一节数字电视的优势分析

- 一、节目质量高
- 二、播放时间自由
- 三、满足个性化需求
- 四、广告少
- 五、跨媒体互动

## 第二节数字电视对传媒行业的影响

- 一、传播方面
- 二、对现有媒体形态的影响
- 三、对媒体经营方式的影响

## 第四章2007年中国数字电视市场运行态势分析

### 第一节2007年中国数字电视市场发展现状

- 一、中国数字电视的市场动因分析
- 二、数字电视市场发展客观规律
- 三、中国国内市场需求分析
- 四、广电赢利空间的打开
- 五、中国数字电视市场迈入“圈地阶段”

### 第二节2007年国内数字电视用户数量分析

- 一、2007年中国数字电视用户数量统计与预测
- 二、中国数字电视用户增长趋势与收视需求简析

### 第三节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
- 五、增强付费数字电视的宣传

### 第四节数字电视市场发动的因素

- 一、数字电视市场巨大的诱惑
- 二、节目支持
- 三、市场蕴藏无限商机

### 第五节中国数字电视市场的民资和外资

- 一、民营资本难解数字电视困境
- 二、融资政策紧缩数字电视禁止民资运营
- 三、中国允许外资投资数字电视
- 四、外资不能涉足经营领域

## 第五章中国数字电视产业存在的问题与对策分析

## 第一节数字电视产业存在的问题

- 一、相关政策分析
- 二、数字电视技术标准
- 三、定价
- 四、节目内容
- 五、技术传播
- 六、广告分析

## 第二节数字电视市场存在的问题

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

## 第三节中国数字电视产业发展对策分析

- 一、运营模式
- 二、数字电视推广
- 三、标准化
- 四、提供高质量节目
- 五、市场细分
- 六、增值服务

## 第六章数字电视技术研究状况解析

### 第一节数字电视技术的发展

- 一、数字电视技术发展概述
- 二、数字电视技术的应用
- 三、高清晰度电视技术
- 四、模拟电视技术中的数字技术

### 第二节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、数字电视关键技术
- 三、数字电视信源编解码技术
- 四、数字电视的复用系统
- 五、数字电视的信道编解码和调制解调

### 第三节数字电视“专利技术”

- 一、国内外数字电视专利技术发展概况
- 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情况
- 四、数字电视的专利战略解析

### 第四节数字电视地面广播技术

- 一、数字电视地面广播需求条件
- 二、数字电视地面广播系统技术难点分析
- 三、数字电视地面广播技术应用前景展望
- 四、中国制定传输标准必要性、可行性及技术要求

### 第五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

## 第七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、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
- 四、商业运行模式分析

### 第二节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

### 第三节数字电视模式发展趋势

- 二、数字电视发展新气象

### 第四节付费频道运营分析

- 一、商业定位
- 二、商业模式

- 三、销售形态
- 四、销售渠道
- 五、商业指标
- 六、客户资源

## 第八章数字电视分类分析

### 第一节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

### 第二节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

### 第三节有线数字电视商业运营分析

- 一、产业定位
- 二、产品的卖点
- 三、市场与销售

### 第四节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

### 第五节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

## 第九章2007年中国数字电视市场竞争格局分析

### 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

## 第十章中国数字电视优势企业运营分析

### 第一节海信集团

#### 一、企业发展概况

#### 二、生产运营与财务状况分析

#### 三、竞争优势与发展战略分析

### 第二节四川长虹电子集团公司

#### 一、企业发展概况

#### 二、生产运营与财务状况分析

#### 三、竞争优势分析

### 第三节北京歌华有线电视网络股份有限公司

#### 一、企业发展概况

#### 二、生产运营与财务状况分析

#### 三、竞争优势与发展战略分析

### 第四节上海东方明珠（集团）股份有限公司

#### 一、企业发展概况

#### 二、生产运营与财务状况分析

#### 三、竞争优势与发展战略分析

### 第五节中信国安信息产业股份有限公司

#### 一、企业发展概况

#### 二、生产运营与财务状况分析

## 第六节TCL集团股份有限公司

### 一、企业发展概况

### 二、生产运营与财务状况分析

### 三、发展战略分析

## 第七节创维集团有限公司

### 一、企业发展概况

### 二、生产运营与财务状况分析

### 三、发展战略分析

## 第八节康佳集团

### 一、企业发展概况

### 二、生产运营与财务状况分析

### 三、竞争优势与发展战略分析

## 第九节厦华电子公司

### 二、生产运营与财务状况分析

### 三、竞争优势与发展战略分析

## 第十节广电电子

### 二、生产运营与财务状况分析

### 三、竞争优势与发展战略分析

## 第十一章中国数字电视机构成分析

### 第一节数字电视机顶盒概况

#### 一、数字电视机顶盒定义

#### 二、数字电视机顶盒发展现状

#### 三、数字电视机顶盒芯片市场分析

#### 四、数字电视机顶盒的发展前景及策略

#### 五、数字电视机顶盒的发展趋势

#### 六、数字电视机顶盒优势企业分析

### 第二节数字电视中间件分析

#### 一、中间件概况

#### 二、我国数字电视中间件的发展分析

### 第三节数字电视条件接受技术分析

#### 一、条件接收系统特点

二、条件接收系统组成

三、条件接收系统功能

第四节数字电视软硬件设备概述

## 第十二章2007年中国数字电视相关产业分析

### 第一节2007年IPTV市场分析

一、IPTV概况

二、2007年IPTV市场状况

三、我国IPTV产业链发展模式分析

四、IPTV的市场壁垒及经营策略

### 第二节2007年手机电视市场分析

一、全球手机电视技术及业务分析

二、2007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

## 第十三章2008-2010年中国数字电视的发展前景与趋势预测

### 第一节中国数字电视市场的发展趋势

一、2007年中国数字电视产业将加速发展

二、2008年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、2008-2011年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

