

# 2009-2010年中国数字机顶 盒市场发展状况及竞争格局走势分析报告

## 报告目录及图表目录

## 一、报告报价

《2009-2010年中国数字机顶盒市场发展状况及竞争格局走势分析报告》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/R0304/200911/23-33439.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](mailto: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

### 序言

中国数字机顶盒市场正处在一个前所未有的利好发展时代。目前，中国拥有4亿台以上的模拟电视机，并且国家正在通过多种通道从模拟向数字过渡，虽然一体机等产品作为机顶盒的替代品存在于这个市场，但由于中国数字电视产业政策及产业特点，中国数字化工作将依然主要依靠数字机顶盒这种方式来解决。

中国数字电视机顶盒市场特点：

#### 1) 中国数字电视机顶盒市场产品线千差万别

在中国数字电视市场，由于地方区域网络的不同，各网络运营商在选用设备时都是根据自身的情况，选择不同的设备，造成市场上分散的CA系统，不同的SMS、数据广播系统、浏览器、中间件等搭建的千差万别，也造成了机顶盒在设计的时候需要根据不同的网络运营商实际情况量身定制，造成中国有线数字电视机顶盒产品线过于复杂。

#### 2) 中国数字机顶盒市场利润下滑、成本加大

在中国数字机顶盒市场，由于各地区网络运营商技术设备的千差万别，以及不同的网络运营商对于机顶盒界面、功能、遥控器等不同的需求，机顶盒厂商必须针对不同的网络运营商进行适当调整，开发符合运营商不同需求的机顶盒产品，导致了中国数字机顶盒市场厂商成本不断加大，而又由于国内目前已经有近百家企业投入到机顶盒市场，造成竞争比较激烈，产品利润不断下滑。

#### 3) 中国数字电视机顶盒市场以基本型机顶盒为主

中国数字电视发展过程中，有线数字电视作为推进主体，在有线网络运营商整体转换中主要采用免费赠送终端接收设备的方式来加快数字化程度，并且出于成本考虑，大多运营商选择低端基本型机顶盒，地面、卫星以及IP数字机顶盒也由于产业尚未成熟，基本型机顶盒仍然作为市场主推产品。

报告摘要：

#### 1、中国有线数字电视机顶盒市场现状

由于中国把有线数字电视作为整个产业的发展重点，有线数字机顶盒市场增长速度较快，2005年，中国有线数字电视机顶盒市场规模为345万台，2006年，中国有线数字机顶盒市场规模为1300万台，2007年，中国有线数字机顶盒市场规模为2800万台，2008年，中国有线数字机顶盒市场规模为4900万台，2009年1-6月份，中国有线数字电视机顶盒市场规模为5739万台

。

## 2、中国有线数字电视机顶盒市场发展——基本型

中国数字电视市场中基本型机顶盒目前仍然占据市场主导作用。其一般提供加密数字电视接收、EPG电子节目指南功能，市场价格大概在200-600元/台，运营商销售过程中还存在较大的价格差异，定价比较混乱；

2009年6月底，中国有线电视数字化工作中使用的基本型数字机顶盒市场中创维由于前期注意到整体市场发展的重要性，全国大规模发货，一跃成为行业内市场占有率最高的品牌，占据中国有线数字机顶盒整体市场15%的市场份额，其次为同洲，占据中国有线数字机顶盒整体市场11%的市场份额，排在第三位的为九洲，占据中国有线数字机顶盒整体市场10%的市场份额，排在第四位的是天柏，占据中国有线数字机顶盒整体市场7%的市场份额，排在第五位的江苏银河，占据中国有线数字机顶盒整体市场5%的份额，其他品牌市场占有率较低，品牌使用比较分散，共占据中国有线数字机顶盒市场52%的市场份额。

## 3、中国有线数字电视机顶盒市场发展——双向型

随着用户需求的提高和各地有线网络运营商陆续进行双向网络改造，双向机顶盒渐渐将成为标配。双向机顶盒提供电子政务、交通信息、休闲娱乐、新闻、电视杂志、证券、游戏等数据广播业务以及NVOD准视频点播等功能，市场价格大概在400元-800元/台，比往年价格有所下降；

2009年6月底，中国有线电视数字化工作中使用的双向型数字机顶盒市场中同洲机顶盒以其16%的市场份额成为行业内市场占有率最高的品牌，其次为天柏，占据中国有线数字机顶盒整体市场9%的市场份额，创维和九洲共同排在第三位，各占据中国有线数字机顶盒整体市场8%的市场份额，排在第四位的是江苏银河，占据中国有线数字机顶盒整体市场7%的市场份额，其他品牌市场占有率较低，品牌使用比较分散，占据中国有线数字机顶盒市场52%的市场份额。

