



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005-2006年中国数字电视产业 投资机会研究年度报告

一、调研说明

《2005-2006年中国数字电视产业投资机会研究年度报告》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/42849.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 】

研究价值

2005年，中国市场数字电视用户规模累计达350万户，其中2005年新增用户228万户，与2004年相比，同比增长率186.9%，2001 - 2005年期间年均增长率为183.7%。

根据我们预测，到2010年中国数字电视用户数将达到6000万户。

数字电视终端群雄逐鹿，竞争日趋激烈。中国彩电更新换代时刻即将来临，我国将在2010年全面转播数字电视节目，2015年全部停止模拟电视的转播，这意味着，现有模拟电视接收机将逐步被淘汰，而数字高清电视机将成为主流。因此现有的3.4亿台模拟电视机大部分将在2015年前更换为数字电视机。

数字电视内容及相关产业是投资者关注的一个焦点，数字电视内容主要包括节目和资讯两方面。目前中国国内的数字电视节目市场还没有正式形成，节目制作商与运营商之间的关系还没有理顺，没有规范的节目流通、交流机制，节目贫乏的情况相当严重。因此数字电视内容问题成为制约数字电视产业发展的瓶颈。

本报告从分析全球及中国数字电视产业现状入手，进而对数字电视产业链结构及价值链以及2005年中国数字电视产业竞争格局进行了分析，并对重点企业进行了SWOT分析，在对未来5年数字电视产业成长性分析的基础上给出2006 - 2010年全球和中国数字电视产业发展趋势，从而阐明数字电视产业重点领域投资机会。

本报告中运用了回归分析法、指数平滑法、专家会议法等专业咨询方法进行科学的市场规模预测。运用了PEST分析法、SWOT分析法、波士顿矩阵法进行了产业现状与投资价值分析。这些科学的咨询方法为建议提供了强大的理论与数据支撑。

