



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年度中国数字电视产业链发展预测与投资分析报告

一、调研说明

《2006年度中国数字电视产业链发展预测与投资分析报告》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/42785.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

前言

数字化是一场全世界范围的新技术革命，是广播电视发展的必然趋势。在发达国家和地区，数字电视目前已进入大规模商业应用阶段，而在我国才刚刚开始。

根据广电总局的规划，中国有线电视数字化将分四阶段在从东到西的三个区域进行。第一阶段大致到2005年底，直辖市、东部地区级以上城市、中部省会城市和地区级城市，以及西部省会城市向数字化过渡；第二阶段到2008年，地市级城市和西部少数城市普及数字化；第三阶段到2010年，数字化扩展到东部县以上和中部大部分县以上的城市；第四阶段到2015年，西部地区基本实现数字化并力争完成数字化的整体过渡。

因此在2015年之前，我国现有的3.7亿台模拟电视机都将升级，数百家电视台的设备也要更新。由此可见，我国的数字电视产业前景巨大，产业链上的各个环节都“有利可图”。而“十一五”将是我国数字电视整体平移的准备期，是广播电视系统从模拟向数字化过渡的重要阶段。

广电总局曾预计，2005年付费影视频道多达50-80个，全国有线电视广播节目达到150万套左右，机顶盒用户将达到3000万。但是从目前的实际市场状况来看，远远没有达到广电总局的预测。追根究底，是整个产业链的不成熟、国家政策的不明朗阻碍了数字电视产业的发展，使得数字电视产业链各环节厂商对广电总局发表的关于数字电视的发展阶段、发展速度持怀疑态度。

目前，我国数字电视产业链正在逐步完善之中，主要环节包括四方面：数字电视运营商、节目内容提供商、设备供应商、技术服务提供商。产业链中每一个环节是相互依存的，不同的环节发挥不同的作用。上游的产品通过产业链上各个环节的传递，到达用户后才产生价值，任何环节出现断裂，产品就无法到达最终用户，也就产生不了价值。产业链只有均衡发展，消除瓶颈，才能进入良性循环。

本报告数据来源于统计局、国家信息中心、广电总局、信息产业部等国家权威机构，在此基础上，我们审慎分析了我国数字电视产业链的发展趋势与前景。对于目前情形下数字电视

产业链上的各环节厂商如何把握关键投资点，如何使自己处于数字电视产业的有利位置，如何清醒认识国家政策导向都具有较高的参考价值。

第一章 数字电视产业综述

第一节 数字电视发展概况

一、全球数字电视发展概况

(一) 全球数字电视发展现状

(二) 全球的模转数过渡规划

(三) 全球数字电视市场及付费电视业务发展情况

(四) 国外数字电视运营经验总结

二、中国数字电视发展概况

第二节 数字电视分类与相关概念比较分析

一、数字电视产业的技术经济特征

二、数字电视业务分类管理

三、数字电视分类中的“三家分晋”

四、数字电视与模拟电视的区别比较

五、数字电视与IPTV的比较分析

第二章 数字电视产业链分析及产业存在的问题

第一节 数字电视产业链主要环节分析

一、数字电视运营商

二、节目内容提供商

三、设备供应商

四、技术服务提供商

第二节 数字电视产业发展中存在的问题

一、标准滞后、核心技术有待继续研究

二、终端不足、网络整合困难

三、市场不成熟、价格缺乏制度依据

四、内容严重匮乏、商业模式有待探索

五、体制问题及用户收视习惯难以改变

第三章 数字电视产业背景与标准分析

第一节 中国数字电视产业背景

- 一、我国数字电视发展策略
- 二、我国数字电视的发展过程与趋势
- 三、目前我国数字电视产业经营模式
- 四、广播电视网、电信网、互联网三网合一的趋势

第二节 数字电视产业标准分析

一、世界三大数字电视标准

- (一) 美国ATSC标准
- (二) 欧洲DVB标准
- (三) 日本ISDB-T标准
- (四) DVB与ATSC的比较

二、我国数字电视传输标准现状

- (一) 中国的卫星数字电视标准DVB-S
- (二) 中国的有线数字电视标准DVB-C
- (三) 中国的地面数字电视标准融合方案

三、广电、电信、网通三大阵营共谋IPTV标准

四、机卡分离标准采取多方案有望06年出台

第三节 数字电视产业主要应用技术

- 一、数字音视频编解码技术AVS通过信产部鉴定
- 二、数字电视的复用系统
- 三、数字电视的信道编解码及调制解调

第四章 数字电视产业的政策导向分析

第一节 数字电视发展规划

- 一、十一五规划与广电总局《2015年远景目标发展规划》
- 二、《我国有线电视向数字化过渡时间表》

第二节 运营相关政策及影响

- 一、《推进试点单位有线电视数字化整体转换的若干意见》
- 二、《关于加强广播电视有线数字付费频道业务申办及开播管理工作的通知》
- 三、《广播电视有线数字付费频道业务管理暂行办法》

- 四、《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》
- 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》
- 六、《有线电视基本收视维护费管理暂行办法》

