



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国数字电视市场市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006年中国数字电视市场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/42767.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

〔 描述 〕

引言

2005年全球数字电视用户达到1.7亿，比上年增加了4000万左右。2005年中国累计数字电视用户（包括有线、卫星、地面、IPTV）达到862.1万户，新增数字电视用户达到551.9万户。其中，有线数字电视用户数量累计达到369.4万户，2005年新增292.1万户，与上年新增60.5万户相比，增长率达382.8%，整体转换已取得阶段性成果。但是应该看到，我国的数字电视渗透率只有1.2%，远低于世界平均水平16%，欧洲平均水平30%。

2004年的中国电视业被定位为“数字化、产业化”年，2005年底全国数字电视用户规模已经达到413万，比2004年增长了325%。青岛、杭州、深圳三城市分别完成60万、50万、60万用户的整体平移，更多的城市则正在积极推进数字电视平移工作的过程当中：大连20万户、太原10万户、绵阳10万户、佛山30万户等平移工作将陆续完成，同时北京、重庆、天津、广州、珠海等发达城市和包头、遵义等中西部地区城市也已进入整体转换阶段。同时，一些大面积数字电视转换也取得突破，其中广东、广西、湖南、山西等省(或自治区)已完成价格听证，广西甚至已完成数字电视转换8万用户。与此同时，数字电视付费频道开播数量大幅增长，至2005年底，广电总局总共批准开办的131套数字付费节目已开播108套，付费数字电视用户数达到139万户，比2004年增长275.68%，付费数字电视收入达到3.16亿元。

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。

本研究报告依据国家统计局、中国数字电视网、国家经贸委、国家海关总署、国民经济景气监测中心、全国及海外1100多种国内外相关报纸杂志的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料，对我国数字电视市场的发展运行、宏观环境、竞争格局以及投资等进行了分析，并对全球数字电视市场及数字电视企业细分市场等方面进行了深入探讨。是数字电视企业、电视经营企业以及相关企业和单位、计划投资于数字电视的企业和个人等准

确了解目前中国数字电视市场发展动态，把握数字电视行业发展趋势，制定市场策略的必备的精品!

