

2011-2015年中国有线数字 电视增值业务行业市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国有线数字电视增值业务行业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/tongxunshuju1101/1571984ESC.html>

【报告价格】纸介版**6500**元 电子版**6800**元 纸介+电子**7000**元

【出版日期】2011-01-24

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

【报告说明】

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国有线数字电视增值业务行业市场分析与投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了有线数字电视增值业务行业相关概述、中国有线数字电视增值业务产业运行环境等，接着分析了中国有线数字电视增值业务行业的现状，然后介绍了中国有线数字电视增值业务行业竞争格局。随后，报告对中国有线数字电视增值业务行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国有线数字电视增值业务产业发展前景与投资预测。您若想对有线数字电视增值业务产业有个系统的了解或者想投资有线数字电视增值业务行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

【报告目录】

第一章 有线数字电视增值业务相关概述 9

第一节 有线数字电视介绍 9

第二节 有线电视结构分析 9

一、首端宽频放大器 9

二、干线宽频放大器 9

三、支线宽频放大器 9

四、分配放大器 9

第三节 有线数字电视增值业务相关介绍 10

一、有线数字电视增值业务的特点 10

二、有线数字电视增值业务提供的服务 10

三、有线数字电视增值业务的应用领域 13

第二章 2009-2010年全球有线数字电视增值业务发展概况分析 14

第一节 2009-2010年全球有线数字电视增值业务发展概况 14

一、全球有线数字电视增值业务发展特点分析 14

二、全球有线数字电视增值业务营销模式分析 14

三、2011-2015年全球有线数字电视增值业务发展趋势分析 14

第二节 2009-2010年全球有线数字电视增值业务架构分析 15

一、基于单向网络增值业务的构成 15

二、基于双向网络增值业务的构成 15

三、基于双向网络跨行业增值业务的构成 15

第三节 2009-2010年全球有线数字电视增值业务开展探讨 15

一、亚太地区增值业务开展剖析 15

二、欧洲地区增值业务开展剖析 15

三、美国地区增值业务开展剖析 16

第三章 2009-2010年中国有线数字电视增值业务发展环境分析 17

第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析 17

一、国民生产总值（GDP） 17

二、工业生产与效益情况 18

三、固定资产投资情况 18

四、财政与金融 19

五、对外贸易发展情况 20

六、消费物价指数情况 21

第二节 2009-2010年中国有线数字电视增长业务发展政治环境分析 22

一、有线数字电视增值业务收费标准 22

二、“十一五”规划为数字电视发展制定框架 22

三、行业投融资政策对数字电视发展的影响 23

四、数字电视行业相关政策引导数字电视稳步发展 26

第三节 2009-2010年中国有线数字电视增长业务发展社会环境分析 30

第四章 2009-2010年中国有线数字电视增值业务运行态势分析 31

第一节 2009-2010年中国有线数字电视增值业务发展综述 31

一、VOD开启有线数字电视增值业务的大门 31

二、有线数字电视增值业务难成金矿 35

第二节 2009-2010年中国有线数字电视增值业务发展存在问题 36

第三节 2009-2010年中国有线数字电视增值业务解决策略 39

一、发展增值业务需要解决资金问题 39

二、加大增值业务开发和推广力度 39

三、加快关于增值业务的监管和激励政策的落地 40

四、建立全国性的终端统一平台 40

第五章 2009-2010年中国有线数字电视增值业务运营主体综述 41

第一节 2009-2010年中国有线数字电视增值业务运营分析 41

一、商业定位 41

二、商业模式 41

三、销售渠道 41

四、商业指标 42

第二节 2009-2010年中国有线数字电视增值业务营销模式探讨 42

一、中国有线数字电视增值业务营销模式 42

二、中国有线数字电视增值业务构成 42

三、中国有线数字电视增值业务推广方式 42

四、中国有线数字电视增值业务价格制定 44

五、中国有线数字电视增值业务赢利模式 44

第六章 2009-2010年中国有线数字电视增值业务构成及平台搭建 45

第一节 2009-2010年中国基于单向网络增值业务的基本构成分析 45

一、政务信息 45

二、生活服务（单向数据广播） 45

三、付费频道 45

第二节 2009-2010年中国基于双向网络增值业务的基本构成分析 46

一、多媒体数据广播类业务 46

二、视频点播类业务（VOD） 46

三、远程教育 46

四、电视购物 47

