



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006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

《2006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/42812.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

内容简介

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%。

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，面对如此巨大的市场，投资者作何选择？

但是也应该看到目前发展瓶颈，价格昂贵和消费意识缺乏、承载数字家庭的基础网络建设不健全、面向数字家庭的内容服务比较缺乏、产业链需要纵横联合、资金压力大。而从运营商层面来看，数字电视2006年的发展态势，将直接取决于整体平移能否按广电总局的计划顺利推进下去，其中的变数依然存在。从青岛、佛山模式到各大城市纷纷参与到城市数字电视平移的改革浪潮中，2006年的数字电视将会呈现有线放量增长、卫星紧跟、无线起步三方并进的格局。地面数字标准年内的出台，相关政策的倾斜，地面数字电视广播的试验、数字卫星直播电视业务的开通，有理由相信2006年数字电视的发展势头良好。

展望未来，考虑“十一五”期间将全面推进数字有线电视，以及2008年奥运会等因素的影响，研究预测，2006-2010年中国累计数字电视用户（包括有线、卫星、地面、IPTV）将达到18335.6万户，年复合增长率为76.1%。未来五年，除西部地区外，全国县级城市基本完成向数字化的过渡，中国有线数字电视用户将达9800.3万户，年复合增长率将达78.1%。

本研究咨询报告依据国家统计局、国家发改委、国家信息产业部、国家广电总局、国家经济信息中心、全国商业信息中心、中国行业研究网、中国家电协会、国内外相关刊物的基础信息以及对中国数字电视市场调查获得的第一手资料。报告全面总结了全球和国内数字电视业务用户及市场的发展现状，对我国数字电视发展情况、整个产业链发展情况、数字电视的需求情况、全国各地区数字电视运营状况、数字电视投资策略等进行了分析。随后对机顶盒、

芯片、我国开展数字电视的主要地区、主要企业做了深入研究，并对数字电视的运营、网络电视和有线电视做了透析，对数字电视发展中的问题和对策提出了建议。报告还对数字电视产业未来技术发展趋势进行了研判，是数字电视产业投资商、网络运营商、内容集成商、终端生产企业及产业链上下游企业的重要决策参考依据。

第一部分 行业发展现状分析

第一章 数字电视行业发展现状分析 1

第一节 数字电视相关概念及分类 1

一、数字电视相关概念 1

二、数字电视的分类 5

三、数字电视和普通电视的区别 6

四、数字电视的基本原理 7

五、数字电视的相关技术 8

第二节 全球及主要国家数字电视发展概况 12

一、全球数字电视产业发展概况 12

二、欧洲数字电视市场现状 18

三、美国数字电视市场现状与预测 25

四、日本数字电视市场现状 33

五、韩国数字电视发展状况 37

六、巴西数字电视发展状况 40

七、印度数字电视发展状况 41

八、澳大利亚数字电视发展状况 42

九、新加坡数字电视发展状况 42

十、俄罗斯数字电视发展状况 43

十一、西班牙数字电视发展状况 43

十二、加拿大数字电视发展状况 44

第三节 日韩厂商比较分析 44

第二章 我国数字电视行业发展现状分析 48

第一节 我国数字电视行业发展概述 48

一、我国数字电视发展概况	48
二、广电总局制定有线电视向数字化过渡时间表	49
三、我国数字电视现状	51
四、农村信息化带来市场机遇	53
五、付费数字电视内容博弈电视剧市场	55
六、数字电视整体平移	60
七、有线数字电视的发展现状	63
第二节 2005年中国数字电视总体情况	64
一、2005年数字电视产业回顾	64
二、全国数字电视用户数	67
第三节 数字电视产业发展存在的问题	68
一、数字电视发展缓慢原因	68
二、发展数字家庭产业必须突破六大瓶颈	69
第四节 数字电视发展趋势	72
一、家庭娱乐和支付平台是发展发向	72
二、有线、无线、卫星数字电视、IPTV共同发展	72
三、新一轮策略联盟将逐渐成为技术创新的主体	73
四、分众服务将成未来的业务模式	73

