

2015-2022年中国数字电视 行业市场调研与发展战略分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2015-2022年中国数字电视行业市场调研与发展战略分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0304/201509/16-188856.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

数字电视又称为数位电视或数码电视，是指从演播室到发射、传输、接收的所有环节都是使用数字电视信号或对该系统所有的信号传播都是通过由0、1数字串所构成的二进制数字流来传播的电视类型，与模拟电视相对。其信号损失小，接收效果好。

报告目录：

第一章 数字电视行业发展综述 1

第一节 数字电视的概念阐释 1

一、数字电视的定义 1

二、数字电视基本特点 1

三、数字电视的用途 2

四、数字电视的产生发展 2

第二节 数字电视与相关概念的联系和区别 3

一、数字电视与数字高清电视 3

二、数字电视与传统电视的不同点 4

三、数字电视和模拟电视之间的区别 5

第三节 数字电视的分类 5

一、按信号传输方式分类 5

二、按产品类型分类 6

三、按清晰度分类 6

四、按显示屏幕幅型分类 6

五、按扫描线数（显示格式）分类 6

第四节 数字电视传输方式 6

一、卫星数字电视 6

二、有线数字电视 8

三、地面数字电视 8

第五节 中国数字电视产业链环节浅析 9

一、产业链结构 9

二、各产业链环节 9

1、内容制作商 9

- 2、付费内容集成商 9
- 3、网络运营商 10
- 4、最终用户 10
- 5、技术设备及终端制造商 10

第二章 数字电视行业市场环境及影响分析 11

第一节 数字电视行业政治法律环境 11

- 一、行业管理体制分析 11
- 二、行业主要法律法规 12
- 三、数字电视行业相关标准 13
- 四、行业相关发展规划 15
 - 1、行业相关“十二五”规划 15
 - 2、《广播影视“十五”计划和2010年远景规划》 18
- 五、政策环境对行业的影响 20

第二节 行业经济环境分析 20

- 一、宏观经济形势分析 20
 - 1、2014年世界经济形势分析 20
 - 2、2015年世界经济发展趋势 24
 - 3、对我国经济的影响 27
- 二、中国宏观经济运行概况 28
 - 1、中国GDP分析 28
 - 2、消费价格指数分析 29
 - 3、城乡居民收入分析 30
 - 4、工业发展形势 31
 - 5、全社会固定资产投资分析 37
 - 6、财政收支状况 41
 - 7、中国汇率调整 45
- 三、宏观经济环境对行业的影响分析 47

第三节 行业社会环境分析 47

- 一、数字电视产业社会环境 47
 - 1、人口环境分析 47
 - 2、教育环境分析 49

- 3、文化环境分析 49
- 4、中国城镇化率 55
- 二、社会环境对行业的影响 57
- 三、数字电视产业发展对社会发展的影响 58
- 第四节 技术环境对行业的影响 59
 - 一、接入网改造技术 59
 - 二、机顶盒 60
 - 三、技术发展 60

第三章 世界数字电视产业的发展 62

第一节 世界数字电视产业发展现状 62

- 一、各国政府积极推动数字电视产业发展 62
- 二、全球数字电视市场运行现状 62
- 三、全球数字电视整体转换进展 63
- 四、全球数字电视传输标准格局 64
- 五、全球数字电视市场增长预测 65

第二节 欧洲市场 65

- 一、欧洲地面数字电视发展历程 65
- 二、欧洲数字电视技术发展过程 67
- 三、欧洲数字电视市场发展过程 70
- 四、欧洲数字电视产业运营模式 71
- 五、欧洲数字电视产业未来趋势 72

第三节 日本 73

- 一、日本数字电视技术发展过程 73
- 二、日本数字电视市场发展过程 75
- 三、日本数字电视产业运营模式 76
- 四、日本数字电视产业未来趋势 76

第四节 美国 77

- 一、美国数字电视技术发展过程 77
- 二、美国数字电视市场发展过程 79
- 三、美国数字电视产业运营模式 80
- 四、美国数字电视产业未来趋势 81

第五节 香港 82

- 一、香港地面数字电视发展概况 82
- 二、香港地面数字电视的网络建设 82
- 三、香港地面数字电视接收机市场分析 83

第六节 英国 84

- 一、英国数字电视发展情况 84
- 二、英国数字电视市场情况 84

第四章 我国数字电视行业运行现状分析 86

第一节 我国数字电视行业发展状况分析 86

- 一、我国数字电视行业发展阶段 86
 - 1、探索阶段(2000年以前) 86
 - 2、启动阶段(2001年-2003年) 86
 - 3、突破阶段(2004年至今) 87
- 二、我国数字电视行业发展总体概况 87
- 三、我国数字电视行业发展背景 88
- 四、数字电视行业运营模式分析 88

