



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国数字电视行业市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国数字电视行业市场分析及发展趋势研究报告》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/42246.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

2008年中国将开播数字信号电视节目，并将实现从模拟电视时代到数字电视时代的飞跃，这意味着彩电行业面临着重大的升级换代的发展契机。预计2008年中国数字电视用户有望达到将增长到3600万用户。随着用户的发展速度加快，内容提供商和集成商将加快节目制作和推出，数字电视付费频道将不断增多，运营商将加快网络建设步伐，终端数字电视机和机顶盒的需求将显著增长，这将为数字电视终端厂商提供巨大的投资机会。目前，全国已有青岛、杭州、深圳、大连、佛山、太原、南京、南宁、银川等25个城市完成了市区有线电视数字化整体转换，还有若干个城市和地区正在大力推进过程中，全国有线数字电视用户已超过1400万。有线数字电视得到了社会各界和广大人民群众의 普遍欢迎，数字化整体转换正在从点向面发展，从试点城市向全国大中城市铺开，呈现出了快速发展的良好势头。

中国的地面数字电视传输标准采用上海交大的ADTB-T方案和清华大学的DMB-T方案的融合方案，并于2007年8月1日正式实施。标准的出台让数字电视市场更加热闹起来，长虹、创维、康佳等电视企业纷纷推出数字电视一体机抢占市场，竞争更加激烈。2008年，全国数字电视用户高速增长；2009-2010年，全国整体转换陆续完成；2011年，有线数字电视产业平稳发展。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千亿，2011年中国数字机顶盒市场销售收入将达到7.663亿美元。从2011年开始，中国数字机顶盒市场的销售收入将下降。2012年中国数字有线电视用户将达到1亿。面对如此巨大的市场，投资者作何选择？

【 目录 】

第一部分 行业发展概况

第一章 数字电视概况及发展环境分析 1

第一节 我国数字电视概况 1

一、数字电视定义 1

二、数字电视的用途 2

三、数字电视的特点	2
四、数字电视的基本原理	5
五、数字电视的分类	8
第二节 2007-2008年年中国宏观经济运行分析	14
一、2007年宏观经济政策分析	14
二、2007年居民消费价格分类指数分析	17
三、2008年我国经济增长趋势预测	23
第三节 我国数字电视政策分析	28
一、2007年8月1日数字电视标准实施	28
二、地面数字电视国标强制实施面临难产	29
三、数字电视研发优选五城市试点	30
四、数字电视专利费对进出口的影响	32
五、数字电视机卡分离新标准颁布	34
第二章 数字电视相关产业分析	36
第一节 2008年IPTV市场分析	36
一、2007年IPTV市场发展现状分析	36
二、影响IPTV发展因素	37
三、中国IPTV市场上演激烈竞争	39
四、有线数字电视IPTV增速双双放缓	47
五、2008-2010年IPTV全球发展市场预测	48
第二节 2008年手机电视市场分析	52
一、手机电视市场发展现状	52
二、手机电视市场新的冲击波两种模式的抉择	57
三、手机电视发展前景可观	60
四、2008-2010年中国手机电视市场消费需求预测	61
第三节 2008年车载电视市场分析	64
一、2007年车载数字移动电视发展分析	64
二、2008年公交车载电视的市场规模预测	67
三、2008年奥运车载液晶电视市场分析	68
四、2008-2009年中国车载电视市场销量预测	69

第三章 全球数字电视现状分析	72
第一节 全球数字电视状况	72
一、全球数字电视产业发展历程	72
二、全球数字电视五大特点分析	77
三、2007年全球数字电视普及率分析	79
四、2008年全球数字电视销量预测	80
五、2008-2012年全球数字电视家庭用户预测	81
第二节 欧洲数字电视概况	81
一、欧洲数字电视应用全球领先	81
二、欧盟电视政策分析	82
三、2010年欧洲数字电视服务普及率预测	83
第三节 美国数字电视状况	84
一、美国数字电视发展概况	84
二、美国高清数字电视渐成市场主流	88
三、2008年美国数字电视用户预测	88
第四节 俄罗斯数字电视市场分析	89
一、俄罗斯出台向数字电视过渡的发展构想草案	89
二、2015年俄罗斯数字电视市场规模预测	89
第五节 韩国数字电视市场分析	90
第六节 全球数字电视标准发展现状	91
一、欧洲DVB标准	91
二、美国ATSC标准	94
三、日本ISDB标准	95
第二部分 行业市场分析	
第四章 我国数字电视发展现状分析	97
第一节 2007-2008年数字电视发展状况分析	97
一、数字电视行业产业链正逐渐走向成熟阶段	97
二、数字电视转换广东样本	98
三、地面免费高清频道开播	102
四、数字电视一体机推广受制于地方运营商	103
五、香港抢先数字电视广电总局提速表态	105