五、股票交易 47

六、电视缴费 47

七、游戏类业务 48

八、数据业务 48

第三节 2009-2010年中国有线数字电视增值业务搭建平台情况分析 49

第七章 2009-2010年中国有线数字电视增值业务用户市场分析 50

第一节 2009-2010年中国电视用户构成分析 50

一、电视用户构成	50
二、数字电视用户构成	50
三、区域电视用户构成	50
四、区域增值业务用户构成	53
第二节 增值业务与用户需求紧密相关	53
第三节 2009-2010年中国有线数字电视增值业务用户需求结构分析	54
一、用户对电视增值业务的需求	54
二、用户对增值电视业务的认知	54
三、用户对现阶段电视增值的评价	63
第四节 2009-2010年中国数字电视平台上的家庭信息消费分析	63
一、用户信息需求	63
二、家庭信息消费	63
第五节 2009-2010年中国数字电视增值业务应满足用户个性化需求	65
一、游戏功能：电视游戏机	65
二、资讯服务：打造家庭的“贤内助”	66
三、视频点播：看自己想看的	66
四、远程教育：突出电视的教育功能	67
五、在线购物：让商品自己送上门	67
六、账户查询：把银行搬到家里	68
第八章 2009-2010年中国有线数字电视增值业务支撑系统相关软件分析	70
第一节 有条件接收CA（Conditional Access）系统	70
一、加解扰（Scrambling–Descrambling）	70
二、加解密（Encryption–Decryption）	70
三、系统原理分析	70
第二节 数字数据广播DDB（Digital Data Broadcasting）系统	73
一、系统组成及功能	73
二、信号传输方式	75
三、频道设置	75
第三节 视频点播（Video on Demand, VOD）系统与技术	76
一、前端处理系统	76
二、控制管理系统	77

三、ATM数字定带交换系统 78

四、传输系统 78

五、用户设备 79

六、实现VOD的网络结构方案 79

第四节 有线数字电视SMS系统竞争企业分析 80

一、华为 80

二、永新同方 81

三、天柏 83

四、东银 84

五、迪威特 85

第五节 BOSS系统（Business Operation Support System） 86

第九章 2009-2010年中国部分有线电视运营商竞争力分析 89

第一节 北京歌华有线电视网络股份有限公司 600037 89

一、公司基本情况概述 89

二、企业财务分析 90

第二节 深圳市天威视讯股份有限公司002238 100

一、公司基本情况概述 100

二、企业财务分析 101

第三节 陕西广电网络传媒股份有限公司600831 111

一、公司基本情况概述 111

二、企业财务分析 113

第四节 其它企业 123

一、天津广播电视网络有限公司 123

二、华数数字电视有限公司 124

三、淄博广电天网视讯有限公司 125

四、青岛有线网络（集团）中心 126

五、南京广电网络有限责任公司 127

六、厦门广播电视网络有限公司 127

七、东方有线网络有限公司 127

八、广州市广播电视网络有限公司 129

九、成都市兴网传媒有限责任公司 130

第十章 2009-2010年中国有线电视行业发展态势浅析 131

第一节 2009-2010年中国有线电视发展概况分析 131

一、中国有线电视用户规模分析 131

二、中国有线电视收费标准分析 131

三、中国有线电视网的发展特点分析 133

第二节 2009-2010年中国有线数字电视发展现状分析 133

一、我国有线数字电视用户规模分析 133

二、我国有线电视数字整转概况分析 133

三、我国有线电视数字化面临的问题分析 134

四、我国有线数字电视运营模式分析 134

五、我国数字电视收费标准 134

六、我国数字电视发展规划 134

第三节 2009-2010年中国有线电视网双改造发展态势分析 135

一、有线网络双向化改造进度加快 135

二、实现双向网改的因素分析 136

三、对各地广电机构进行双向改造提出的几点建议 136

四、实现双向网改后的业务动向 137

第十一章 2011-2015年中国有线数字电视增值业务产业发展趋势预测分析 138

第一节 2011-2015年中国有线数字电视增值业务设备发展趋势分析 138

一、中国有线数字电视增值业务设备竞争趋势 138

二、中国有线数字电视增值业务开展与运营商发展探讨 138

第二节 2011-2015年中国有线数字电视增值业务电视发展预测分析 139

一、中国有线数字电视增值业务发展影响力估算 139

二、中国有线数字电视增值业务总体市场规模预测 139

三、中国有线数字电视增值业务用户市场规模预测 139

第三节 2011-2015年中国有线数字电视增值业务盈利预测分析 139

第十二章 2011-2015年中国有线数字电视增值业务投资机会与风险分析 140

第一节 2011-2015年中国有线数字电视增值业务投资环境分析 140

第二节 2011-2015年中国有线数字电视增值业务投资机会分析 140

一、有线数字电视增值业务投资吸引力分析	140
二、有线数字电视增值业务投资潜力分析	141
第三节2011-2015年中国有线数字电视增值业务投资风险分析	141
一、技术风险分析	141
二、政策风险分析	141
三、经营风险分析	142
第四节 权威专家建议	142