第二节 数字电视行业发展现状 89

- 一、我国数字电视行业市场规模 89
- 二、我国数字电视行业发展分析 90
 - 1、各地数字电视行业发展情况 90
 - 2、数字电视行业科研情况分析 90
 - 3、数字电视产业融合发展分析 91
 - 4、数字电视行业发展动向分析 92
- 三、中国数字电视企业发展分析 93
 - 1、我国数字电视企业特点分析 93
 - 2、我国重点数字电视企业发展动态 93

第三节 数字电视与IPTV发展的比较分析 94

- 一、网络体系 94
- 二、个性化服务 95
- 三、互动行性能 95
- 四、观众分布范围 95

五、主要服务对象	95
六、技术改进难度	95
七、运营主体、运营牌照	96
八、业务的拓展与未来的发展	97
第四节 新媒体环境下我国数字电视产业的发展分析	98
一、数字电视受到新媒体的冲击	98
二、新媒体对数字电视的影响	98
三、新媒体环境下数字电视的发展模式	99
1、更新信息传输方式，整合新媒体资源	99
2、转变电视传播模式，发展互动数字电视	99
3、拓展发展平台，实现规模盈利	100
第五节 数字电视开拓增值业务的分析	100
一、数字电视开拓增值业务的优势	100
二、数字电视增值业务的分类	101
1、专业性的增值业务	101
2、涉及日常生活的增值业务	101
3、娱乐性的增值业务	102
4、互动性增值业务	102
三、发展数字电视与互联网	102
四、新型的数字化时代展望	103
1、发展增值业务的必要性	103
2、发展增值业务的可行性	104
第五章 我国数字电视市场分析	106
第一节 中国数字电视行业总体规模分析	106
一、企业数量结构分析	106
二、人员规模状况分析	106
三、行业资产规模分析	107
四、行业产值规模分析	107
第二节 中国数字电视行业财务指标总体分析	108
一、行业盈利能力分析	108
1、我国数字电视行业总资产利润率	108

- 2、我国数字电视行业成本营业利润率 108
- 二、行业偿债能力分析 109
 - 1、我国数字电视行业资产负债比率 109
 - 2、我国数字电视行业流动比率 109
 - 3、我国数字电视行业速动比率 110
- 三、行业营运能力分析 110
 - 1、我国数字电视行业总资产周转率 110
 - 2、我国数字电视行业流动资产周转率 111
- 四、行业发展能力分析 111
 - 1、我国数字电视行业总资产增长率 111
 - 2、我国数字电视行业利润总额增长率 112
 - 3、我国数字电视行业主营业务收入增长率 112
- 第三节 我国数字电视市场供需分析 113
 - 一、我国数字电视行业供给情况 113
 - 1、视听设备制造业 113
 - 2、以机顶盒为代表的设备制造业 113
 - 3、内容供应 115
 - 二、我国数字电视行业需求情况 116
 - 1、产品市场需求 116
 - 2、从数字电视转换程度看设备市场需求 117
 - 三、我国数字电视行业供需平衡分析 117
- 第四节 中国数字电视用户收视特征调研分析 119
 - 一、数字电视用户与非数字电视用户收视比较 119
 - 二、数字电视频道在数字电视用户中的收视表现 119
 - 三、使用数字电视的用户结构分析 123
 - 四、全国数字电视用户满意度 125
- 第五节 中国电视收视状况调查分析 125
 - 一、电视主要接受方式 125
 - 二、各类电视频道覆盖情况 126
 - 三、电视节目内容受用户青睐情况 126
 - 四、用户对各类媒体接触程度 127
 - 五、有线数字电视与IPTV用户满意度情况 127

六、电视购物等新兴渠道消费调查情况 128

七、农村居民电视媒体获取信息情况 128

第六章 有线数字电视分析 129

第一节 中国有线电视数字化的发展分析 129

一、有线电视数字化的内涵和特殊作用 129

1、内涵 129

2、特点 130

二、有线电视数字化发展的重大意义 131

三、中国有线数字电视发展的阶段划分 132

四、推进我国有线数字电视快速发展的因素 133

五、我国有线数字电视增值业务发展的突破口 134

六、我国有线电视数字化发展的未来方向 135

第二节 中国有线数字电视用户数量分析 136

第三节 中国有线数字电视的发展现状 137

一、2013年有线数字电视运营商成立广告联盟 137

二、2014-2015年中国有线数字电视智能卡应用状况 138

第四节 我国有线数字电视的网络应用价值分析 144

一、有线数字电视网络的组成 144

二、有线数字电视网络的特点 144

三、有线数字电视网络的发展方向 145

1、提升有线数字电视网络应用的互动性 145

2、加大有线数字电视网络应用的宣传力度 145

四、有线数字电视对网络的要求 145

第七章 地面数字电视发展分析 147

第一节 全球地面数字电视发展现状及启示 147

一、发达国家发展进程 147

二、发展现状及未来预测 147

三、发展的问题及解决办法 148

四、对中国数字电视发展的启示 150

第二节 中国地面数字电视的发展现状 152

- 一、地面数字电视国标的起源 152
- 二、中国地面数字电视发展回顾 152
- 三、我国地面数字电视设备发展现状 153
- 四、我国地面数字电视标准现状分析 153
- 五、我国加强地面数字电视业务管理 157
- 六、国家出台地面数字电视推进新政 158
- 第三节 中国地面数字电视的发展前景及趋势 159
 - 一、地面数字电视发展机遇 159
 - 二、地面数字电视前景展望 160
 - 三、地面数字电视发展面临重大转变 160
 - 四、我国地面数字电视未来发展规划 162