六、2008年地面数字电视新部署实质启动	108
七、2008年奥运助推数字电视发展	109
第二节 家用影视设备制造经济运行分析	110
一、2007年家用影视设备制造销售收入前十家企业	110
二、2007年家用影视设备制造主要经济指标分析	112
第三节 数字电视存在的问题分析	146
一、数字电视商业模式不成熟	146
二、制约地面数字电视国标的主要因素	148
三、网络整合成瓶颈	149
第四节 数字电视需求市场分析	151
一、数字电视用户异军突起	152
二、数字电视用户个性化收视需求分析	153
三、聚合优质数字电视内容资源	155
第五节 数字电视细分市场	156
一、香港数字电视市场分析	156
二、上海数字电视市场分析	157
三、南京数字电视市场分析	158
四、合肥数字电视市场分析	158
五、北京数字电视市场分析	159
六、甘肃数字电视市场分析	160
七、浙江数字电视市场分析	161
八、天津数字电视市场分析	163
九、广州数字电视市场分析	164
第五章 我国数字电视机构成分析	167
第一节 数字电视机顶盒概况	167
一、数字电视机顶盒发展现状	167
二、数字电视接收将抛弃机顶盒	170
三、数字电视机顶盒优势企业分析	171
四、数字电视机顶盒的发展前景及策略	178
五、2008年高清数字电视机顶盒将服务奥运	182
六、2011年全球数字电视机顶盒出货预测	182

第二节 数字电视中间件分析	183
一、数字电视中间件发展概况	183
二、我国数字电视中间件的发展分析	187
第三节 数字电视条件接受技术分析	188
一、条件接收系统特点	188
二、条件接收系统组成	189
三、条件接收系统功能	190
第四节 数字电视软硬件设备概述	194
一、软硬件简述	194
二、优势企业分析	200
第六章 我国数字电视机市场分析	206
第一节 2008年中国平板电视市场分析	206
一、平板电视终端市场分析	206
二、2008年中国平板电视产业进入整合时代	210
三、2008年平板电视消费全面推向高清时代	212
四、2008年平板电视销量预测	214
第二节 2008年彩电市场状况分析	216
一、2007年彩色电视机产量分析	216
二、彩色电视发展现状分析	223
三、2008中国彩电发展四大趋势	227
四、2008年彩电销售量预测	228
第三节 2008年背投电视市场分析	230
一、2007年背投电视发展现状	230
二、背投电视未来市场潜力巨大	232
第四节 2008年液晶电视市场分析	233
一、2007年最畅销液晶电视分析	233
二、2008年5大液晶电视厂商市场份额	240
三、2008年二线品牌液晶电视发展预测	240
第五节 2008年等离子电视市场分析	241
一、2007年等离子电视行业发展现状	241
二、2008年国内等离子电视产业规模预测	253

三、2009年等离子电视市场发展预测 255

第七章 数字电视运营及内容分析 257

第一节 数字电视运营模式分析 257

一、业务运营模式分析 257

二、运营模式存在主要问题分析 260

三、推广障碍分析 262

四、商业运行模式分析 265

第二节 数字电视发展策略分析 266

一、数字电视发展之路分析 266

二、数字电视发展的主要思路与对策建议 268

三、推动数字电视产业发展的主要因素 269

四、数字电视发展策略面临的问题 271

五、数字电视整体转换策略 273

第三节 数字电视模式发展趋势 276

一、数字电视一体机的机遇与挑战 276

二、数字电视发展新气象 282

第四节 付费电视运营分析 284

一、商业定位 284

二、商业模式 285

三、销售形态 286

四、销售渠道 289

五、商业指标 290

六、客户资源 292

第八章 数字电视分类分析 293

第一节 数字地面电视运营分析 293

一、数字地面电视运营模式分析 293

二、DMB-TH地面数字电视多业务平台分析 294

第二节 数字卫星电视运营模式分析 298

一、数字卫星电视运营模式及新业务分析 298

二、数字卫星直播电视发展战略研究 301

第三节 有线数字电视商业运营分析	304
一、产业定位	304
二、产品的卖点	306
三、市场与销售	308
第四节 运营模式对我国数字电视发展的影响	309
一、对数字电视产业价值链的影响	309
二、对数字电视进入主流运营市场时间的影响	311
三、对数字电视产业发展规模和空间的影响	312
第五节 数字电视运营商分析	314
一、天柏公司	314
二、中视传媒	317
三、电广传媒	318
四、赛迪传媒	320
五、天威视讯	322

