



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006-2009年中国数字电视行业 市场分析及投资发展研究报告

一、调研说明

《2006-2009年中国数字电视行业市场分析及投资发展研究报告》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/98627.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

目录

第一章 数字电视的定义及其相关要素 1

第一节 数字电视的概念 1

一、数字电视的定义 1

二、数字电视的产生发展 4

三、数字电视基本特点 7

四、数字电视节目特点 8

五、数字电视所提供的服务 8

第二节 数字电视与相关概念区别 9

一、数字电视和数字电视机之间的关系 9

二、数字电视与数字高清电视 13

三、数字电视与传统电视的不同点 14

四、模拟电视和数字电视之间的区别 17

第三节 数字电视的分类 17

一、按信号传输方式分类 18

二、按产品类型分类 18

三、按清晰度分类 18

四、按显示屏幕幅型分类 19

五、按扫描线数(显示格式)分类 19

第四节 数字电视传输方式 19

一、卫星数字电视 19

二、有线数字电视 28

三、地面数字电视 34

第二章 世界数字电视产业 47

第一节 世界环境概述 47

一、世界数字电视发展状况 47

二、全球数字电视市场发展 47

三、世界数字电视业务的市场特点 48

四、美英日数字电视的发展 49

第二节 欧洲市场 51

- 一、欧洲数字电视发展现状 51
- 二、欧洲成员国数字电视发展状况 52
- 三、欧洲数字电视市场的运营 55
- 四、欧洲从四个方向推进数字电视 61
- 五、欧洲加速卫星传输数字电视普及 63

第三节 亚洲 64

- 一、亚洲数字电视的天线与馈线系统 64
- 二、亚洲国家有线电视市场 71
- 三、亚洲国家发展数字电视的策略 75
- 四、亚洲国家发展数字电视的建议 77

第四节 美国 80

- 一、美国数字电视的发展现状 80
- 二、美国的数字电视和传统电视 81
- 三、美国向数字电视转变现状 83
- 四、2009年美国将全面进入数字电视时代 83

第五节 英国 84

- 一、英国数字电视发展概述 84
- 二、英国数字电视的发展现状 86
- 三、英国政府发展电视模转数的原因 87
- 四、从不同角度英国完成数字切换面临主要问题 91
- 五、英国数字电视发展对产业和商业运营的启示 92

第六节 韩国 96

- 一、韩国CJ CableNet的商业运营系统 96
- 二、韩国政府为加强数字电视的国际竞争力对其免税 101
- 三、韩国数字电视广播技术成为国际标准 101
- 四、韩国数字电视地面传输采用美国ATSC标准 102