第三章 行业投资特性及影响因素分析 74

第一节 2006年广电政策风向 74

一、广电总局加强移动数字电视试验管理	74
二、“三步走”战略全面施行	77
三、政策卡住数字家庭的脖子	80
四、村村通广播电视	81

第二节 数字电视标准问题 82

一、数字电视标准介绍	82
二、我国数字电视标准现状	84
三、高清数字电视显示器统一技术标准出台	85
四、地面传输标准年内出台	87
五、AVS视频标准成长路	88
六、DMB-T标准	93

七、DVB-H标准	99
八、DAB标准	100
九、高清标清如何界定	103
第三节 数字电视行业机会临近	105
第二部分 相关产业现状分析	
第四章 数字电视相关产业分析	109
第一节 IPTV	109
一、IPTV在全球的发展状况概述	109
二、IPTV在亚洲的发展情况	111
三、IPTV在中国的发展情况	117
四、初探IPTV的赢利模式	121
五、需求不同使农村IPTV市场火爆	123
六、IPTV向网络新媒体演化	124
七、IPTV发展路困难重重	127
第二节 手机电视	129
一、手机电视等待催化	129
二、电视手机市场将过百亿元	131
三、欧洲厂商狂推DVB-H标准	134
第三节 车载电视	138
一、车载电视创造移动市场“新价值”	138
二、移动电视市场放量增长	139
三、私家车市场蕴含潜力	139
四、地面传输标准尚待破题	140
五、机顶盒芯片演绎新趋势	141
第四节 数字电视与相关产业的比较	142
一、数字电视、高清电视与IPTV	142
二、IPTV、数字电视互补才能共赢	146
第三部分 行业需求现状分析	
第五章 我国数字电视市场需求分析	151
第一节 我国数字电视市场发展需求分析	151

一、数字电视催生千亿市场	151
二、国内市场需求预测及需求特征分析	152
第三节 我国各省市数字电视市场发展	155
一、北京：2008年前实现全部数字播出	155
二、2006年底数字电视覆盖全广州	156
三、山东有线数字两步走	156
四、浙江省数字电视建设	157
五、江苏省有线数字电视收费制定范围	157
六、河南省有线数字电视转换率	158
七、泰达有线电视开播新频道	159
八、四川省数字电视频道顺利开播	160
九、南宁市有线数字电视用户	161
十、大连天途正在进行数字平移	162

第四部分 产业链发展分析

第六章 数字电视机顶盒分析 165

第一节 中国数字电视设备市场整体分析 165

一、数字电视设备构成	165
二、“机卡分离”渐成趋势	165
三、数字一体机复合增长率	168

第二节 数字电视机顶盒及其在国内的发展 168

一、数字电视机顶盒相关概念	168
二、世界机顶盒行业发展概述	172
三、数字电视机顶盒在我国的发展	172
四、电视机顶盒的命运如何	175
五、高速增长潜力市场	178

第三节 机顶盒行业市场格局 182

一、4000万台机顶盒市场谁执牛耳	182
二、“盒子”2006年全面上市	185
三、机顶盒厂商市场策略	189
四、同洲上市、市场扩容	192
五、三星电子和NDS合作	194

六、汤姆逊公司提供有线电视机顶盒产品	195
七、高清机顶盒短期内难上量	195
八、松下力拓美国市场	197
第四节 数字电视机顶盒产业透视	198
第五节 数字电视机顶盒发展趋势	203
一、2006年国内机顶盒市场预计	203
二、单芯片产品问世	205
三、技术发展趋势	207
第六节 优势企业分析	208
一、同洲电子	208
二、数源科技	210
三、长虹网络	213
第七章 数字电视运营及内容分析	217
第一节 我国数字电视运营分析	217
一、目前我国电视产业经营状况	217
二、数字电视运营思考	219
第二节 数字电视运营个案分析	224
一、CCTV-SI互动电视	224
二、上海互动电视	226
三、苏州数字电视	226
四、深圳数字电视	228
第三节 付费频道运营商市场策略	229
一、商业定位	229
二、商业模式	230
三、销售形态	231
四、销售渠道	233
五、商业指标	234
六、客户资源	236
第四节 运营模式对我国数字电视发展的影响	237
一、对数字电视产业价值链的影响	237
二、对数字电视产业发展规模和空间的影响	241

