

2016-2022年中国地面数字 电视市场深度调查与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国地面数字电视市场深度调查与投资战略咨询报告》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.abaogao.com/b/shuma/2241281N4N.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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

地面数字电视标准于2006年8月16日颁布，2007年8月1日正式实施，再到2008年年初央视地面免费高清节目的开播，地面数字电视市场已全面启动。

2007年广电总局先后申请并开始编制17个配套标准来配合地面数字电视的普及和推广。截至12月底，共完成了6项任务。

2008年初，央视高清开播为全面推进地面数字电视广播拉开了序幕，奥运之前，北京、上海、天津、沈阳、秦皇岛、青岛等6个奥运城市加上广州和深圳，开通了地面数字电视业务。

在CCBN2008展会（2008中国国际广播电视信息网络展览会）上，清华凌讯和上海高清高调推出了国内首款地面数字电视融合芯片。业内人士表示，地面数字电视融合芯片为我国高清晰度数字电视及地面数字电视产业带来了划时代的发展机遇。不仅如此，其更重要的意义在于带动了移动高清产业的发展，预示着以移动为特点的后数字电视市场正在悄然兴起。

2008年北京奥运会在很大程度上促进了地面数字电视行业的发展，由此也被定为中国地面数字电视的元年。

2009年内，有200多个城市开通地面数字电视信号，均不收费。

2014年底我国有线电视用户2.31亿户，有线数字电视用户1.87亿户。年末广播节目综合人口覆盖率为98.0%，电视节目综合人口覆盖率为98.6%。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国地面数字电视市场深度调查与投资战略咨询报告》共八章。首先介绍了地面数字电视行业发展环境以及全球地面数字电视产业发展现状，接着分析了中国地面数字电视行业规模及消费需求，然后对中国地面数字电视行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国地面数字电视行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国地面数字电视行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章地面数字电视行业基础概述 1

第一节地面数字电视概述 1

一、地面数字电视大事记 1

二、地面数字电视的优点	1
第二节地面数字电视接受需要的设备	2
一、机顶盒	2
二、标清机顶盒	2
第三节数字电视地面传输国标	3
一、三套标准各自为战	3
二、真正转换尚需过渡	3
第四节地面数字电视在中国数字电视产业中的位置	4
第五节中国地面数字电视的公益性定位	4
第六节数字电视的概念阐释	6
一、数字电视的定义	6
二、数字电视基本特点	6
三、数字电视的用途	8
四、数字电视的产生发展	9
第七节数字电视市场发展综述	11
一、数字电视市场发展的客观规律	11
二、数字电视市场发展的驱动因素分析	12
三、国内数字电视市场发展迅速	15
四、数字电视一体机发力抢占市场	15
第八节中国数字电视用户收视特征调研分析	16
一、数字电视用户与非数字电视用户收视比较	16
二、数字电视频道在数字电视用户中的收视表现	20
三、数字电视用户使用数字电视的主要功能	23
四、全国数字电视用户满意度	23
第九节中国电视收视状况调查分析	24
一、电视主要接受方式	24
二、各类电视频道覆盖情况	26

纵观近五年来观众规模和收视时长的变化，从2010年开始，随着新媒体时代的到来，各式新媒体传播平台以及收看设备的普及，人均收视时长逐年下降，在2014年降至161分钟，达到了五年来的谷底。2012年由于伦敦奥运会等重大事件的带动，收视时长有所反弹，上升至169分钟。2013年，人均收视时长再次下降，回落至2011年的水平线以下。

细分不同年龄段观众的收视时长，新媒体依然在15-34岁观众群中渗透着自己的影响力，青年

观众的收视量呈现逐年下降的趋势。与此同时，35-64岁观众人均收看分钟数相比2013年也略有下降。电视的忠实观众依然是65岁及以上的老年群体。另外，15-34岁观众年轻电视观众的流失原因主要也是由于该年龄段观众规模的缩小。2014年15-24岁和25-34岁观众的平均到达率分别下降至43%和53%，但年龄在15-34岁的每个实际电视观众的收看时长则分别上升到209分钟和215分钟，且呈不断增长的趋势，因此留下来的年轻忠实观众对电视平台的依赖和关注仍在缓慢提升。