第三章 中国数字电视产业 104

第一节 我国数字电视产业发展现状 104

- 一、我国数字电视发展整体概况 104
- 二、我国数字电视产业的发展现状 107

三、从不同方面看我国数字电视的发展 112

四、我国数字电视的产业链 113

五、中国电视系统的数字化 114

六、降低使用门槛是数字电视发展关键 118

第二节 我国数字电视的产业化 120

一、电视内容关系到数字电视产业发展全局 120

二、我国数字电视向产业化运作努力 122

三、数字电视产业化被标准缺乏制约 126

四、数字电视产业化价值判断错位困窘 129

第三节 中国数字电视产业化的模型 130

一、青岛模式 130

二、佛山模式 131

三、杭州模式 131

第四节 数字电视标准 132

一、世界三大数字电视标准介绍 132

二、我国数字电视市场标准的现状 134

三、我国数字电视标准化工作进展 138

四、我国数字电视标准瓶颈亟欲突破 139

五、北京和上海的数字电视标准 141

第四章 中国数字电视市场 144

第一节 我国数字电视市场发展现状 144

一、数字市场发展客观规律 144

二、2004年我国地面数字电视市场形势 147

三、我国国内市场需求 152

四、广电赢利空间的打开 158

第二节 中国付费数字电视市场的推进策略 160

一、整合丰富电视节目并尽快显现其优势 160

二、在电视节目频道设计及节目编排上要独具特色 161

三、降低终端用户门槛 162

四、整合网络和数据宽带网络 162

五、增强付费数字电视的宣传 163

第三节 数字电视市场发动的因素 163

一、数字电视市场巨大的诱惑 163

二、网络支持 166

三、节目的支持 167

四、市场蕴藏无限商机 170

第四节 中国数字电视市场存在的问题 176

一、用户瓶颈 176

二、模式之困 178

三、内容的制约 180

四、数字电视运营商之间的竞争 183

第五节 我国数字电视市场的民资和外资 186

一、2005年民资利用数字电视升温进入市场 186

二、民资将会介入数字电视运营 189

三、我国允许外资投资数字电视 191

四、外资不能涉足经营领域 191

第五章 数字机顶盒与数字电视 192

第一节 数字机顶盒行业现状 192

一、数字机顶盒基本构成 192

二、数字机顶盒的价值 194

三、数字机顶盒技术发展现状 195

四、我国数字机顶盒行业厂商分类 196

五、我国数字机顶盒经营现状 197

第二节 数字电视机顶盒的市场 199

一、数字电视机顶盒的销售 199

二、数字电视机顶盒市场概述 199

三、我国数字电视机顶盒的发展现状 206

四、数字电视机顶盒市场应用现状探析 207

五、数字电视机顶盒价格高成竞争障碍 208

第三节 机顶盒的消费者 209

一、我国机顶盒市场消费者认知程度 209

二、机顶盒市场消费者购买需求 212

- 三、机顶盒市场消费者购买行为 213
- 四、机顶盒市场消费者可接受价格 215

第四节 数字机顶盒研发现状 217

- 一、STB系统 217
- 二、STB产品类别 217
- 三、STB的通信方式 218
- 四、接入能力 218
- 五、业务配备现状 218
- 六、功能配置 219

第六章 芯片与数字电视 220

第一节 芯片产业现状 220

- 一、中国的芯片产业现状 220
- 二、2008年我国芯片产业的发展 220
- 三、我国芯片产业“大制造”成型 225
- 四、中国芯片产业要存有危机感 230
- 五、我国芯片产业快速增长 231

第二节 我国芯片设计产业状况 235

- 一、启蒙时代的生存现状 235
- 二、率众突围的使命 236
- 三、坚实可靠的国家后盾 237
- 四、我国主要芯片设计企业介绍 239

第三节 芯片市场 239

- 一、全球芯片市场竞争激烈 239
- 二、我国成为亚太第二大芯片市场 239
- 三、中国芯片市场上的经销商 240
- 四、我国芯片市场各路资本的争夺战 241

第四节 数字电视芯片 241

- 一、国际芯片大厂积极向数字电视市场进军 241
- 二、数字电视市场及其芯片发展 243
- 三、我国高清数字电视芯片实现自产 248
- 四、我国数字电视芯片工艺标准的融合 251

第七章 数字电视技术 252

第一节 数字电视技术的发展 252

一、数字电视技术发展概述 252

二、数字电视技术的应用 254

三、高清晰度电视技术 257

四、模拟电视技术中的数字技术 267

第二节 数字电视的相关技术介绍 269

一、数字电视广播流程和实现手段 269

二、数字电视关键技术 269

三、数字电视信源编解码技术 270

四、数字电视的复用系统 271

五、数字电视的信道编解码和调制解调 272

第三节 数字电视地面广播技术 273

一、数字电视地面广播 273

二、数字电视地面广播技术应用前景展望 276

三、数字电视地面广播需求条件 276

四、数字电视地面广播系统技术难点 277

五、中国制定传输标准必要性、可行性及技术要求 278

第八章 中国开展数字电视的主要地区 280

第一节 北京 280

一、北京数字电视价格运营服务还不到位 280

二、北京数字电视付费市场上的价格风波 282

三、北京数字电视市场准备利用外资做大 283

四、北京数字电视市场的前景光明 283

第二节 上海市 284

一、上海数字电视发展概述 284

二、上海市数字电视的地面广播系统探析 284

三、上海进入数字付费电视时代 296

四、上海数字付费电视将按档次收费 297

五、上海市数字电视的发展战略 298

第三节 深圳市 298

一、深圳数字电视发展概述	298
二、深圳数字电视产业化发展优势	301
三、深圳力合数字电视有限公司介绍	302
四、深圳着力打造数字电视产业链	303
第四节 杭州	304
一、杭州电信和数字电视公司进行战略合作	304
二、杭州市数字电视发展特点	304
三、杭州数字电视发展位居全国前列	304
四、杭州数字电视模式创新意义	305
五、杭州数字电视开始大规模的转换	311
第五节 青岛	312
一、青岛数字电视运营模式获得成功	312
二、青岛成为第一个有线数字电视示范城	314
三、青岛的移动数字电视项目介绍	315
四、青岛向数字电视全面切换进军	315
五、青岛市高清数字电视发展规划	315
第六节 太原	318
一、太原数字电视整体平移见成效	318
二、太原市数字电视的推广	320
三、太原市的数字电视节目	324
四、佛山数字电视整体转换规划	325
第七节 太原	325
一、太原数字电视整体平移见成效	325
二、太原市数字电视的推广	327
三、太原市的数字电视节目	330
第九章 主要企业	331
第一节 TCL集团	331
一、集团介绍	331
二、2004年TCL集团的运营	333
三、2005年TCL的运行状况	336
四、TCL集团成为数字电视龙头	338