三、对我国现有数字电视运营模式的思考 242

第五节 网络运营商的前期支出 245

第六节 数字电视运营商分析 248

一、天柏公司 248

二、歌华有线 255

三、东方明珠 259

四、中信国安 263

五、中视传媒 272

六、赛迪传媒 277

七、电广传媒 279

八、天威视讯 281

第八章 数字电视机市场分析 284

第一节 数字电视机市场概况 284

一、数字电视是一个综合概念 284

二、高端电视产业平板化趋势日趋明朗 285

三、高清市场发展受困三大瓶颈 287

四、电视机市场现状 291

第二节 中国平板电视市场分析 293

一、2005年中国平板电视市场现状 293

二、2005年中国平板市场城市消费需求状况 294

三、技术创新决定企业未来 297

四、2006年我国彩电生产预计 297

第三节 等离子电视市场分析 298

一、等离子电视全球市场简介 298

二、等离子电视原理简介 299

三、等离子电视面板结构及未来发展 300

四、等离子电视面板市场发展趋势 302

五、等离子电视面板主要厂家简介 303

六、日等离子企业在中国的战略失误 308

第四节 背投电视市场分析 312

一、背投电视市场现状 312

二、光显背投电视	314
三、CRT背投电视	315
四、DLP背投电视	318
五、LCD背投电视	322
六、LCOS背投电视	323
第五节 LCD-TV市场分析	334
一、中国LCD-TV市场简介	334
二、LCD-TV关键元件	337
三、LCD-TV面板分析	340
四、LCD-TV面板发展现状	342
五、LCD-TV主要面板厂家简介	347
第六节 中国主要电视厂商分析	355
一、长虹	355
二、TCL	363
三、康佳	366
四、创维	376
五、上广电	385
六、广电电子	389
七、海信	393
八、厦华	396
九、其它品牌	401

第九章 数字电视IC产业 418

第一节 数字电视IC产业简介	418
一、我国数字电视芯片发展现状	418
二、数字电视射频IC产业化	419
三、数字电视芯片工艺统一	420
四、“中视一号”研制成功	421
五、数字电视考验芯片企业	421
第二节 数字芯片产品分析	424
一、机顶盒芯片分析	424
二、LCD-TV驱动IC市场分析	428

三、数字编解码芯片分析	434
第三节 国企整机芯片创新情况	441
第四节 数字电视芯片市场竞争分析	443
第五节 主要数字电视芯片企业分析	444

一、ST	444
二、TI	448
三、Pixelworks	449
四、泰鼎	451
五、卓然	454
六、台湾企业	455
七、杭州国芯	457
八、深圳国微	460
九、厦门联创微	461
十、Tvia	462

第十章 软硬件设备分析 464

第一节 软硬件设备概述 464

一、软硬件简述	464
二、视频服务器	464
三、编解码器	465
四、QAM调制器	465
五、复用器	466
六、数字电视发射设备	466

第二节 数字电视接收机 468

一、数字电视接收机	468
二、数字卫星接收机	473

第三节 软件市场分析 475

一、中间件软件巨头打响渠道争夺战	475
二、数字电视软件标准年内出台	477
三、国内独立软件开发的商机遇	477
四、相应领域市场分析	479
五、条件接收系统	480

第四节 优势企业分析 488

- 一、华为 488
- 二、清华同方 490
- 三、大显股份 498
- 四、中科大洋 500
- 五、思科 500
- 六、摩托罗拉 502

第五部分 行业发展趋势与对策分析

第十一章 中国数字电视产业发展展望与对策 505

- 一、中国数字电视产业链 505
- 二、中国数字电视产业竞争格局 508
- 三、2006-2010年全球和中国数字电视产业发展趋势 509
- 四、我国数字电视发展策略 514
- 五、数字电视的未来对电视业传统经营模式的挑战 519
- 六、数字电视发展5大现象 524
- 七、未来数字电视设计巨头 525
- 八、构建我国数字电视产业链的十大对策 528