第三部分 行业竞争分析

第九章 我国数字电视竞争分析	325
第一节 数字电视竞争现状	325
一、数字电视竞争已经由整机环节 向产业链过渡	325
二、我国数字电视与国外差距分析	326
三、数字电视营销竞争优势	327
四、我国数字电视竞争焦点分析	328
五、数字电视将引发彩电产业变革	329
第二节 数字电视与IPTV竞争分析	331
一、数字电视与IPTV发展状况	331
二、数字电视与IPTV竞争形势分析	336
三、数字电视与IPTV在竞争中发展	340
四、数字电视与IPTV比较分析	343
五、数字电视与IPTV相互竞争状况	347
第三节 数字电视与其他产品的竞争分析	350
一、数字电视、高清电视与IPTV	350
二、数字电视与高清电视	351

三、数字电视与平板电视、CRT 353

第十章 我国数字电视产业重点企业分析 354

第一节 海信集团 354

一、公司概况 354

二、2007年公司经营情况 356

三、公司动态 359

第二节 四川长虹 371

一、公司概况 371

二、公司战略 372

三、2007年公司经营情况 378

第三节 歌华有线 381

一、公司概况 381

二、2007年公司经营情况 382

三、公司动态 389

第四节 东方明珠 397

一、公司概况 397

二、公司发展战略 399

三、2007年公司经营情况 400

第五节 中信国安 404

一、公司概况 404

二、2007年公司经营情况 404

第六节 TCL集团 409

一、公司概况 409

二、公司发展战略 410

三、2007年公司经营情况 412

第七节 创维集团 416

一、公司概况 416

二、公司数字电视战略 418

第八节 康佳集团 419

一、公司概况 419

二、公司电视战略 423

三、公司运营模式	424
四、2007年公司经营情况	426
第九节 同方股份	429
一、公司概况	429
二、2007年公司经营情况	430
三、公司动态	434
第十节 广电电子	435
一、公司概况	435
二、2007年公司经营情况	436
三、公司动态	439

第四部分 行业发展趋势与投资分析

第十一章 数字电视发展趋势及投资分析	441
第一节 数字电视发展趋势分析	441
一、数字电视加速推进	441
二、数字电视浪潮推动机顶盒产业快速发展	442
三、数字电视标准拉动产业链发展	445
四、数字电视测试竞争分析	448
五、数字电视在发展过程中带来的机遇	454
第二节 数字电视发展趋势分析	460
一、2008年数字电视发展趋势展望	460
二、未来三年中国数字电视年均增长预测	466
三、2012年中国数字有线电视用户预测	467
第三节 2008年我国数字电视产业投资分析	467
一、2007年是数字电视投资高潮	467
二、2008年数字电视投资热点	469
三、2008年车载电视成投资新宠	470
四、2008年我国数字电视行业投资策略	471

图表目录

图表：传统的广播电视的流程	6
图表：数字广播电视产业链	6

图表：中国有线电视数字化过渡战略	7
图表：整体转换是必由之路	7
图表：大力开发数字媒体新业务	8
图表：2007年1月居民消费价格分类指数	17
图表：2007年2月居民消费价格分类指数	18
图表：2007年3月居民消费价格分类指数	18
图表：2007年4月居民消费价格分类指数	19
图表：2007年5月居民消费价格分类指数	19
图表：2007年6月居民消费价格分类指数	20
图表：2007年7月居民消费价格分类指数	20
图表：2007年8月居民消费价格分类指数	21
图表：2007年9月居民消费价格分类指数	21
图表：2007年10月居民消费价格分类指数	22
图表：2007年11月居民消费价格分类指数	22
图表：2003-2007年7月我国CPI增长与PPI的两波增长比较	23
图表：1979-2007年我国GDP缩减指数和CPI年度增长率变化趋势	24
图表：1981-2007年我国GDP增长与投资 and 消费增长的周期关系	24
图表：广电运营商的SWOT分析	41
图表：电信运营商的SWOT分析	42
图表：IPTV领域广电和电信的博弈矩阵	46
图表：2004-2008年全球IPTV用户数和市场规模预测	49
图表：2004-2008年中国IPTV用户数和市场规模预测	51
图表：用户使用手机电视的节目类型的选择偏好	61
图表：2006 - 2009年中国车载电视市场规模及增长预测	71
图表：2007年全球数字电视普及率	80
图表：2007-2009年美国市场对转换盒的需求预期	86
图表：2001-2007年8月家用视听设备业销售收入及增速图	103
图表：2001-2007年8月家用视听设备业主营业务利润表	103
图表：2007年2月家用影视设备制造销售收入前十家企业	110
图表：2007年5月家用影视设备制造销售收入前十家企业	111
图表：2007年8月家用影视设备制造销售收入前十家企业	111
图表：2007年11月家用影视设备制造销售收入前十家企业	112