五、TCL向数字电视的终端综合服务商转变 339

六、TCL数字电视的发展战略 342

第二节 康佳集团 346

一、集团介绍 346

二、2004年康佳集团的运营 348

三、2005年1-6月康佳集团运行 350

四、康佳数字电视产业发展的准备 353

第三节 长虹集团 355

一、集团介绍 355

二、2004年长虹集团的运营 356

三、2005年1-6月长虹集团的运营 359

四、长虹完成移动数字电视市场的布局 362

第四节 海信集团 362

一、集团介绍 362

二、2004年海信集团的运营 364

三、2005年1-6月份海信集团的运营 366

四、海信抓准了数字电视市场节拍 369

五、海信得利于青岛数字电视改造 370

第十章 数字电视的运营 371

第一节 我国数字电视运营的市场策略 371

一、产品（服务） 371

二、产品（服务）价格 372

三、营销渠道 373

四、销售方式 374

五、对我国数字电视运营的思考 374

第二节 数字电视运营模式 381

一、数字电视运营模式亟欲改进 381

二、我国数字电视发展运营模式的新思路 384

第三节 我国有线数字电视商业运营的基本规律 388

一、产业定位 388

二、商业模式 389

- 三、产品 390
- 四、市场与销售 394
- 五、数字电视互动多媒体时代及其带来的产业变化 395
- 六、发展战略 399
- 第四节 数字电视运营商 400
 - 一、网络运营商面对的问题 400
 - 二、节目（内容）运营商 401
 - 三、服务运营商 408
 - 四、有线电视运营商寻找数字电视的盈利模式 408

第十一章 网络电视(IPIV) 415

第一节 IPTV的定义及相关要素 415

- 一、IPTV 的定义 415
- 二、IPIV的基本特征 416
- 三、IPIV的相关技术标准 417
- 四、IPIV的运营模式 418
- 五、IPIV的商业模式及盈利模式 424

第二节 网络电视的国际市场 431

- 一、世界IPTV的用户规模 431
- 二、世界IPTV的市场规模 432
- 三、亚洲网络电视的用户规模 433
- 四、2008年世界各洲交互网络电视市场价值 434

第三节 中国网络电视产业 435

- 一、我国IPTV发展现状 435
- 二、2008我国网络电视产业的发展 445
- 三、我国网络电视的产业政策 447
- 四、我国网络电视发展中存在的问题 449
- 五、电信运营网络电视的主要障碍及对策 451

第四节 中国网络电视市场 455

- 一、我国网络电视的安装用户规模 455
- 二、我国网络电视的市场规模 456
- 三、我国网络电视分类市场规模比较 457

四、消费者 457

第十二章 有线电视 461

第一节 有线电视的定义和相关要素 461

一、有线电视的定义 461

二、产业特性 461

三、基本架构 462

四、有线电视的体系 472

五、产业策略矩阵 479

第二节 世界有线电视市场 481

一、世界有线电视市场的发展状况 481

二、美国有线电视运营商热衷于无线通信市场 483

三、德国的有线电视市场 488

四、印度有线电视费用由市场确定 492

第三节 中国有线电视市场 493

一、2008年我国数字有线电视广播市场的区域分布 493

二、有线电视的市场营销 494

三、我国电信分拆将提升有线电视公司的市场价值 496

四、有线电视信息产业市场的前景光明 496

第四节 中国有线电视产业SWOT 503

一、有线电视产业的优势 (Strength) 504

二、有线电视的劣势 (Weakness) 505

三、有线电视产业机遇 (Opportunity) 507

四、有线电视的挑战 (Threat) 508

第十三章 中国电视产业 512

第一节 中国的电视产业发展现状 512

一、我国电视产业的经营 512

二、电视产业核心竞争力和区域文化 523

三、研发成为是中国电视产业发展的关键动力 527

四、广播电视业发展问题与对策 531

第二节 我国电视产业有关数据 533

- 一、2004年-2005年11月我国彩电的产量 533
- 二、2004年-2005年11月我国黑白电视的产量 535

第三节 中国彩电业 536

- 一、我国彩电市场综述 536
- 二、2008年中国彩电产业发展特点 540
- 三、我国彩电产业的发展与启示 542
- 四、中国彩电业面对的主要问题 544
- 五、我国彩电业未来发展道路的思考 545