## 4、中国有线数字电视机顶盒市场发展——高清型

2009年，国内高清节目内容还比较匮乏，只有5个频道，加之价格过高，很难形成快速发展的模式，虽然奥运赛事的高清转播是免费的，高清节目的终端销售借奥运的东风得到了快速增长，但奥运过后，能够吸引用户的丰富的高清节目内容还是制约高清电视产业发展的一个重要因素，但2009年国家广电总局力推高清数字电视发展，相信市场也有一定的增长空间，高清机顶盒价格大概在1000元-1500元/台，比往年价格也有所下降。

2009年6月底，中国有线电视数字化工作中使用的高清型数字机顶盒市场中同洲以20%的市场占有率依然占据中国有线数字机顶盒整体市场的第一位，其次为天柏，占据中国有线数字机顶盒整体市场15%的市场份额，排在第三位的为创维，占据中国有线数字机顶盒整体市

场9%的市场份额，九洲、松下和新大陆共同排在第四位，各占据中国有线数字机顶盒整体市场6%的市场份额，其他品牌市场占有率较低，品牌使用比较分散，占据中国有线数字机顶盒市场35%的市场份额。

## 5、中国有线数字电视机顶盒市场发展趋势

由于中国把有线数字电视作为整个产业的发展重点，有线数字机顶盒市场增长速度较快，2009年，中国有线数字机顶盒市场规模为7400万台，2010年，中国有线数字机顶盒市场规模为1.04亿台，2011年，中国有线数字机顶盒市场增量规模为1.4亿台，2012年，中国有线数字机顶盒市场规模为1.83亿台，2013年，中国有线数字机顶盒市场规模为2.35亿台。

## 报告目录

### 序言 2

#### 名词释义 8

- 1、机顶盒定义 8
- 2、机顶盒功能 8
- 3、机顶盒分类 11
- 4、机顶盒工作原理 13

### 第一章 全球数字电视机顶盒市场发展状况及趋势 19

#### 第一节 全球数字电视机顶盒市场发展状况 19

- 1、全球数字电视机顶盒市场发展状况 19
- 2、全球数字电视机顶盒市场构成探讨 21
- 3、全球各类数字机顶盒市场发展研究 22

#### 第二节 全球数字电视机顶盒市场发展特征 26

- 1、全球有线数字机顶盒与卫星数字机顶盒竞争 26
- 2、全球地面数字机顶盒需求潜力研究 26
- 3、全球IP数字机顶盒市场增量趋势测量 27

#### 第三节 全球数字电视机顶盒市场发展趋势 28

- 1、全球数字电视机顶盒市场发展趋势 28
- 2、全球数字电视机顶盒市场构成演变 29
- 3、全球各类数字机顶盒市场发展解读 30

## 第二章 中国数字电视机顶盒市场宏观环境 35

### 第一节 中国数字电视机顶盒市场宏观环境 35

- 1、中国数字电视机顶盒产业政策环境 35
- 2、中国数字电视机顶盒技术标准环境 36
- 3、中国数字电视机顶盒市场经营环境 37
- 4、中国数字电视机顶盒细分用户环境 38

### 第二节 中国数字电视机顶盒产品分类构成 39

- 1、中国数字电视机顶盒——按终端划分 39
- 2、中国数字电视机顶盒——按清晰度划分 41
- 3、中国数字电视机顶盒——按功能类型划分 41
- 4、中国各类数字电视机顶盒市场占有率分析 42

### 第三节 中国数字电视机顶盒市场特征研究 43

- 1、中国数字机顶盒市场采购特征 43
- 2、中国数字机顶盒市场生命周期 44
- 3、中国数字机顶盒市场季节变化 46
- 4、中国数字机顶盒市场利润变化 47