图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标全国合计	112
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标北京市合计	113
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标天津市合计	115
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标内蒙古合计	116
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标辽宁省合计	118
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标吉林省合计	119
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标黑龙江合计	120
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标上海市合计	122
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标江苏省合计	123
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标浙江省合计	125
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标安徽省合计	126
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标福建省合计	127
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标江西省合计	129
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标山东省合计	130
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标河南省合计	132
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标湖北省合计	133
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标湖南省合计	134
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标广东省合计	136
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标广西区合计	137
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标重庆市合计	139
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标四川省合计	140
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标贵州省合计	141
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标陕西省合计	143
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标新疆区合计	144
图表：2005-2006年全国电视观众电视机接收系统比例对比	153
图表：2005-2006年不同地域数字电视用户所占比例对比	156
图表：部分有线网络软硬件设备提供商	195
图表：2007年前三季度中国平板电视分技术类型结构	211
图表：2007年前三季度中国液晶电视尺寸销售量结构	211
图表：2007年2-11月彩色电视机产量全国合计	216
图表：2007年2-11月彩色电视机产量吉林省合计	216
图表：2007年2-11月彩色电视机产量江苏省合计	217

图表：2007年2-11月彩色电视机产量福建省合计	217
图表：2007年2-11月彩色电视机产量河南省合计	217
图表：2007年2-11月彩色电视机产量广东省合计	218
图表：2007年2-11月彩色电视机产量新疆区合计	218
图表：2007年2-11月彩色电视机产量黑龙江合计	218
图表：2007年2-11月彩色电视机产量浙江省合计	219
图表：2007年2-11月彩色电视机产量江西省合计	219
图表：2007年2-11月彩色电视机产量四川省合计	220
图表：2007年2-11月彩色电视机产量陕西省合计	220
图表：2007年2-11月彩色电视机产量天津市合计	220
图表：2007年2-11月彩色电视机产量辽宁省合计	221
图表：2007年2-11月彩色电视机产量上海市合计	221
图表：2007年2-11月彩色电视机产量安徽省合计	221
图表：2007年2-11月彩色电视机产量山东省合计	222
图表：2007年2-11月彩色电视机产量贵州省合计	222
图表：2007年2-11月彩色电视机产量内蒙古合计	223
图表：青岛海信电器股份有限公司产权关系图	355
图表：青岛海信电器股份有限公司大事记表	355
图表：2007年二季度青岛海信电器股份有限公司主营构成表	356
图表：2007年一、二、三季度青岛海信电器股份有限公司每股指标	356
图表：2007年一、二、三季度青岛海信电器股份有限公司获利能力表	356
图表：2007年一、二、三季度青岛海信电器股份有限公司经营能力表	357
图表：2007年一、二、三季度青岛海信电器股份有限公司偿债能力表	357
图表：2007年一、二、三季度青岛海信电器股份有限公司资本结构表	357
图表：2007年一、二、三季度青岛海信电器股份有限公司发展能力表	357
图表：2007年一、二、三季度青岛海信电器股份有限公司现金流量分析表	358
图表：2007年一、二、三季度青岛海信电器股份有限公司利润分配表	358
图表：2001-2007年三季度青岛海信电器股份有限公司营业收入及增速图	360
图表：2001-2007年三季度青岛海信电器股份有限公司主营业务利润及毛利率图	361
图表：2001-2007年三季度青岛海信电器股份有限公司净利润及增速图	361
图表：2001-2007年三季度青岛海信电器股份有限公司总资产及资产负债率图	361
图表：2006年青岛海信电器股份有限公司彩电行业资产负债率分布图	362