第四节 液晶电视 546

- 一、我国液晶电视的产业链 546
- 二、2005年我国液晶电视市场的特征 547
- 三、我国液晶电视市场的变局 549

第五节 中国的省级卫视电台 550

- 一、我国省级卫视经营概述 550
- 二、省级卫视的跨区域经营 555
- 三、跨省经营成为省级卫视的战略突围 558
- 四、省级卫视同质化竞争和发展 564
- 五、省级电视专业频道开始市场化运作 572

第十四章 数字电视的问题及对策 573

第一节 我国数字电视存在的障碍 573

- 一、网络整合困难 573
- 二、标准滞后 574
- 三、内容匮乏 575
- 四、终端不足 576
- 五、市场不成熟 577

第二节 中国数字电视发展受阻的内外因素 578

- 一、政策扶持喜忧参半 578
- 二、不成熟市场又遭遇重量级竞争对手 578
- 三、标准的缺失 579
- 四、电视内容的缺少 580
- 五、支离破碎的网络 581

六、中央电视台和地方电视台的竞争 581

七、合作伙伴的单一且利益分配模糊 582

第三节 数字电视产业化中核心技术的问题 583

一、芯片设计 583

二、软件 584

三、CA、CA移植或机卡分离 585

四、机顶盒系统集成 587

第四节 中国数字电视市场存在的主要问题 588

一、市场启动乏力 588

二、标准的缺失使得企业不敢尽情投入 589

三、内容不足以吸引用户 591

四、没有掌握核心技术 592

第五节 我国发展数字电视的主要思路及对策 593

一、科学的制定我国数字电视发展战略 593

二、实现数字电视产业链环节之间的良性互动 593

三、推动体制及经营模式创新 593

四、内外市场并重 593

五、出台相关法规与政策 594

第六节 我国数字电视整体转换策略 594

一、政府的支持 595

二、改变用户收视习惯 595

三、赢利模式的构建 596

四、开放平台的搭建 596

五、增值业务的拓展 596

六、降低技术风险 596

第十五章 数字电视投资 597

第一节 投资机会 597

一、数字机顶盒的发展前景广阔 597

二、数字电视行业机会逼近 599

三、数字电视终端设备产业具有很大投资价值 601

四、数字电视产业链投资机会比较大 603

第二节 数字电视SWOT 604

一、数字电视的优势 604

二、数字电视劣势 605

三、数字电视的机遇 606

四、数字电视发展面临的挑战 607

第三节 数字电视的合作竞争策略 608

一、节目播送者 609

二、有线网络及卫星运营商 610

三、电信运营商 610

四、内容提供商 611

第四节 投资风险 612

一、专利权的痛楚 612

二、数字电视推广困局 614

三、数字电视投资困境 615

四、数字电视的投资隐患 617

第五节 投资前景 619

一、我国数字电视市场潜力巨大 619

二、数字电视业务发展前景看好 620

三、数字电视市场前景开始明朗 626

第十六章 数字电视的前景与趋势 628

第一节 中国数字电视市场的发展趋势 628

一、未来数字电视市场将孕育巨大商机 628

二、中国数字电视发展趋势 632

三、2009年我国数字电视的市场预测 634

四、2010年中国数字电视终端市场将达4200亿 636

附录 644

附录一：国家广电总局发布建立有线数字电视技术新体系的实施意见 644

附录二：广电总局关于印发《关于推进广播电视有线数字付费频道运营产业化的意见》的通知 649

附录三：《广电有线数字付费业务管理暂行办法》 651

附录四：《卫星地面接收设施接收外国卫星传送电视节目管理办法》 656

附录五：《广播电视设施保护条例》 658

附录六：《有线电视管理暂行办法》实施细则 663

附录七：城市社区有线电视系统管理暂行办法 671

附录八：关于加强地面数字电视试验管理的通知 673

附录九：关于有线电视台、站电视节目管理的暂行规定 674

附录十：《广播电视管理条例》 676

附录十一：《互联网等信息网络传播视听节目管理办法》 684

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/98627.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。