第八章 数字机顶盒的发展分析 163

第一节 数字机顶盒概述 163

- 一、数字机顶盒的定义 163
- 二、数字机顶盒基本构成 163
 - 1、硬件组成 163
 - 2、软件系统 167
- 三、不同机顶盒的主要功能和特点 169
 - 1、工作原理 169
 - 2、产品功能 169
- 四、数字机顶盒的价值分析 170

第二节 中国数字机顶盒市场的发展 171

- 一、中国数字机顶盒市场发展概述 171
- 二、机顶盒产业链相关环节分析 172

第三节 中国机顶盒细分产品发展分析 172

- 一、有线高清交互机顶盒 172
 - 1、高清整体转换促进高清交互机顶盒 172
 - 2、高清机顶盒市场现状 173
 - 3、高清机顶盒市场发展趋势 175
 - 4、高清机顶盒技术发展趋势 176
- 二、IPTV机顶盒 176

- 1、IPTV机顶盒概述 176
- 2、IPTV机顶盒的市场需求 176
- 3、IPTV机顶盒行业制约 177
- 4、IPTV机顶盒标发展前景及趋势 178
- 三、OTT机顶盒 179
- 四、卫星与地面机顶盒 180
- 第四节 中国数字机顶盒发展问题及对策 182
 - 一、数字机顶盒亟需建立开放的软硬件平台 182
 - 二、智能机顶盒面临的挑战 183
 - 1、行业周期 183
 - 2、竞争 183
 - 3、技术 183
 - 4、资金 183
 - 三、机顶盒行业未来发展路径思考 184
 - 四、中国数字机顶盒市场发展策略 185
- 第五节 中国数字机顶盒市场前景趋势分析 186
 - 一、机顶盒技术的发展方向 186
 - 二、机顶盒呈多元化发展趋势 189
 - 三、机顶盒产品类型发展方向 189
 - 四、数字机顶盒的竞争趋向 191
 - 五、数字机顶盒的发展前景 191

第九章 户外数字电视发展分析 193

第一节 户外数字电视发展概况 193

第二节 户外数字电视市场分析 195

- 一、公交移动电视 195
 - 1、公交移动电视的技术基础及变革 195
 - 2、公交移动电视的发展历程和格局 197
 - 3、公交移动电视提高传播效果对策 202
- 二、商业楼宇电视 208
 - 1、商业楼宇液晶电视媒体的产生 208
 - 2、国内楼宇液晶电视媒体的市场现状 210