第三节 技术相关政策及影响

- 一、《有线数字电视频道配置指导性意见》
- 二、《有线数字电视广播条件接收系统入网技术要求和测评方法》
- 三、《建立有线数字电视技术新体系的实施意见》
- 四、《有线广播电视网改造指导意见》
- 五、《有线数字电视服务平台建设指导意见》

第四节 投资相关政策及影响

第五章 数字电视运营模式与运营个案分析

第一节 数字电视运营模式分析

- 一、数字有线电视发展模式分析
- 二、数字卫星电视运营模式及新业务分析
 - (一) 中国2006年开展数字电视卫星直播业务
 - (二) 数字卫星电视运营模式
 - (三) 数字卫星电视带来的新业务
- 三、数字地面电视运营模式分析
- 四、网络电视 (IPTV) 运营主体与盈利模式分析
- 五、广电、电信博弈IPTV主导权
- 六、手机电视的现状、趋势及运营模式

第二节 主要地区运营个案分析

- 一、青岛模式
- 二、佛山经验
- 三、杭州的全业务商业运营
- 四、北京数字电视整体转换途径
- 五、上海数字电视新方式
- 六、数字电视整体平移的促进因素

第三节 数字电视运营商业运营分析

- 一、歌华有线 (600037)
- 二、中数传媒

三、北广传媒

四、文广集团

五、电广传媒（000917）

第四节 收费与收益情况分析

一、收费标准

二、2005年数字电视业务收入情况

三、发展难点与影响因素分析

第六章 节目内容供应市场分析

第一节 数字电视节目内容供应情况

一、内容类型

二、节目数量

第二节 解决内容“瓶颈”问题的措施

第三节 内容提供商的发展思路

第四节 付费频道的整合即将来临

第七章 设备供应及技术服务提供市场分析

第一节 电视机制造业

一、电视机产销规模

二、数字电视市场结构

（一）产品结构

（二）品牌结构

（三）区域结构

（四）价格结构

三、各企业数字电视发展的4P策略

（一）产品策略(product)

（二）渠道策略(place)

（三）价格策略(price)

（四）宣传策略（promotion）

四、我国高清数字电视的发展现状及推广策略

第二节 机顶盒制造业

一、机顶盒的功能与分类

二、机顶盒的市场规模

三、机顶盒制造商的经营策略分析

第三节 数字电视技术服务市场现状

一、国际芯片大厂积极卡位中国数字电视市场

二、我国高清数字电视核心技术获专利数十项

第八章 数字电视产业发展预测及产业链投资分析

第一节 数字电视产业发展预测

一、数字电视用户及规模预测

二、数字电视业务预测

三、电视机与机顶盒销售预测

四、政府政策与标准出台预测

第二节 投资现状与机会分析

一、广电系统逐步市场化

二、各类投资主体不断涌入

三、产业链上投资机会分析

四、投资结论与建议

图表目录

图1：欧洲数字电视用户发展状况

图2：英国数字家庭普及率

图3：2002年-2004年全球数字电视出货量情况

图4：2003-2005年美国数字电视机销售量变化情况

图5：2002-2004年全球数字机顶盒出货量变化情况

图6：全球数字机顶盒销售量

图7：欧美主要国家付费电视所占比例

图8：2004年全球数字电视渗透率比较

图9：数字电视产业链图

图10：目前中国电视用户月付费水平

图11：各省市有线电视数字化平移基本收视费报价方案

图12：2005年1-9月份背投电视机、液晶电视机、等离子电视机产量比较

图13：2005年中国高端电视机市场销售情况分析图

图14：2005年中国高端电视产品销售量结构分析
图15：中国彩电品牌数量渐变史（国产品牌）
图16：2003-2005年机顶盒用户规划与实际数量对比
图17：全球数字电视用户规模及预测（单位：万户）
图18：国内数字电视节目内容制作产业规模预测
图19：2006-2010年我国数字有线电视用户数预测
图20：2006-2010年我国电视机出口额预测
图21：2006-2010年我国电视机进口额预测
图22：2003年各国有线电视基本包年费占人均GDP比例情况

表格目录

表1：英国数字电视用户构成
表2：全球数字电视实施情况及发展规划表
表3：模拟电视与数字电视比较
表4：世界各国使用移动数字电视标准情况
表5：我国AVS标准进展情况表
表6：数字传输的常用调制方式
表7：我国有线电视数字化过渡时间表
表8：歌华有线2004-2005年财务比率分析
表9：歌华有线2004-2005年三项费用状况
表10：电广传媒2004-2005年财务比率分析
表11：电广传媒2004-2005年三项费用情况
表12：部分城市收视费一览
表13：2005年1-9月电视机分类别产量（万台）
表14：2005年中国高端电视机市场销售情况1
表15：2005年中国高端电视产品销售量结构
表16：已经生产平板电视和要介入平板电视的企业
表17：中国彩电市场的三个梯队
表18：各企业数字电视发展的产品策略
表19：各企业数字电视发展的渠道策略
表20：各企业数字电视发展的价格策略
表21：各企业数字电视发展的宣传策略

表22：机顶盒厂商的经营策略

表23：现阶段电视用户数量对比

表24：我国2000-2004年电视机进出口数量

表25：我国2000年-2004年电视机进出口额情况表26：2000-2004年全国广电业投资情况

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42785.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。