图表目录

- 图表：中间件在数字电视中的位置 3
- 图表：世界各地数字电视用户增长情况 12
- 图表：欧洲、美国和日本数字电视发展概览 12
- 图表：北美（美国、加拿大）数字电视用户增长情况 13
- 图表：西欧（英德法意等16国）数字电视用户增长情况 13
- 图表：2005年主要国家地区数字电视渗透率比较 13
- 图表：北美（美国、加拿大）各类型数字电视增长情况 14
- 图表：北美（美国、加拿大）有线电视增长情况 15
- 图表：西欧（英德法意等16国）各类型数字电视增长情况 22
- 图表：西欧（英德法意等16国）有线电视增长情况 23
- 图表：2001-2005年美国数字电视用户数 26
- 图表：2005年美国各类影视获取途径的家庭用户数量 26

图表：2005年美国用户选择付费电视服务的考虑因素 27

图表：数字电视相关产品销量预测 28

图表：模拟电视机销量情况 28

图表：采用数字HDTV的后期制作的26套节目 29

图表：1997-2004年美国进口电视接收机情况 31

图表：中国数字电视分期规划 50

图表：我国数字电视主要模式的比较 51

图表：实际数字电视用户数目与广电总局预期对比 63

图表：2005年中国有线数字电视主要试点省市用户发展情况 67

图表：2006-2010年中国有线数字电视累计用户预测值及增长率 68

图表：全球数字电视广播标准及进展 83

图表：数字电视接收设备--基础标准 86

图表：数字电视接收设备--接口标准 86

图表：数字电视接收设备—机顶盒标准 86

图表：数字电视接收设备—机卡分离标准 86

图表：数字电视接收设备—显示器标准 87

图表：2005年欧洲IPTV运营商的用户数情况 110

图表：2002 - 2005年中国DSL用户发展状况 117

图表：2003-2005年我国IPTV发展情况 118

图表：中国IPTV用户数预测 120

图表：消费者对IPTV付费方式的选择倾向 128

图表：2005年美国使用手机看电视节目的用户数量 136

图表：2006-2009年全球及美国手机视频用户数量情况 137

图表：2004-2005年西欧地区用户对手机电视的使用情况 138

图表：2005-2008年国内IPTV累计用户和新增用户 144

图表：我国有线数字电视和IPTV优劣比较 149

图表：2004年中国有线电视用户机顶盒购买心理价位分析 152

图表：中国消费者未来购买彩电的选择 153

图表：有线数字电视信号接入时间分析 154

图表：京沪穗三地消费者购买数字电视的动机调查 154

图表2004-2008年中国数字电视终端市场总规模预测 155

图表：2004-2008年全球各接收方式机顶盒销售量 172

图表：2001-2005年我国数字电视机顶盒发展情况	173
图表：目前中国有线电视网络整合概况	200
图表：数字电视立项标准通过情况	201
图表：机顶盒市场规模趋势预测	202
图表：2005-2006年数源科技股份有限公司利润构成表	212
图表：2005-2006年数源科技股份有限公司经营能力表	212
图表：国内传统商业模式下的电视产业链	218
图表：对数字电视进入主流运营市场时间的影响图	240
图表：网络运营商有线电视数字化改造假设条件	246
图表：1996-2005年美国有线电视行业基础设施投入支出	247
图表：1994-2004年美国有线频道运营商节目编制资本性投入	247
图表：2005-2006年北京歌华有线电视网络股份有限公司利润构成表	258
图表：2005-2006年北京歌华有线电视网络股份有限公司经营能力表	258
图表：2005-2006年上海东方明珠(集团)股份有限公司利润构成表	261
图表：2005-2006年上海东方明珠(集团)股份有限公司经营能力表	261
图表：2005-2006年中信国安信息产业股份有限公司利润构成表	271
图表：2005-2006年中信国安信息产业股份有限公司经营能力表	271
图表：2005-2006年中视传媒股份有限公司利润构成表	275
图表：2005-2006年中视传媒股份有限公司经营能力表	276
图表：2005-2006年北京赛迪传媒投资股份有限公司利润构成表	278
图表：2005-2006年北京赛迪传媒投资股份有限公司经营能力表	278
图表：2005-2006年湖南电广传媒股份有限公司利润构成表	280
图表：2005-2006年湖南电广传媒股份有限公司经营能力表	281
图表：各类电视的价格走势	292
图表：2002-2005年平板电视规模与变化	295
图表：国内数字电视机品牌份额	296
图表：全球平板市场预测	298
图表：等离子电视的零部件成本结构	301
图表：数字电视面板各厂家市场占有率	302
图表：中国市场等离子品牌零售量份额	310
图表：CRT背投电视成像图	316
图表：三大投影技术优劣势比较	325