3、楼宇液晶电视媒体的前景 211

三、列车车站电视 216

1、列车电视发展历程 216

2、列车电视可持续发展对策 220

第三节 户外数字电视发展趋势 225

一、数字户外广告的跨媒体融合 225

1、与网络的融合 225

2、与手机的融合 225

3、与虚拟社交媒体的融合 226

二、数字户外媒体广告的社会化发展 226

第十章 中国数字电视接收机进出口数据分析 229

第一节 阴极射线显像管的彩色数字电视接收机进出口数据分析 229

一、阴极射线显像管的彩色数字电视接收机进出口总量分析 229

二、主要贸易国阴极射线显像管的彩色数字电视接收机进出口分析 230

三、主要省市阴极射线显像管的彩色数字电视接收机进出口分析 230

第二节 液晶显示器彩色数字电视接收机进出口数据分析 231

一、液晶显示器彩色数字电视接收机进出口总量分析 231

二、主要贸易国液晶显示器彩色数字电视接收机进出口分析 232

三、主要省市液晶显示器彩色数字电视接收机进出口分析 232

第三节 等离子显示器彩色数字电视接收机进出口数据分析 233

一、等离子显示器彩色数字电视接收机进出口总量分析 233

二、主要贸易国等离子显示器彩色数字电视接收机进出口分析 234

三、主要省市等离子显示器彩色数字电视接收机进出口分析 234

第四节 数字电视技术的发展趋势 234

一、高清数字电视 234

二、网络电视 235

三、卫星直播电视 235

四、手机电视 235

第五节 下一代数字电视技术的发展前景和技术要求 236

一、现行数字电视方案的缺陷 236

二、下一代数字电视解码器应有的功能特点 238

三、对开放式数字电视参考平台的需求 241

四、结论概述 242

第十一章 数字电视技术分析 243

第一节 数字电视技术的发展 243

一、数字电视的应用技术 243

1、数字信号与模拟信号 243

2、脉冲调制与数字调制 243

3、取样和取样定理 244

4、从模拟电视到数字电视 245

5、数字系统 245

6、数字系统性能参数 246

二、数字电视技术在有线电视网中的应用 250

三、超高清晰度电视技术 251

1、图像分辨率和视野 251

2、视频格式和色域 252

3、22.2声道三维立体声 253

4、视音频信号编码 253

5、显示 254

四、模拟电视技术中的数字技术 255

第二节 数字电视的相关技术介绍 256

一、数字电视广播流程和实现手段 256

二、数字电视关键技术 258

1、数字电视的信源编译码技术 258

2、数字电视的复用系统 259

3、数字电视的信道编译码及调制解调 259

三、数字电视信源编解码技术 259

四、数字电视的复用系统 260

五、数字电视的信道编解码和调制解调 260

第三节 数字电视产业化中的核心技术 261

一、芯片设计 261

二、中间件 265

三、CA、CA移植或机卡分离	267
四、机顶盒系统集成	269
第四节 数字电视网络双向化发展的技术分析	269
一、数字电视网络双向化概述	269
二、CableModem技术	271
三、CMTS技术	272
四、LAN技术	273
五、EPON技术	274
第五节 数字电视地面传输技术	275
一、数字电视地面传输技术及其重要地位	275
二、中国数字电视地面传输技术已超世界水平	276
三、数字电视地面传输技术标准化的意义	277
第六节 数字电视技术的发展趋势	277
一、高清数字电视	277
二、网络电视	277
三、卫星直播电视	278
四、手机电视	278
第七节 下一代数字电视技术的发展前景和技术要求	278
一、现行数字电视方案的缺陷	278
二、下一代数字电视解码器应有的功能特点	281
1、支持多种格式	281
2、降低成本	281
3、对交互式数据服务的支持	281
4、具有吸引力的用户界面	282
5、支持各种高性能CPU	282
6、工业标准的主机总线接口	282
7、融合个人电脑和数字电视	283
三、对开放式数字电视参考平台的需求	283
四、结论概述	284
第十二章 数字电视的运营分析	285
第一节 数字电视运营概况	285

- 一、数字电视业务运营的体系结构 285
- 二、中国数字电视运营的市场策略 290
- 三、中国数字电视运营的整体转换及其技术支持 291
- 四、中国数字电视运营的相关要素分析 292
- 第二节 中国数字电视运营模式案例 293
 - 一、青岛模式 293
 - 二、佛山模式 294
 - 三、杭州模式 294
 - 四、上海模式 295
- 第三节 数字电视运营模式分析 297
 - 一、商业模式的确立是关键 297
 - 二、数字电视运营模式亟欲改进 301
 - 三、中国发展数字电视运营模式的建议 301
 - 四、中国数字电视发展运营模式的新思路 302
- 第四节 数字电视增值业务联动营销模式分析 303
 - 一、理论概述 303
 - 二、直播联动 304
 - 三、线下联动 305
 - 四、网络联动 307
 - 五、结论简述 308
- 第五节 中国有线数字电视商业运营的基本规律分析 308
 - 一、数字电视的产业定位 308
 - 1、传播特质 308
 - 2、消费行为特质 309
 - 3、操作功能特质 309
 - 4、使用者特质 310
 - 5、科技特质 310
 - 二、数字电视的商业模式 311
 - 三、数字电视产品 313
 - 四、数字电视的市场与销售 313
- 第六节 中国有线数字电视运营模式现状分析 313
 - 一、政策促进有线数字电视运营发展 313

- 二、网络分散建设模式导致资源浪费 313
- 三、政府调控和市场相结合推进网络整合 314
- 四、有线数字电视产业运营模式的发展要素 314

第七节 中国数字移动电视运营模式分析 315

- 一、数字移动电视的运营模式 315
- 二、数字移动电视的盈利来源 317
- 三、数字移动电视运营模式的发展建议 318

第八节 数字电视运营商分析 319

- 一、网络运营商面对的问题 319
 - 1、市场风险 319
 - 2、运营风险 320
 - 3、政策性风险 320
- 二、节目（内容）运营商 321
- 三、服务运营商 321
- 四、中国省级数字电视运营商发展状况 322

第十三章 中国数字电视行业重点区域发展 323

第一节 北京 323

- 一、北京数字电视发展概况 323
- 二、北京数字电视发展特点 324
 - 1、转换原则 324
 - 2、价格策略 324
 - 3、创造需求 324
- 三、北京数字电视普及情况 325
- 四、北京数字电视产业发展趋势 325

第二节 广东 325

- 一、广东数字电视发展概况 325
- 二、广东数字电视发展特点 326
- 三、广东数字电视普及情况 327
- 四、广东数字电视产业发展趋势 327
 - 1、节目集成播出平台的规划 327
 - 2、业务整合的规划 327