研究发现

愿与业界分享以下部分研究发现，更细致的研究发现请洽客户经理：

1、数字电视市场供过于求，丰富的产品类型得到消化尚需时日；

2、2005年中国数字电视产业持续快速发展，用户规模达到350万户，但总量仍然偏低；

3、政府对于数字电视产业高度重视，地面传输标准采用以清华大学开发的DMB-T标准为基准融合上海交通大学开发的ADTB-T标准；

4、中国数字电视产业正处于成长阶段，产业规模今后还存在很大的成长空间；

5、在数字电视产业的市场营销中，数字电视内容将成为核心产品；

6、广电系统内的有线数字电视、卫星数字电视、地面移动数字电视，以及广电系统外的IP电视、网络电视、手机电视使数字电视产业的竞争格局变得更加复杂。

【 目录 】

研究对象 1

主要结论 1

1、中国数字电视产业持续快速发展，用户规模迅速扩大，但总量偏低 1

2、政府高度重视产业发展但产业标准推出滞后 1

3、中国数字电视产业正处于成长阶段 2

4、数字电视终端群雄逐鹿，竞争日趋激烈 2

5、内容服务市场未来商机无限 2

一、2005年全球数字电视产业发展概述 4

(一) 发展现状与特点 4

1、产业规模 4

2、用户规模 4

3、数字电视终端供给状况 5

4、产业结构 6

(二) 基本特点 7

1、竞争主体走向多元化 7

2、关闭模拟信号时间面临整体后移 8

3、高清与DVR带动数字电视发展 9

4、移动电视、IPTV开始启动 9

5、有线数字电视与卫星数字电视竞争进一步加剧 9

(三) 主要国家和地区发展概要 9

1、美国 9

2、欧洲 10

3、日本 11

二、2005年中国数字电视产业发展状况 13

(一) 产业规模 13

1、数字电视用户发展规模 13

2、产业政策 15

(二) 产业结构 15

(三) 基本特点 20

1、标准未定，市场先行 20

2、各地整体转换取得阶段性成果，但数字电视网络运营还缺乏清晰的赢利模式 21

3、产业链各环节开始逐步整合，共同推动产业发展 21

4、企业核心技术研发不断取得突破 21

(四) 主要省市发展概况 22

1、青岛：依靠当地关联企业集团力量并提供丰富的资讯信息率先完成整体转换 22

2、佛山：年内完成整体转换并率先启用电视短信，构建可持续发展的业务开发和运营模式 23

3、杭州：率先实现数字电视交互应用，并创立“华数”数字电视品牌 24

4、北京：移动数字电视发展迅速，城区有线电视用户向数字电视用户转换进程缓慢 25

5、上海：电视观众对数字电视认知度低，有线数字电视用户总量偏低 26

6、深圳：数字电视节目内容丰富，积极促进数字电视用户的发展 26

7、大连：开设数字电视服务频道，普及数字电视知识 27

三、2005年中国数字电视产业链盈利状况 28

(一) 产业链结构 28

(二) 产业链主要环节盈利状况分析 29

1、内容服务环节 29

2、网络运营环节 30

3、技术服务环节 31

四、2005年中国数字电视产业竞争格局与重点企业SWOT分析 32

(一) 产业竞争格局 32

(二) 重点企业SWOT分析 36

1、清华同方 36

2、海信电器 37

3、深康佳 38

4、TCL集团 39

5、创维 40

6、电广传媒 41

7、中视传媒 42

8、歌华有线 42

9、重点数字电视机生产厂商SWOT分析 43

五、2006 - 2010年全球和中国数字电视产业发展趋势 45

(一) 全球发展趋势 45

1、产业规模 45

2、产业结构 46

(二) 中国发展趋势 47

1、数字电视用户规模 47

2、数字电视产业规模 53

3、产业结构 55

4、价格趋势 56

六、2006 - 2010年中国数字电视产业成长性分析 57

(一) 影响产业成长性的主要因素 57

1、政策因素 57

2、社会因素 57

3、经济因素 58

4、技术因素 59

(二) 产业成长性分析 59

1、判断依据 59

2、结论 60

七、2006 - 2010年中国数字电视产业重点领域投资机会分析 61

(一) 细分行业投资机会分析 61

1、数字电视接收设备 61

2、数字电视网络运营 62

3、关键配套件 62

4、传媒产业 64

(二) 投资机会评价 65

八、建议 67

(一) 数字电视标准必须尽快明确 67

(二) 政府应加强宣传，真正做到数字电视的家喻户晓 67

(三) 数字电视终端生产商应加快产品创新速度 67

(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 68

(五) 机卡分离机顶盒与数字电视一体机是未来数字电视产品的发展方向 69

(六) 内容服务市场蕴含商机 69

报告说明 70

表目录

表1 美国数字电视推进进度表 10

表2 欧洲主要国家推进数字电视情况 11

表3 2004 - 2005年中国数字电视各试点省市用户发展情况对比 16

表4 各省或城市开展地面移动数字电视业务的具体情况 18

表5 地面移动数字电视商用地区及采用标准 20

表6 青岛数字电视资讯平台一览表 23

表7	清华同方2002 - 2004年主要财务指标	36
表8	海信电器2002 - 2004年主要财务指标	37
表9	深康佳2002 - 2004年主要财务指标	38
表10	TCL集团2002 - 2004年主要财务指标	39
表11	电广传媒2002 - 2004年主要财务指标	41
表12	中视传媒2002 - 2004年主要财务指标	42
表13	歌华有线2002 - 2004年主要财务指标	43
表14	重点数字电视机生产厂商SWOT分析	44
表15	2000 - 2010年中国数字电视累计用户模型拟合值	47
表16	2006 - 2010年中国有线数字电视累计及新增用户预测值、增长率	47
表17	2006 - 2010年中国卫星数字电视累计及新增用户预测值、增长率	49
表18	2006 - 2010年中国地面数字电视累计及新增用户预测值、增长率	51
表19	2006 - 2010年中国IPTV累计及新增用户预测值、增长率	52
表20	2006 - 2010年数字电视产业规模预测值	54
表21	2006 - 2010年中国数字电视累计用户结构预测	55
表22	中国数字电视接收机市场主要进入厂商	61
表23	中国数字电视网络投资运营市场主要进入厂商	62
表24	中国电视台数字化设备市场主要进入厂商	64
表25	重点领域投资价值评价	66

图目录

图1	2002 - 2005年全球数字电视产业规模	4
图2	2002 - 2005年全球数字电视用户规模	5
图3	2003 - 2005年全球数字电视机出货量	5
图4	2005年全球数字电视广播传输方式结构	6
图5	2005年全球主要国家数字电视普及率	7
图6	2005年数字化领先国家的数字电视用户数量	7
图7	全球数字电视竞争主体	8
图8	2000 - 2005年中国有线数字电视用户发展规模	13
图9	2005年中国数字电视各试点省市有线数字电视用户区域结构	17
图10	中国数字电视产业链	28
图11	中国数字电视产业运行状况	29

图12	中国数字电视网络运营商五大基本平台	30
图13	2004 - 2005年中国高端电视机产量	32
图14	2004 - 2005年中国高端电视机产量结构	33
图15	2001 - 2005年中国高端电视机市场销售量及增长	33
图16	2005年中国液晶电视机品牌市场结构	34
图17	2005年中国等离子电视机品牌市场结构	34
图18	2006 - 2010年全球数字电视用户规模预测	45
图19	2006 - 2010年全球数字电视产业规模预测	46
图20	2006 - 2010年中国有线数字电视累计用户预测值及增长率	48
图21	2006 - 2010年中国有线数字电视新增用户预测值及增长率	48
图22	2006 - 2010年中国卫星数字电视累计用户预测值及增长率	49
图23	2006 - 2010年中国卫星数字电视新增用户预测值及增长率	50
图24	2006 - 2010年中国地面数字电视累计用户预测值及增长率	51
图25	2006 - 2010年中国地面数字电视新增用户预测值及增长率	52
图26	2006 - 2010年中国IPTV累计用户预测值及增长率	53
图27	2006 - 2010年中国IPTV新增用户预测值及增长率	53
图28	2006 - 2010年中国数字电视产业规模及增长率预测	54
图29	2006 - 2010年中国数字电视累计用户结构预测	55
图30	2006 - 2010年中国市场机顶盒平均价格变化预测	56
图31	2006 - 2010年中国市场数字电视机平均价格变化预测	56
图32	1989 - 2005年中国有线电视用户规模与发展速度	58

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42849.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。