三、电视节目内容受用户青睐情况 30

四、用户对各类媒体接触程度 31

五、有线数字电视与IPTV用户满意度情况 32

六、电视购物等新兴渠道消费调查情况 33

七、农村居民电视媒体获取信息情况 36

第十节2013-2015年中国有线数字电视用户数量分析 38

一、2012年中国有线数字电视用户数量 38

截止到2012年年底，我国有线高清数字电视用户达到1668.3万户，占全国有线数字电视用户的12.11%。

二、2012年中国有线高清数字电视用户数量 38

三、2013年中国有线数字电视用户数量 39

根据广电总局和国家统计局披露数据，截止2013年底，我国有线电视用户22400万，有线数字电视用户16900万，数字化率达到75.45%；同比2012年底分别新增1000万有线用户和2600万数字电视用户，增长率分别为4.67%和18.18%。数据还显示：有线用户数过去六年每年新增用户都在1000万及以上水平；数字用户近四年新增用户都在2500万水平。根据国家广电总局2001年制定的《广播影视科技“十五”计划和2010年远景规划》，2015年我国将关闭模拟电视信号，并完成全国有线电视整体转换。在这一数字化窗口预期驱动，以及有线网络“一省一网”整合推动下，数字电视用户依然处在快速增长阶段。

在“一省一网”整合过程中，除了市级有线网络乃至县级有线网络进行整合之外，一些原来由大型集团单位机构拥有的驻地有线网络也逐步被整合到省网平台之中。后者的整合成为重要的新增用户源。同时，部分有线网络公司大力发展农网市场，将数字电视服务向用户地区推进，这也成为数字用户新增来源之一。

在数字电视用户不断发展的同时，三网融合也逐步进入全面推广阶段，再加上2013年8月“宽带中国”战略的发布，有线电视网络的双向化改造也取得不断发展。中国广

播电视设备工业协会通过调查发现：截至2013年底，我国有线网络双向覆盖用户达到9350万户，双向网络覆盖率（与有线用户数整体相比）仅仅达到41.74%。同时开通双向业务的用户大约为2900万（同比增加1400多万）；但双向用户在覆盖用户的渗透率仅为31.0%，在所有数字用户及有线用户整体的渗透率分别为17.2%和12.95%。

四、2014年中国有线数字电视用户数量 41

第十一节2013-2015年中国有线数字电视的发展现状 42

一、2013年中国有线数字电视智能卡应用状况 42

二、2013年有线数字电视运营商成立广告联盟 48

三、2013年中国有线数字电视服务加快推进 49

四、2014年中国有线数字电视智能卡应用状况 50

五、2015年1季度中国有线数字电视智能卡应用状况 53

由于中国广电行业把有线数字电视作为整个产业的发展重点，所以有线数字电视智能卡的增长速度较快，此外还有部分数字电视用户会增加第二终端、第三终端，即会带来第二、第三张智能卡的购买，从而带来更大的市场增长空间。另外，随着双向网改工作的不断深入，未来CAS发展将适应双向网络运营环境，广电运营商对双向网的安全性性能将更加重视。

截止至2015年一季度，中国有线网络运营商在以省为单位的区域网络整合的基础上，部分地区开始统一使用CA、机顶盒等终端设备，已经统一使用CA系统的省市占总体的96.19%，尚未统一使用CA系统的省市占总体的3.81%，其中典型的省份有：河北省、内蒙古自治区、吉林省、湖南电广旗下部分网络公司、广西壮族自治区、陕西省、宁夏回族自治区等。

截止至2015年一季度，中国大部分有线网络运营商都已选用了不同品牌的CA系统，且绝大部分已经招标完毕。其中已经招标完毕，短时间内没有招标计划的运营商占总体市场的99.52%，尚未搭建CA系统平台的运营商相对较少，占总体的0.48%，这些运营商基本特征是用户规模较小，而类似这些规模较小的城市，目前很多都在选择和省网进行整合。

截止至2015年一季度，中国有线数字电视行业运营商正在发卡的CA系统智能卡竞争厂商主要有13家，其中最主要的厂商有：永新视博、云视科技（天柏）、数码视讯、Irdeto、NDS、Conax等。