3、平移的规划 327

第三节 杭州 328

一、杭州数字电视发展概况 328

二、杭州数字电视发展特点 329

三、杭州数字电视普及情况 330

四、杭州数字电视产业发展趋势 331

第四节 山东 331

一、山东数字电视发展概况 331

二、山东数字电视发展特点 332

三、山东数字电视普及情况 332

四、山东数字电视产业发展趋势 333

第五节 四川 334

一、四川数字电视发展概况 334

二、四川数字电视发展特点 335

三、四川数字电视普及情况 335

四、四川数字电视产业发展趋势 336

第十四章 2015-2022年数字电视行业竞争形势及策略 338

第一节 行业总体市场竞争状况分析 338

一、数字电视行业竞争结构分析 338

1、现有企业间竞争 338

2、潜在进入者分析 338

3、替代品威胁分析 339

4、供应商议价能力 340

5、客户议价能力 341

二、数字电视行业企业间竞争格局分析 341

三、数字电视行业集中度分析 342

四、数字电视行业SWOT分析 342

1、优势 342

2、劣势 344

3、机会 346

4、威胁 347

第二节 中国数字电视行业竞争格局综述 349

- 一、数字电视行业竞争概况 349
- 二、中国数字电视行业竞争力分析 349
- 三、中国数字电视竞争力优势分析 350
- 四、数字电视行业主要企业竞争力分析 351

第三节 数字电视行业竞争格局分析 352

- 一、国内外数字电视竞争分析 352
- 二、我国数字电视市场竞争分析 353
- 三、国内主要数字电视企业动向 353

第四节 数字电视市场竞争策略分析 354

第十五章 数字电视运营企业经营形势分析 356

第一节 中视传媒股份有限公司 356

- 一、企业发展概况分析 356
- 二、企业经营情况分析 358
 - 1、主营业务分析 358
 - 2、企业成长能力分析 360
 - 3、企业盈利能力分析 361
 - 4、企业运营能力分析 361
 - 5、企业偿债能力分析 361
- 三、企业发展优势分析 361
- 四、企业发展战略分析 362

第二节 上海东方明珠（集团）股份有限公司 363

- 一、企业发展概况分析 363
- 二、企业经营情况分析 364
- 三、企业发展优势分析 365
- 四、企业发展战略分析 366

第三节 北京歌华有线电视网络股份有限公司 366

- 一、企业发展概况分析 366
- 二、企业经营情况分析 367
 - 1、主营业务分析 367
 - 2、企业成长能力分析 370

- 3、企业盈利能力分析 370
- 4、企业运营能力分析 370
- 5、企业偿债能力分析 371
- 三、企业发展优势分析 371
- 四、企业发展战略分析 371
- 第四节 深圳市天威视讯股份有限公司 374
 - 一、企业发展概况分析 374
 - 二、企业经营情况分析 375
 - 1、主营业务分析 375
 - 2、企业成长能力分析 377
 - 3、企业盈利能力分析 378
 - 4、企业运营能力分析 378
 - 5、企业偿债能力分析 378
 - 三、企业发展优势分析 378
 - 四、企业发展战略分析 379
- 第五节 同方股份有限公司 381
 - 一、企业发展概况分析 381
 - 二、企业经营情况分析 382
 - 三、企业发展优势分析 384
 - 四、企业发展战略分析 385
- 第六节 陕西广电网络传媒股份有限公司 387
 - 一、企业发展概况分析 387
 - 二、企业经营情况分析 388
 - 三、企业发展优势分析 390
 - 四、企业发展战略分析 391
- 第七节 湖南电广传媒股份有限公司 394
 - 一、企业发展概况分析 394
 - 二、企业经营情况分析 397
 - 三、企业发展优势分析 399
 - 四、企业发展战略分析 400
- 第八节 深圳市同洲电子股份有限公司 400
 - 一、企业发展概况分析 400

二、企业经营情况分析	402
三、企业发展优势分析	405
四、企业发展战略分析	406
第九节 鼎视数字电视传媒有限公司	407
一、企业发展概况分析	407
二、企业经营情况分析	408
三、企业发展优势分析	408
四、企业发展战略分析	409
第十节 华数数字电视传媒集团	409
一、企业发展概况分析	409
二、企业经营情况分析	410
1、主营业务分析	410
2、企业成长能力分析	412
3、企业盈利能力分析	413
4、企业运营能力分析	413
5、企业偿债能力分析	413
三、企业发展优势分析	413
四、企业发展战略分析	415
第十六章 2015-2022年数字电视行业前景及趋势预测	417
第一节 2015-2022年数字电视市场发展前景	417
一、2015-2022年数字电视市场发展潜力	417
二、2015-2022年数字电视市场发展前景展望	417
三、2015-2022年数字电视细分行业发展前景分析	418
第二节 2015-2022年数字电视市场发展趋势预测	419
一、2015-2022年数字电视行业发展趋势	419
1、数字电视发展初具规模	419
2、数字电视发展彻底完成	419
3、我国数字电视国际化发展	420
二、2015-2022年数字电视市场规模预测	420
三、2015-2022年数字电视行业应用趋势预测	421
四、2015-2022年细分市场发展趋势预测	422