图表：LCOS背投影电视出货量	325
图表：联电LCOS联盟厂商	326
图表：鸿源数显四种规格的LCOS背投	332
图表：全球主要TFT-LCD-TV面板产商状况	343
图表：中国内地TFT-LCD生产线状况	343
图表：各代生产线主要品种的材料利用率	344
图表：第五代TFT-LCD生产成本比例	344
图表：2005年液晶面板价格分析	345
图表：2005-2008年42寸液晶面板及电视机成本价格走势分析	345
图表：40英寸以上液晶面板年产量预估	346
图表：主要LCD厂生产LCD-TV面板品种	346
图表：液晶电视需求量预测	347
图表：2005-2006年京东方科技集团股份有限公司利润构成表	354
图表：2005-2006年京东方科技集团股份有限公司经营能力表	354
图表：2005-2006年四川长虹电器股份有限公司利润构成表	356
图表：2005-2006年四川长虹电器股份有限公司经营能力表	356
图表：2005-2006年TCL集团股份有限公司利润构成表	364
图表：2005-2006年TCL集团股份有限公司经营能力表	364
图表：2005-2006年上海广电信息产业股份有限公司利润构成表	387
图表：2005-2006年上海广电信息产业股份有限公司经营能力表	387
图表：2005-2006年上海广电电子股份有限公司利润构成表	390
图表：2005-2006年上海广电电子股份有限公司经营能力表	391
图表：2005-2006年青岛海信电器股份有限公司利润构成表	393
图表：2005-2006年青岛海信电器股份有限公司经营能力表	393
图表：2005-2006年厦门华侨电子股份有限公司利润构成表	397
图表：2005-2006年厦门华侨电子股份有限公司经营能力表	397
图表：2005-2006年青岛海尔股份有限公司利润构成表	414
图表：2005-2006年青岛海尔股份有限公司经营能力表	414
图表：2005年中国数字电视机顶盒芯片市场产品结构	424
图表：LCD驱动IC类别与应用产品	429
图表：不同显示器面板类型尺寸区别与市场占有率	429
图表：用于手机的不同种类显示器市场趋势	431

图表：驱动IC厂商投入到不同技术领域/手机面板、手机制造商、IC厂商关系 433

图表：ITU与MPEG标准的发展历程 438

图表：几种视频标准采用的主要压缩功能与工具 440

图表：标准应用采用的典型编解码器与发展趋势 440

图表：LCD-TV控制IC市场占有率统计图 443

图表：部分有线网络软硬件设备提供商 464

图表：数字电视接收机简单结构图 469

图表：集成开发环境示意图/数字电视接收机软件系统层次 470

图表：2005-2006年同方股份有限公司利润构成表 497

图表：2005-2006年同方股份有限公司经营能力表 497

图表：2005-2006年大连大显股份有限公司利润构成表 499

图表：2005-2006年大连大显股份有限公司经营能力表 500

图表：数字电视产业链图 505

图表：2006 - 2010年中国数字电视产业重点领域投资价值评价 507

图表：2005年数字电视产业竞争格局 508

图表：国内数字电视产业发展的外部机遇与挑战 509

图表：全球数字电视需求规模增长预测 510

图表：1998-2008年全球数字电视用户数 510

图表：2010年全球前10位国家数字电视用户数 510

图表：中国有线数字电视用户规模预期 511

图表：国内数字有线机顶盒需求预测 511

图表：国内高端平板彩电需求预期 511

图表：国内数字电视节目内容制作产业规模预期 512

图表：2006-2010年中国数字电视用户规模预测 512

图表：2006-2010年中国数字电视用户规模预测 512

图表：2006-2010年中国数字电视产业结构预测 513

图表：2003-2007全球数字STB相关IC产值趋势 513

图表：LCD彩电面板主要尺寸平均价格预测 513

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42812.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。