图表：青岛海信电器股份有限公司信芯芯片研发预测表	362
图表：2007-2010年青岛海信电器股份有限公司电视液晶模组加工项目利润预测表	362
图表：2004-2007年9月青岛海信电器股份有限公司彩电产、销量对比图	364
图表：2004-2007年青岛海信电器股份有限公司彩电月产量分布图	365
图表：2004-2007年青岛海信电器股份有限公司彩电产销率分布图	365
图表：2004-2007年三季度青岛海信电器股份有限公司营业收入分布图	366
图表：2004-2007年三季度青岛海信电器股份有限公司净利润分布图	366
图表：2006-2010年液晶电视国内销量预测图	366
图表：2007年三季度彩电行业上市公司盈利能力对比图	367
图表：2007年三季度彩电行业上市公司资产规模对比图	367
图表：2007-2008年彩电行业上市公司基本数据表	368
图表：2006-2007年三季度青岛海信电器股份有限公司股东持股变动图	368
图表：2006-2007年三季度青岛海信电器股份有限公司机构持股变动图	368
图表：2006-2010年青岛海信电器股份有限公司盈利预测表	369
图表：2004-2007年三季度青岛海信电器股份有限公司资产负债表	370
图表：2004-2007年三季度青岛海信电器股份有限公司现金流量表	370
图表：2007年二季度四川长虹电器股份有限公司主营构成表	378
图表：2007年一、二、三季度四川长虹电器股份有限公司每股指标	378
图表：2007年一、二、三季度四川长虹电器股份有限公司获利能力表	378
图表：2007年一、二、三季度四川长虹电器股份有限公司经营能力表	379
图表：2007年一、二、三季度四川长虹电器股份有限公司偿债能力表	379
图表：2007年一、二、三季度四川长虹电器股份有限公司资本结构表	379
图表：2007年一、二、三季度四川长虹电器股份有限公司发展能力表	379
图表：2007年一、二、三季度四川长虹电器股份有限公司现金流量分析表	380
图表：2007年一、二、三季度四川长虹电器股份有限公司利润分配表	380
图表：2007年二季度北京歌华有线电视网络股份有限公司主营构成表	382
图表：2007年一、二、三季度北京歌华有线电视网络股份有限公司每股指标	382
图表：2007年一、二、三季度北京歌华有线电视网络股份有限公司获利能力表	383
图表：2007年一、二、三季度北京歌华有线电视网络股份有限公司经营能力表	383
图表：2007年一、二、三季度北京歌华有线电视网络股份有限公司偿债能力表	383
图表：2007年一、二、三季度北京歌华有线电视网络股份有限公司资本结构表	384
图表：2007年一、二、三季度北京歌华有线电视网络股份有限公司发展能力表	384

图表：2007年一、二、三季度北京歌华有线电视网络股份有限公司现金流量分析表	384
图表：2007年一、二、三季度北京歌华有线电视网络股份有限公司利润分配表	385
图表：2005-2009年北京歌华有线电视网络股份有限公司关键指标	386
图表：2005-2009年北京歌华有线电视网络股份有限公司资产负债表	386
图表：2005-2009年北京歌华有线电视网络股份有限公司利润表	387
图表：2005-2009年北京歌华有线电视网络股份有限公司现金流量表	387
图表：2005-2009年北京歌华有线电视网络股份有限公司财务指标	388
图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司战略与竞争力分析	388
图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司竞争力分析	388
图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司在数字电视产业链上的战略布局	390
图表：2006-2015年北京歌华有线电视网络股份有限公司北京地区有线电视发展及收费收入预测	396
图表：2006-2015年北京歌华有线电视网络股份有限公司数字电视转换资本支出情况预测	396
图表：2006-2015年北京歌华有线电视网络股份有限公司收到的机顶补贴及年度摊销额预测	397
图表：2006-2015年北京歌华有线电视网络股份有限公司各业务收入	397
图表：2007年二季度上海东方明珠（集团）股份有限公司主营构成表	400
图表：2007年一、二、三季度上海东方明珠（集团）股份有限公司每股指标	400
图表：2007年一、二、三季度上海东方明珠（集团）股份有限公司获利能力表	401
图表：2007年一、二、三季度上海东方明珠（集团）股份有限公司经营能力表	401
图表：2007年一、二、三季度上海东方明珠（集团）股份有限公司偿债能力表	401
图表：2007年一、二、三季度上海东方明珠（集团）股份有限公司资本结构表	401
图表：2007年一、二、三季度上海东方明珠（集团）股份有限公司发展能力表	402
图表：2007年一、二、三季度上海东方明珠（集团）股份有限公司现金流量分析表	402
图表：2007年一、二、三季度上海东方明珠（集团）股份有限公司利润分配表	402
图表：2007年二季度中信国安信息产业股份有限公司主营构成表	404
图表：2007年一、二、三季度中信国安信息产业股份有限公司每股指标	405
图表：2007年一、二、三季度中信国安信息产业股份有限公司获利能力表	405
图表：2007年一、二、三季度中信国安信息产业股份有限公司经营能力表	406
图表：2007年一、二、三季度中信国安信息产业股份有限公司偿债能力表	406
图表：2007年一、二、三季度中信国安信息产业股份有限公司资本结构表	406
图表：2007年一、二、三季度中信国安信息产业股份有限公司发展能力表	406