第三节 2015-2022年中国数字电视行业供需预测 424

- 一、2015-2022年中国数字电视行业供给预测 424
- 二、2015-2022年中国数字电视企业数量预测 424
- 三、2015-2022年中国数字电视资产规模预测 426
- 四、2015-2022年中国数字电视行业需求预测 426
- 五、2015-2022年中国数字电视行业供需平衡预测 427

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势 427

- 一、市场整合成长趋势 427
 - 1、全球数字电视业整合加剧 427
 - 2、寡头竞争格局或显现 428
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 429
- 三、企业区域市场拓展的趋势 429
- 四、科研开发趋势及替代技术进展 430

第十七章 2015-2022年数字电视行业投资机会与风险防范 432

第一节 数字电视行业投融资情况 432

- 一、行业资金渠道分析 432
- 二、固定资产投资分析 432
- 三、兼并重组情况分析 432
- 四、数字电视行业投资现状分析 432

第二节 2015-2022年数字电视行业投资机会 433

- 一、产业链投资机会 433
- 二、细分市场投资机会 434
- 三、重点区域投资机会 436
- 四、数字电视行业投资机遇 437

第三节 2015-2022年数字电视行业投资风险及防范 437

- 一、政策风险及防范 437
- 二、市场风险及防范 438
- 三、供求风险及防范 438
- 四、宏观经济波动风险及防范 439
- 五、关联产业风险及防范 443
- 六、产品结构风险及防范 443

七、其他风险及防范 443

第四节 中国数字电视行业投资建议 445

一、数字电视行业投资机会 445

1、产业自身存在的机会 445

2、对手提供的机会 446

二、数字电视行业主要投资建议 446

三、中国数字电视企业融资分析 447

第十八章 2015-2022年数字电视行业面临的困境及对策 448

第一节 2015年数字电视行业面临的困境 448

一、内容同质化节目源匮乏 448

二、收费高服务质量低 448

三、盈利模式单一 448

第二节 数字电视企业面临的困境及对策 449

一、重点数字电视企业面临的困境及对策 449

1、内容制约 449

2、体制制约 449

3、政策制约 450

4、资金制约 450

5、利益分配 451

6、营销方式 451

二、中小数字电视企业发展困境及策略分析 453

三、国内数字电视企业的出路分析 461

第三节 中国数字电视行业存在的问题及对策 461

一、中国数字电视行业存在的问题 461

二、数字电视行业发展的建议对策 463

1、做好战略规划，调动两个积极性 464

2、推进事业改革，建设两个体系 464

3、立足自身技术优势，推动数字电视技术升级 464

4、建立企业联盟，构建技术创新体系 465

5、加大数字电视业务的宣传力度，推动体制和经营模式创新 465

三、市场的重点客户战略实施 466

- 1、实施重点客户战略的必要性 466
 - 2、合理确立重点客户 466
 - 3、重点客户战略管理 467
 - 4、重点客户管理功能 470
- 第四节 中国数字电视市场发展面临的挑战与对策 471
- 一、中国数字电视市场发展面临的挑战 471
 - 二、中国数字电视市场发展对策分析 471
- 第十九章 数字电视行业发展战略研究 473
- 第一节 数字电视行业发展战略研究 473
- 一、战略综合规划 473
 - 二、技术开发战略 476
 - 三、业务组合战略 477
 - 四、区域战略规划 478
 - 五、产业战略规划 480
 - 六、营销品牌战略 481
 - 七、竞争战略规划 483
- 第二节 对我国数字电视品牌的战略思考 485
- 一、数字电视品牌的重要性 485
 - 二、数字电视实施品牌战略的意义 486
 - 三、数字电视企业品牌的现状分析 486
 - 四、我国数字电视企业的品牌战略 488
 - 五、数字电视品牌战略管理的策略 489
- 第三节 数字电视经营策略分析 491
- 一、数字电视市场细分策略 491
 - 二、数字电视市场创新策略 493
 - 三、品牌定位与品类规划 494
 - 四、数字电视新产品差异化战略 496
- 第四节 数字电视行业投资战略研究 497
- 一、2015年数字电视行业投资战略 497
 - 二、2015-2022年数字电视行业投资战略 497
 - 三、2015-2022年细分行业投资战略 498