第二章2015年中国地面数字电视行业市场发展环境分析（PEST分析法） 60

第一节2015年中国经济环境分析 60

一、国民经济运行情况GDP（季度更新） 60

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新） 62

三、全国居民收入情况（季度更新） 67

四、恩格尔系数（年度更新）	69
五、工业发展形势（季度更新）	70
六、固定资产投资情况（季度更新）	79
七、财政收支状况	86
八、中国汇率调整	87
九、货币供应量	95
十、中国外汇储备	98
十一、存贷款基准利率调整情况	99
十二、存款准备金率调整情况	100
十三、社会消费品零售总额	101
十四、对外&进出口	104
十五、城镇人员从业状况	107
第二节2014年中国地面数字电视行业政策环境分析	108
一、国家政策	108
二、广电总局	109
三、地面数字电视标准亟待推广应用	111
第三节2014年中国地面数字电视行业社会环境分析	112
一、人口环境分析	112
二、教育环境分析	114
三、文化环境分析	116
四、生态环境分析	118
五、中国城镇化率	120
六、居民的各种消费观念和习惯	120
第四节2014年中国地面数字电视行业技术环境分析	122
第三章2014年中国地面数字电视行业运行形势综述	124
第一节2014年中国地面数字电视发展背景	124
一、农村广播电视覆盖状况	124
二、地面电视发展历史	129
三、地面数字电视DMB-TH发展设想	130
第二节2014年中国地面数字电视技术与标准	133
一、信道	133

二、信源及音频编解码	134
第三节中国地面数字电视频谱规划及进展	135
一、广播频段频谱规划	135
二、地面数字电视频谱规划进展	136
第四章2014年中国地面数字电视行业市场运行动态分析	142
第一节2014年世界主要国家地面数字电视行业分析	142
一、南非将采用欧洲地面数字电视标准	142
二、德国地面数字电视开展HBBTV服务	142
三、日本地面数字电视普及率	143
四、柬埔寨采用中国地面数字电视传输标准DTMB	143
第二节2014年中国地面数字电视行业市场走势分析	144
一、松下助推中国地面数字电视产业发展	144
二、地面数字电视产品检测发布会文字实录	145
三、地面数字电视日渐成熟	146
四、合江县积极推进地面无线数字电视覆盖工程	150
五、攀枝花年底前开通地面数字电视	151
第三节2014年中国地面数字电视行业发展存在问题分析	151
第五章2014年中国地面固定电视运营发展态势剖析	153
第一节2014年中国地面固定电视运营模式	153
第二节2014年中国地面固定电视公益运营分析	155
一、北京市	155
二、广东省深圳市	156
第三节2014年中国地面固定电视商业运营	158
一、上海市	158
二、河南省许昌市	160
三、河南省新乡市	160
四、河南省信阳市1	161
五、河南省开封市	161
六、河南省商丘市	162
七、河南省安阳市	163

八、新疆自治区奇台县	165
九、新疆自治区伊宁市	167
十、江西省南康市	169
十一、湖北省荆门市	174
十二、湖北省丹江口市	178
十三、黑龙江省拜泉县和肇东市	179
十四、湖南省浏阳市	179
十五、安徽省凤阳县	180
十六、广东省增城市	192
十七、湖南省株洲市	194
十八、云南省昆明市	207
十九、浙江省杭州市	210
二十、山西省太原市	210

第六章2014年中国地面移动车载电视发展动态研究 219

第一节车载电视的商业模式	219
第二节车载电视的受众特征	221
第三节国标车载电视运营现状	222
一、国标车载电视播出现状	222
二、国标车载电视设备应用现状	222
三、国标车载电视投资运营现状	223
第四节各地车载电视进展状况	223
一、北京	223
二、上海	224
三、天津	224
四、重庆	225
五、深圳	225
六、大连	226
七、郑州	226
八、济南	227
九、青岛	227
十、武汉	227

十一、太原	228
十二、南宁	228
十三、广州	229
十四、南昌	229
十五、吉林	230
十六、昆明	230
十七、贵阳	231
十八、西安	232
十九、兰州	232
二十、石家庄	233
二十一、秦皇岛	233
二十二、合肥	234
二十三、长沙	245
二十四、呼和浩特	245
二十五、厦门	246
二十六、成都	248
第七章2014年地面数字电视产业链厂商分析	215 250
第一节信道解调芯片厂商	250
一、上海高清	250
二、凌讯科技	252
三、泰鼎	255
四、杭州国芯	257
五、中天联科	260
第二节数字电视一体机市场	263
第三节数字电视机顶盒	264
一、兆驰	264
二、迈高	272
三、创维	273
四、九洲	278
五、E-TEK	288
六、金网通	290

七、同洲电子 294

八、银河 303

第四节投资厂商 310

第八章智研数据研究中心关于中国地面数字电视发展趋势分析 312

第一节2016-2022年中国地面数字电视固定接收 312

一、市场发展的主要影响因素 312

二、地面机顶盒市场发展预测 313

三、地面一体机发展前景 314

四、市场投资机会和风险分析 318

第二节2016-2022年中国地面数字电视移动接收 320

一、公交车载电视发展前景 320

二、私家车载电视发展前景 320

三、列车车载电视发展前景 323

QCQ-219四、地铁车载电视发展前景 323

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shuma/2241281N4N.html>