### 第四节 中国数字机顶盒市场影响因素研究 48

- 1、中国数字机顶盒市场发展驱动因素 48
- 2、中国数字机顶盒市场发展制约因素 50

## 第三章 中国数字电视机顶盒市场发展现状 52

### 第一节 中国数字电视机顶盒产业链构成 52

- 1、中国数字电视机顶盒产业链构成 52
- 2、中国数字电视机顶盒产业链特征 53
- 3、中国数字电视机顶盒产业链内部关系 53

### 第二节 中国数字电视机顶盒市场规模构成 54

- 1、中国数字电视机顶盒市场规模发展 54
- 2、中国数字电视机顶盒市场结构特征 56
- 3、中国各类数字电视机顶盒市场规模 57

### 第三节 中国数字电视机顶盒市场发展特点 61

- 1、中国数字电视机顶盒市场生产能力 61
- 2、中国数字电视机顶盒市场产品构成 62

### 3、中国数字电视机顶盒产品流向分析 62

## 第四章 中国数字机顶盒市场竞争研究 63

### 第一节 中国数字电视机顶盒市场竞争研究 63

#### 1、中国数字电视机顶盒市场竞争主体 63

#### 2、中国数字机顶盒整体市场竞争格局 64

#### 3、中国数字机顶盒市场竞争格局走势 66

### 第二节 中国数字电视机顶盒市场竞争策略 67

#### 1、中国数字电视机顶盒销售模式 67

#### 2、中国数字电视机顶盒销售渠道 68

#### 3、中国数字机顶盒渠道发展趋势 69

### 第三节、中国有线数字机顶盒市场竞争研究 70

#### 1、中国有线数字机顶盒整体市场竞争研究 70

#### 2、中国有线数字机顶盒区域市场竞争格局 73

### 第四节 中国有线数字机顶盒市场重点厂商研究 88

#### 1、同洲 88

#### 2、创维 91

#### 3、九洲 93

#### 4、天柏 95

#### 5、长虹 97

#### 6、银河 98

#### 7、大显 99

#### 8、全景 102

#### 9、海信 103

#### 10、九联 106

## 第五章 中国数字电视机顶盒产业链竞争环节状况 107

### 第一节 中国数字电视机顶盒芯片市场竞争状况 107

#### 1、中国数字电视机顶盒芯片市场竞争主体 107

#### 2、中国数字电视机顶盒芯片厂商和制造厂商之间的合作 108

#### 3、中国数字电视机顶盒芯片核心技术发展趋势 109

#### 4、中国数字电视机顶盒主流芯片厂商研究 110

## 5、中国数字电视机顶盒芯片市场竞争发展趋势 115

### 第二节 中国数字电视机顶盒设计市场竞争状况 116

- 1、中国数字电视机顶盒设计市场竞争主体 116
- 2、中国数字电视机顶盒芯片厂商与设计厂商之间的合作 117
- 3、中国数字电视机顶盒设计厂商和制造厂商之间的合作 120
- 4、中国数字电视主流设计厂商研究 122
- 5、中国数字电视机顶盒设计市场竞争发展趋势 123

### 第三节 中国数字电视机顶盒CA市场竞争状况 124

- 1、中国数字电视条件接收系统（CA）竞争主体 124
- 3、中国网络运营商对数字电视条件接收系统（CA）的选用 126
- 4、中国数字电视条件接收系统（CA）竞争厂商市场份额 128
- 5、中国数字电视条件接收系统（CA）竞争厂商策略 139
- 6、中国数字电视条件接收系统（CA）竞争格局趋势分析 143

## 第六章 中国数字机顶盒应用软件市场竞争状况研究 144

### 第一节 中国数字电视EPG市场发展现状 144

- 1、中国数字电视EPG市场竞争主体 144
- 2、中国数字电视EPG厂商市场份额 145
- 3、中国数字电视EPG市场竞争企业 145

### 第二节 中国数字电视数据广播市场发展现状 150

- 1、中国数字电视数据广播市场竞争主体 150
- 2、中国数字电视数据广播厂商市场份额 150
- 3、中国数字电视数据广播市场竞争企业 151

### 第三节 中国数字电视VOD市场发展现状 157

- 1、中国数字电视VOD市场竞争主体 157
- 2、中国数字电视VOD厂商市场份额 157
- 3、中国数字电视VOD市场竞争企业 159

### 第四节 中国数字电视中间件市场发展现状 160

- 1、中国数字电视中间件市场竞争主体 160
- 2、中国数字电视中间件厂商市场份额 160
- 3、中国数字电视中间件市场竞争企业 162



## 第七章 中国数字电视机顶盒市场趋势分析 171

### 第一节 中国数字电视产业发展趋势 171

- 1、中国数字电视市场发展影响因素、影响力指数、作用力方向、可能性指数 171
- 2、中国数字电视发展相关政策走势 175
- 3、中国数字电视产业发展趋势解读 178

### 第二节 中国数字电视机顶盒产品发展趋势 180

- 1、机顶盒入户影响因素、影响力指数、作用力方向、可能性指数 180
- 2、中国数字电视机顶盒产品竞争品、替代品 181
- 3、中国数字电视机顶盒技术经济发展趋势 182
- 4、有线数字电视机顶盒与运营商发展探讨 185

### 第三节 中国数字电视机顶盒市场规模预测 187

- 1、中国数字电视机顶盒市场规模趋势 187
- 2、中国数字电视机顶盒市场结构演变 188
- 3、中国各类数字电视机顶盒市场解读 189

## 第八章 中国数字电视机顶盒市场投资机会 194

### 第一节 中国数字电视机顶盒投资特性 194

- 1、中国数字电视机顶盒产品投资特性 194
- 2、中国数字电视机顶盒替代品产品投资特性 195
- 3、中国数字电视产业链投资特性 196

### 第二节 中国数字电视产业投资环境 197

- 1、中国数字电视发展优势 197
- 2、中国数字电视发展劣势 198
- 3、中国数字电视发展机会 200
- 4、中国数字电视发展存在的竞争 201

### 第三节 中国数字电视投资风险及规避措施 202

- 1、中国数字电视投资风险评估 202
- 2、中国数字电视投资风险规避 204

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0304/200911/23-33439.html>