第二十章 研究结论及发展建议 501

第一节 数字电视行业研究结论及建议 501

一、行业现状 501

二、行业特点 502

三、行业影响因素 503

1、有利因素 503

2、制约 504

第二节 数字电视子行业研究结论及建议 507

一、有线数字电视市场发展中的问题 507

二、有线数字电视业务的市场战略 510

1、市场细分 510

2、目标市场的选择 511

3、市场定位 512

第三节 数字电视行业发展建议 513

一、行业发展策略建议 513

1、体制、政策和法律 513

2、加快形成内部组织构架的竞合关系 513

3、实现产业投资的多元化 513

4、市场营销战略 513

5、内容战略 513

6、运营模式 514

二、行业投资方向建议 514

三、行业投资方式建议 515

图表目录：

图表：数字电视产业链结构分析 9

图表：国际主要音频压缩标准 14

图表：2013-2015年全球数字电视市场规模分析 65

图表：欧洲HDTV技术选择与创新专利权变化 69

图表：美国HDTV技术选择与创新专利权变化 75

图表：美国HDTV技术选择与创新专利权变化 78

图表：美国数字电视过渡时间表 79

图表：2013-2015年数字电视行业市场规模分析 89

图表：未来数字电视云增值业务 105

图表：2013-2015年中国数字电视行业企业规模分析 106

图表：2013-2015年中国数字电视行业从业人员规模分析 106

图表：2013-2015年中国数字电视行业资产规模分析 107

图表：2013-2015年中国数字电视行业产值规模分析 107

图表：2013-2015年中国数字电视行业总资产利润率分析 108

图表：2013-2015年中国数字电视行业营业利润率分析 108

图表：2013-2015年中国数字电视行业资产负债率分析 109

图表：2013-2015年中国数字电视行业流动比率分析 109

图表：2013-2015年中国数字电视行业速动比率分析 110

图表：2013-2015年中国数字电视行业总资产周转率分析 110

图表：2013-2015年中国数字电视行业流动资产周转率分析 111

图表：2013-2015年中国数字电视行业总资产增长率分析 111

图表：2013-2015年中国数字电视行业利润总额增长率分析 112

图表：2013-2015年中国数字电视行业主营业务收入增长率分析 112

图表：2013-2015年中国数字电视用户覆盖率分析 114

图表：中国数字电视机顶盒市场份额分析 115

图表：2013-2015年中国数字电视付费节目套数 116

图表：2013-2015年中国数字电视用户数量分析 117

图表：2013-2015年中国数字电视行业销售收入分析 118

图表：城市数字电视用户与非数字电视用户人均日收视时间比较 119

图表：城市数字电视用户与非数字电视用户日均时段收视走势比较 120

图表：城市数字电视用户与非数字电视用户收视频道竞争结构比较 120

图表：城市数字电视用户与非数字电视用户各级频道人均日收视量比较 121

图表：城市数字电视用户与非数字电视用户中央级频道时段竞争比较 122

图表：城市数字用户与非数字用户省级上星频道时段竞争比较 122

图表：城市数字用户与非数字用户省级非上星频道时段竞争比较 122

图表：城市数字用户与非数字用户市县级频道时段竞争比较 123

图表：城市数字用户与非数字用户其他频道时段竞争比较 123

图表：城市数字用户与非数字用户观众构成比较 124

图表：城市数字用户与非数字用户目标观众收视量比较 124

图表：数字电视用户满意度分析 125

图表：电视信号主要接收方式分析 125

图表：各类电视频道覆盖情况分析 126

图表：电视节目内容受用户青睐情况分析 126

图表：用户对各类媒体接触程度分析 127

图表：有线数字电视与IPTV用户满意度情况对比分析 127

图表：电视购物等新兴渠道消费调查分析 128

图表：农村居民电视媒体获取信息渠道分析 128

图表：数字电视业务类型 129

图表：中国有线数字电视用户发展趋势 136

图表：中国有线数字电视用户构成 137

图表：中国有线数字电视用户构成 137

图表：中国有线网络运营商是否统一使用CA系统 139

图表：地区有线网络运营商CA系统招标采购情况 139

图表：中国有线数字电视行业主要CA系统竞争厂商 140

图表：中国有线数字电视CA系统覆盖城市占比 141

图表：中国有线数字电视CA系统覆盖城市占比 141

图表：中国有线数字电视CA系统智能卡发卡量 142

图表：中国有线数字电视CA系统智能卡发卡量占比 142

图表：中国有线数字电视CA系统及智能卡厂商出货量占比 143

图表：中国有线数字电视CA系统及智能卡厂商出货量占比 143

图表：地面数字电视接收端标准 154

图表：广电总局推荐的七种播出模式 155

图表：2015年主要城市开播情况 155

图表：2013-2015年中国数字机顶盒出货量分析 171

图表：数字机顶盒产业链结构 172

图表：有线数字电视运营商业务系统与终端供应商关系 187

图表：数字点数机顶盒产品功能组合分析 190

图表：2013-2015年户外广告投放额 193

图表：2013-2015年户外数字电视市场规模分析 194

图表：户外数字电视细分市场结构分析 195

图表：2013-2015年户外数字电视终端数量 200

图表：2015年1-7月中国阴极射线显像管进出口总量分析 229

图表：2015年1-7月中国阴极射线显像管进出口区域结构分析 230

图表：2015年1-7月中国液晶显示器彩色数字电视接收机进出口总量分析 231

图表：2015年1-7月中国液晶显示器彩色数字电视接收机进出口区域结构分析 232