图表：2007年一、二、三季度中信国安信息产业股份有限公司现金流量分析表 407

图表：2007年一、二、三季度中信国安信息产业股份有限公司利润分配表 407

图表：2004-2009年中信国安信息产业股份有限公司财务分析 408

图表：2007年二季度TCL集团股份有限公司主营构成表 412

图表：2007年一、二、三季度TCL集团股份有限公司每股指标 413

图表：2007年一、二、三季度TCL集团股份有限公司获利能力表 413

图表：2007年一、二、三季度TCL集团股份有限公司经营能力表 413

图表：2007年一、二、三季度TCL集团股份有限公司偿债能力表 414

图表：2007年一、二、三季度TCL集团股份有限公司资本结构表 414

图表：2007年一、二、三季度TCL集团股份有限公司发展能力表 414

图表：2007年一、二、三季度TCL集团股份有限公司现金流量分析表 414

图表：2007年一、二、三季度TCL集团股份有限公司利润分配表 415

图表：2007年二季度康佳集团股份有限公司主营构成表 426

图表：2007年一、二、三季度康佳集团股份有限公司每股指标 426

图表：2007年一、二、三季度康佳集团股份有限公司获利能力表 426

图表：2007年一、二、三季度康佳集团股份有限公司经营能力表 427

图表：2007年一、二、三季度康佳集团股份有限公司偿债能力表 427

图表：2007年一、二、三季度康佳集团股份有限公司资本结构表 427

图表：2007年一、二、三季度康佳集团股份有限公司发展能力表 427

图表：2007年一、二、三季度康佳集团股份有限公司现金流量分析表 428

图表：2007年一、二、三季度康佳集团股份有限公司利润分配表 428

图表：2007年二季度同方股份有限公司主营构成表 430

图表：2007年一、二、三季度同方股份有限公司每股指标 431

图表：2007年一、二、三季度同方股份有限公司获利能力表 431

图表：2007年一、二、三季度同方股份有限公司经营能力表 431

图表：2007年一、二、三季度同方股份有限公司偿债能力表 432

图表：2007年一、二、三季度同方股份有限公司资本结构表 432

图表：2007年一、二、三季度同方股份有限公司发展能力表 432

图表：2007年一、二、三季度同方股份有限公司现金流量分析表 432

图表：2007年一、二、三季度同方股份有限公司利润分配表 433

图表：2007年二季度上海广电电子股份有限公司主营构成表 436

图表：2007年一、二、三季度上海广电电子股份有限公司每股指标 436

图表：2007年一、二、三季度上海广电电子股份有限公司获利能力表	437
图表：2007年一、二、三季度上海广电电子股份有限公司经营能力表	437
图表：2007年一、二、三季度上海广电电子股份有限公司偿债能力表	437
图表：2007年一、二、三季度上海广电电子股份有限公司资本结构表	437
图表：2007年一、二、三季度上海广电电子股份有限公司发展能力表	438
图表：2007年一、二、三季度上海广电电子股份有限公司现金流量分析表	438
图表：2007年一、二、三季度上海广电电子股份有限公司利润分配表	438
图表：有线电视网络运营驱动因素分析	461
图表：2003-2010年我国数字电视用户高速增长	461
图表：美国有线电视产业规模快速增长	462
图表：1997-2007年美国有线电视总收入保持快速增长	463
图表：美国有线电视收入结构图	463
图表：数据、语音和有线电视业务在美国高速增长	463
图表：有线网络ARPU国际比较	464
图表：付费电视的良性收益循环	465
图表：核心城市数字电视增值业务推广状况	466

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42246.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。