### 第二节数字电视技术发展方向预测

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

### 第十四章2008-2010年我国数字电视投资分析

#### 第一节我国数字电视产业投资机会分析

##### 一、数字电视终端设备产业具有很大投资价值

##### 二、数字电视产业链投资机会比较大

##### 三、奥运商机引发中国数字电视的投资热潮

#### 第二节2008-2010年我国数字电视投资风险分析

##### 一、数字电视产业综合投资风险分析

##### 二、专利权的痛楚

##### 三、数字电视推广困局

##### 四、数字电视的投资隐患

#### 第三节标准之余的投资商机前景展望

##### 一、广告依旧是主要收入来源

##### 二、专业性电视栏目内容看好

##### 三、数字一体机和机顶盒将长期共存

##### 四、高端机顶盒市场隐藏巨大商机

##### 五、机卡分离一体机将更多被认同

#### 第四节华经视点分析师投资策略与建议

##### 一、数字电视标准必须尽快明确

##### 二、政府应加强宣传，真正做到数字电视家喻户晓

##### 三、数字电视终端生产商应加快产品创新速度

##### 四、产业链各环节厂商应积极进行新产品的开发和技术储备

##### 五、内容服务市场蕴含商机

#### 图表目录部分

##### 图表12003-2010年全球数字电视机销售额走势图

##### 图表22003-2009年全球数字电视用户数量及预测单位：万户

##### 图表32006-2011年全球TOP5国家高清数字电视家庭用户规模

##### 图表42003-2009年全球数字电视发货量及预测单位：万台

##### 图表5模拟电视停播时间表

图表6世界范围IPTV市场及预测单位：百万

图表72002-2006年美国数字电视用户数量增长情况单位：万户

图表8欧盟各类型数字电视用户数增长情况单位：百万

图表9技术接受生命周期

图表102005-2006年全国电视观众电视机接收系统比例对比（%）

图表112005-2006年不同地域数字电视用户所占比例对比

图表12数字电视用户与全国电视观众生活态度同意度对比

图表132006年数字电视观众与全国电视观众分背景收视时长对比

图表142006年数字电视观众与全国观众喜爱收看的节目类型对比

图表15支持发展数字电视的相关政策法规

图表16投放方式对比

图表17投放方式价格比较

图表182004-2007年全国数字电视用户及同比增长率趋势图单位：万户

图表19有线数字电视产业链简图

图表20数字电视产业链结构图

图表21节目缺乏吸引力无法形成新的盈利模式

图表22模拟电视与数字电视区别

图表23数字化电视与模拟电视信号处理方法上的区别

图表24信号流程图

图表25北京试验的系统样机框图

图表26数字电视领域专利申请量的逐年变化趋势

图表27各国数字电视的主要标准

图表28各国在中国专利申请量的逐年变化趋势

图表29各国家地区在中国专利申请量比较

图表30数字电视专利技术国外申请人排序

图表31数字电视专利技术国内申请人排序

图表32数字电视收入模式示意图

图表33数字电视技术接受生命周期

图表342001-2007年我国彩电产量增长趋势图

图表352007年1-11月我国彩电产量分析单位：台

图表36系统的总体框架图

图表37目前上海使用的参数

图表38建成后单频网系统图

图表39数字地面移动电视前端的框架图

图表40传输网络组成框架图

图表41发射网络组成框架图

图表42数字地面移动电视系统接收设备的框图

图表432002-2007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442007年青岛海信电器股份有限公司分产品经营情况

图表452002-2007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462007年四川长虹电子股份有限公司分行业营业收入情况

图表472007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482003-2007年有线电视网络传输经营收入变化趋势图

图表492002-2007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502002-2007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512002-2007年TCL全球主营业务收入情况单位：百万港元

图表522002-2007年康佳主营业务收入增长趋势图单位：亿元

图表532002-2007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542002-2008年我国数字电视机顶盒销售量变化趋势图

图表552006-2011年我国机顶盒芯片市场规模走势图

图表56国内机电盒厂商三大阵营比例情况

图表57条件接收基本原理示意图

图表58Conexant数字电视软件结构体系

图表59Conexant数字电视硬件编程模型

图表602004-2007年中国IPTV用户数规模与增长单位：万户

图表612007-2011年中国IPTV用户数规模及增长预测单位：万户

图表62我国典型IPTV试点城市合作

图表63上海市IPTV业务自费

图表64BCMCS技术网络结构图

图表65DVB-H网络结构示意图

图表66ISDB-T网络架构与业务模式

图表67日本KDDI的OneSEG业务

图表68T-DMB的网络架构

图表69韩国T-DMB运营商的主推业务内容

图表70各种手机电视技术的比较分析

图表71移动运营商单独运营模式

图表72广播网络运营商单独运营模式

图表73广播网络运营商主导的合作运营

图表74移动网络运营商主导的合作

图表752004-2008年我国手机电视服务市场规模及预测单位：亿元

图表762005-2009年我国车载电视市场规模单位：万部

图表772006-2010年中国数字电视产业规模预测

图表782002-2007年中国有线数字电视用户增长趋势图单位：万户

图表792008-2012年中国有线数字电视用户增量发展预测单位：万户

图表80略。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42143.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。