【 目 录 】

第一章 2005-2006年中国数字电视市场概况及发展环境分析

第一节 我国数字电视概况及发展规划

一、数字电视基本概况

(一) 数字电视的概念

(二) 数字电视的特点

二、我国数字电视发展规划及进展情况

三、数字电视产品的认证标志分析

第二节 2005-2006年中国宏观经济运行分析及展望

一、2005-2006年宏观经济回顾与分析

(一) 2005年宏观经济回顾

(二) 2006年宏观经济运行分析

二、2020年的中国经济展望分析

第二章 2005-2006年全球数字电视发展状况分析

第一节 全球数字电视标准发展现状

一、美国ATSC标准

二、欧洲DVB标准

三、日本ISDB标准

第二节 2005年全球数字电视市场分析

一、2005年全球数字电视市场回顾

二、2005年全球数字电视市场特点分析

第三节 2006年全球数字电视发展状况及预测分析

一、2006年全球数字电视发展情况及预测

二、西欧和北美数字电视市场发展特征总结

第四节 全球数字电视机市场动向及展望

一、全球数字电视机市场展望

二、主要发达国家的数字电视动向及市场展望

（一）欧洲

（二）美国

（三）亚洲

第三章 2005-2006年我国数字电视市场发展状况

第一节 我国数字电视产业链分析

第二节 2005年我国数字电视市场分析

一、2005年我国数字电视市场总体回顾

二、2005年我国数字电视市场发展特点

（一）标准未定，市场先行

（二）整体转换取得阶段性成果

（三）产业链各环节开始逐步整合

（四）企业核心技术研发不断取得突破

（五）中国数字电视产业发展的主要瓶颈劣势

三、2005年全国数字电视用户情况

四、2005年全国付费数字电视收入

第三节 我国数字电视存在的问题与发展分析

一、数字电视产业的优势和存在的问题

二、有线电视未来的发展策略

第四节 我国数字电视发展趋势分析

一、家庭娱乐和支付平台是发展发向

二、有线、无线、卫星数字电视、IPTV共同发展

三、新一轮策略联盟将逐渐成为技术创新的主体

四、分众服务将成未来的业务模式

第四章 2005-2006年我国数字电视机顶盒分析

第一节 数字电视机顶盒概况

一、数字机顶盒的基本构成

二、数字机顶盒的核心价值

第二节 2005年我国数字电视机顶盒市场应用的现状与分析

第三节 数字电视机顶盒的发展前景及策略

一、发展前景

二、发展策略

第四节 2006年我国数字电视机顶盒发展趋势

一、2006年国内机顶盒市场预计

二、技术发展趋势

第五章 2005-2006年我国数字电视机市场分析

第一节 中国平板电视市场分析

一、2005年中国平板电视市场现状

二、2005年平板电视市场发展特点

三、2005年中国平板市场城市消费需求状况

四、技术创新决定企业未来

五、2006年我国彩电生产预计

六、2006年数字平板电视市场展望

第二节 等离子电视市场分析

一、2005-2006年我国等离子电视机生产量分析

（一）2005年1-12月等离子电视机生产量

（二）2006年1-9月等离子电视机生产量

二、2006年我国等离子电视市场分析

第三节 背投电视市场分析

一、2005-2006年我国背投电视机生产量分析

（一）2005年1-12月背投电视机生产量

（二）2006年1-9月背投电视机生产量

二、2006年背投电视消费分析

第四节 2005年LCD-TV市场分析

一、LCD产品总体市场规模分析

二、LCD产品的品牌选择差异性分析

三、2005年LCD-TV电视广告投放分析

第六章 2005-2006年数字电视相关产业分析

第一节 2005-2006年IPTV市场分析

一、2006年国外IPTV的发展分析

(一) 业务市场发展概况

(二) 宽带对IPTV发展的影响

二、2005-2006年我国IPTV市场回顾与展望

(一) 2005年我国IPTV发展回顾

(二) 2005年IPTV市场规模分析预测

(二) 2006年我国IPTV发展展望

三、我国IPTV发展中的问题及环境分析

(一) 存在的问题

(二) 未来发展环境

四、我国IPTV业务“十一五”前景展望

第二节 2005-2006年手机电视市场分析

一、我国手机电视市场发展阶段

二、手机电视业务发展现状及走势

(一) 运营商加大推广力度

(二) 制约发展的瓶颈在于终端

(三) 未来市场潜力巨大

三、手机电视的存在的问题及趋势分析

(一) 发展中面临的问题

(二) 发展趋势分析

第三节 2005-2006年车载电视市场分析

一、2005年车载电视市场回顾

二、2006-2009年我国车载电视发展迅速的原因分析

(一) 应用领域由公交车向私家车扩展

(二) 奥运将加速全国移动电视网的陆续开通

(三) 运营商提供丰富的节目内容

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、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