图表：2015年1-7月中国等离子显示器彩色数字电视接收机进出口总量分析 233

图表：2015年1-7月中国等离子显示器彩色数字电视接收机进出口区域结构分析 234

图表：从模拟信号到数字信号传输 244

图表：数字系统 246

图表：几种调制方式的传送速率和占用带宽 248

图表：我国SDTV、HDTV和UHDTV图像部分参数 252

图表：UHDTV8K、UHDTV4K、HDTV和SDTV画面大小的比较 253

图表：10GEPON系统传输 275

图表：数字电视行业集中度分析 342

图表：2014年数字电视行业重点企业总资产对比分析 351

图表：2014年数字电视行业重点企业营业收入对比分析 351

图表：2014年数字电视行业重点企业净利润对比分析 352

图表：数字电视行业市场集中度分析 353

图表：机遇SWOT矩阵的数字电视市场竞争策略 354

图表：2015年中视传媒股份有限公司经营情况分析 358

图表：2014-2015年中视传媒股份有限公司资产负债情况分析 359

图表：2014-2015年中视传媒股份有限公司营业利润情况分析 359

图表：2014-2015年中视传媒股份有限公司现金流量分析 360

图表：2014-2015年中视传媒股份有限公司成长能力指标 360

图表：2014-2015年中视传媒股份有限公司盈利能力指标 361

图表：2014-2015年中视传媒股份有限公司运营能力指标 361

图表：2014-2015年中视传媒股份有限公司偿债能力指标 361

图表：2015年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营业务分析 367

图表：2014-2015年北京歌华有线电视网络股份有限公司资产负债情况分析 368

图表：2014-2015年北京歌华有线电视网络股份有限公司营业利润情况分析 369

图表：2014-2015年北京歌华有线电视网络股份有限公司现金流量分析 369

图表：2014-2015年北京歌华有线电视网络股份有限公司成长能力指标 370

图表：2014-2015年北京歌华有线电视网络股份有限公司盈利能力指标 370

图表：2014-2015年北京歌华有线电视网络股份有限公司运营能力指标 370

图表：2014-2015年北京歌华有线电视网络股份有限公司偿债能力指标 371

图表：2015年上半年深圳市天威视讯股份有限公司主营业务分析 375

图表：2014-2015年深圳市天威视讯股份有限公司资产负债情况分析 376

图表：2014-2015年深圳市天威视讯股份有限公司营业利润情况分析 376

图表：2014-2015年深圳市天威视讯股份有限公司现金流量分析 377

图表：2014-2015年深圳市天威视讯股份有限公司成长能力指标 377

图表：2014-2015年深圳市天威视讯股份有限公司盈利能力指标 378

图表：2014-2015年深圳市天威视讯股份有限公司运营能力指标 378

图表：2014-2015年深圳市天威视讯股份有限公司偿债能力指标 378

图表：2015年清华同方股份有限公司经营情况分析 383

图表：2014-2015年清华同方股份有限公司资产负债情况分析 383

图表：2014-2015年清华同方股份有限公司营业利润情况分析 384

图表：2014-2015年清华同方股份有限公司现金流量分析 384

图表：2015年陕西广电网络传媒股份有限公司主营业务分析 388

图表：2014-2015年陕西广电网络传媒股份有限公司资产负债情况分析 389

图表：2014-2015年陕西广电网络传媒股份有限公司营业利润情况分析 389

图表：2014-2015年陕西广电网络传媒股份有限公司现金流量分析 390

图表：2015年湖南电广传媒股份有限公司主营业务分析 397

图表：2014-2015年湖南电广传媒股份有限公司营业利润情况分析 397

图表：2014-2015年湖南电广传媒股份有限公司资产负债情况分析 398

图表：2014-2015年湖南电广传媒股份有限公司现金流量分析 398

图表：2014年深圳市同洲电子股份有限公司主营业务分析 403

图表：2014-2015年深圳市同洲电子股份有限公司资产负债情况分析 403

图表：2014-2015年深圳市同洲电子股份有限公司营业利润情况分析 404

图表：2014-2015年深圳市同洲电子股份有限公司现金流量分析 404

图表：2015年华数数字电视传媒集团主营业务分析 410

图表：2014-2015年华数数字电视传媒集团资产负债情况分析 411

图表：2014-2015年华数数字电视传媒集团营业利润情况分析 411

图表：2014-2015年华数数字电视传媒集团现金流量分析 412

图表：2014-2015年华数数字电视传媒集团成长能力指标 412

图表：2014-2015年华数数字电视传媒集团盈利能力指标 413

图表：2014-2015年华数数字电视传媒集团运营能力指标 413

图表：2014-2015年华数数字电视传媒集团偿债能力指标 413

图表：2015-2022年数字电视行业市场规模预测 421

图表：2015-2022年数字电视行业产值预测 424

图表：2015-2022年数字电视行业资产规模预测 426

图表：2015-2022年数字电视行业销售收入预测 426

图表：2015-2022年数字电视行业用户规模预测 427

图表：制定数字电视公司战略规划的步骤 474

图表：用户对有限数字电视的认知度分析 508

图表：某公司有线业务列表 509

略……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0304/201509/16-188856.html>