第三节 数字卫星电视运营模式分析

一、数字卫星电视运营模式分析

二、数字卫星电视带来的新业务

第四节 我国有线数字电视商业运营的基本规律

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及其带来的产业变化

六、发展战略

第五节 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

第八章 2005-2006年我国数字电视与IPTV竞争分析

第一节 数字电视与IPTV发展状况

一、发展现状

二、IPTV与数字电视的战略价值

第二节 数字电视与IPTV未来形成竞争的必然性

第三节 影响IPTV与数字电视未来竞争主要因素分析

第四节 数字电视与相关产业的比较

一、数字电视、高清电视与IPTV

二、IPTV、数字电视互补才能共赢

第五节 IPTV与数字电视未来竞争趋势

第九章 2005-2006年我国数字电视产业重点企业分析

第一节 数字电视机生产领域的重点公司分析

一、海信集团

二、四川长虹电子集团公司

第二节 数字电视内容提供领域的重点公司分析

一、电广传媒公司简介

二、公司发展战略

三、2005-2006年公司财务数据分析

第三节 地面有线传输领域的上市公司

一、北京歌华有线电视网络股份有限公司

（一）公司概况与经营战略分析

（二）公司竞争优势分析

1.传统有线业务成长稳定

2.数字电视业务是未来业绩增长的源泉

3.数字电视面对竞争不足惧

4.信息业务增长迅速

（三）2005-2006年公司财务数据分析

二、上海东方明珠(集团)股份有限公司

（一）公司概况

（二）2005-2006年公司营业状况分析

（三）公司新业务的拓展

1.户外电视

2.手机电视

（四）2005-2006年公司财务数据分析

三、中信国安信息产业股份有限公司

（一）公司概况

（二）公司有线电视业发展前景

1.电视业务增速放慢

2.视短期内难以大幅推广

（三）2005-2006年公司财务数据分析

第十章 2005-2006年我国数字电视投资机会分析

第一节 2005-2006年我国数字电视产业投资机会和风险分析

一、数字电视产业投资机会分析

二、投资风险分析

第二节 我国数字电视投资的困局分析

第三节 数字电视产业投资前景分析

一、有线付费电视的盈利模式

- 二、主管部门力推有线数字普及化
- 三、各网络运营商推广模式存差异
- 四、产业链条上的一些深层次问题
- 五、数字电视行业投资策略

部分图表目录

- 图表：2006年-2010年中国数字电视产业规模预测
- 图表：2006年-2010年中国数字电视产业结构预测
- 图表：1999-2010年全球数字电视用户预测
- 图表：2006-2010中国平板显示产业规模预测
- 图表：2005-2010年中国数字家庭产业规模
- 图表：2005～2010年全球电视手机市场规模（单位：万部）
- 图表：2005 VS 2010美国手机视频市场收入情况
- 图表：2010年全球IPTV用户规模预测情况
- 图表：2005年和2010年全球IPTV用户及宽带用户规模
- 图表：2004-2010年世界各地数字电视用户增长情况
- 图表：2003-2010年数字电视各种平台增长情况预测
- 图表：2005-2009年中国数字电视机顶盒数量
- 图表：2005-2009年中国数字电视机顶盒结构
- 图表：2005-2009年中国数字电视机市场销售量及增长
- 图表：2005-2009年中国数字电视机市场销售额及增长
- 图表：2005-2009年国内数字电视节目内容制作产业规模预测
- 图表：1998-2008年北美（美国、加拿大）数字电视用户增长情况
- 图表：1998-2008年西欧（英德法意等16国）数字电视用户增长情况
- 图表：2004-2008年中国IPTV市场规模预测
- 图表：2004-2008年中国IPTV安装用户规模及预测
- 图表：2004-2008年中国数字有线机顶盒出货量（万台）
- 图表：2005-2008年国内IPTV和DTV累计用户和新增用户
- 图表：2005-2008年数字电视累计用户和新增用户
- 图表：2008年我国数字电视用户预测
- 图表：2006年1-9月等离子电视机生产量
- 图表：2006年1-9月背投电视机生产量

图表：2006年06月份平板电视前10名市场占有率（%）及均价（元）

图表：2006年前三季度中国平板电视生产规

图表：2006年5月底中国IPTV用户数量（单位：万户）

图表：2005年中国有线数字电视主要试点省市用户发展情况

图表：2005年全国数字电视用户情况

图表：2005年全国付费数字电视收入

图表：2004-2005年LCD电视城市投入分析

图表：2004-2005年LCD电视媒体性质投入分析

图表：2004-2005年LCD电视前二十媒体投入分析

图表：2004-2005中国有线数字及付费数字电视用户数量

图表：2005年部分国家数字电视渗透率比较

图表：2005年1-12月背投电视机生产量

图表：2005年1-12月等离子电视机生产量

图表：2005年全国有线电视收视费收入分级构成情况

图表：2005年全国省级电视台广告收入排序

图表：2005年全国各省（区、直辖市）有线广播电视入户率情况

图表：2005年全国观众电视机接收系统情况

图表：2003-2005年美国数字电视机销售量变化情况

图表：2004-2005年西欧地区用户对手机电视的使用情况

图表：1999-2005年卫视频道累计覆盖人口（亿人）

图表：2005年美国各类影视获取途径的家庭用户数量

图表：2005年美国用户对IPTV感兴趣的原因

图表：1998-2005年歌华有线历年有线电视用户数及渗透率

图表：中国数字电视产品品牌比重

图表：全国观众每天的收视时长

图表：欧洲、美国和日本数字电视发展概览

图表：世界各国使用移动数字电视标准情况

图表：我国数字电视主要模式的比较

图表：中国移动用户最希望看到的手机电视内容

图表：部分中东欧国家的数字电视用户数量

图表：全球数字电视市场增长迅速

图表：用户对IPTV付费方式的选择倾向图表：“十一五”期间我国IPTV市场规模发展趋势

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42767.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。