【图表目录】

图表 1 2005-2009年国民生产总值分析	17
图表 2 2005-2009年工业生产与效益分析	18
图表 3 2005-2009年固定资产投资分析	19
图表 4 2005-2009年财政收入及其增长速度分析	20
图表 5 2009年货物进出口总额及其增长速度	21
图表 6 2005-2009年居民消费价格涨跌幅度分析	22
图表 7 中国各省份有线数字电视用户分布数量	51
图表 8 消费者对信息化改进生活的7个方面重要性	63
图表 9 2004-2009年企业资产负债率情况	88
图表 10 2004-2009年企业流动比率情况	89
图表 11 2004-2009年企业速动比率情况	89
图表 12 2004-2009年企业长期资产适合率情况	90
图表 13 2004-2009年企业利息保障倍数情况	90
图表 14 2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司偿债能力分析	91
图表 15 2004-2009年企业总资产周转率情况	91
图表 16 2004-2009年企业净资产周转率情况	92
图表 17 2004-2009年企业存货周转率情况	92
图表 18 2004-2009年企业应收帐款周转率情况	93
图表 19 2004-2009年企业经营周期（天）情况	93
图表 20 2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司经营能力分析	94
图表 21 2004-2009年企业净资产收益率情况	94
图表 22 2004-2009年企业总资产收益率情况	95
图表 23 2004-2009年企业净利润率情况	95

图表 24 2004-2009年企业毛利率情况 96

图表 25 2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司盈利能力分析 96

图表 26 2004-2009年企业经营现金流与负债比情况 97

图表 27 2004-2009年企业净利润现金含金量情况 97

图表 28 2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司现金流量分析 98

图表 29 2004-2009年企业主营业务收入增长率情况 99

图表 30 2004-2009年企业净利润增长率情况 99

图表 31 2004-2009年企业总资产增长率情况 99

图表 32 2004-2009年企业净资产增长率情况 100

图表 33 2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司成长性分析 100

图表 34 2004-2009年企业资产负债率情况 102

图表 35 2004-2009年企业流动比率情况 102

图表 36 2004-2009年企业速动比率情况 103

图表 37 2004-2009年企业长期资产适合率情况 103

图表 38 2004-2009年企业利息保障倍数情况 104

图表 39 2010年深圳市天威视讯股份有限公司偿债能力分析 104

图表 40 2004-2009年企业总资产周转率情况 105

图表 41 2004-2009年企业净资产周转率情况 105

图表 42 2004-2009年企业存货周转率情况 106

图表 43 2004-2009年企业应收帐款周转率情况 106

图表 44 2004-2009年企业经营周期（天）情况 107

图表 45 2010年深圳市天威视讯股份有限公司经营能力分析 107

图表 46 2004-2009年企业净资产收益率情况 108

图表 47 2004-2009年企业总资产收益率情况 108

图表 48 2004-2009年企业净利润率情况 109

图表 49 2004-2009年企业毛利率情况 109

图表 50 2010年深圳市天威视讯股份有限公司盈利能力分析 110

图表 51 2004-2009年企业经营现金流与负债比情况 111

图表 52 2004-2009年企业净利润现金含金量情况 111

图表 53 2010年深圳市天威视讯股份有限公司现金流量分析 111

图表 54 2004-2009年企业主营业务收入增长率情况 112

图表 55 2004-2009年企业净利润增长率情况 112

图表 56 2004-2009年企业总资产增长率情况	113
图表 57 2004-2009年企业净资产增长率情况	113
图表 58 2010年深圳市天威视讯股份有限公司成长性分析	114
图表 59 2004-2009年企业资产负债率情况	116
图表 60 2004-2009年企业流动比率情况	117
图表 61 2004-2009年企业速动比率情况	117
图表 62 2004-2009年企业长期资产适合率情况	118
图表 63 2004-2009年企业利息保障倍数情况	118
图表 64 2010年陕西广电网络传媒股份有限公司偿债能力分析	119
图表 65 2004-2009年企业总资产周转率情况	119
图表 66 2004-2009年企业净资产周转率情况	120
图表 67 2004-2009年企业存货周转率情况	120
图表 68 2004-2009年企业应收帐款周转率情况	121
图表 69 2004-2009年企业经营周期（天）情况	121
图表 70 2010年陕西广电网络传媒股份有限公司经营能力分析	122
图表 71 2004-2009年企业净资产收益率情况	122
图表 72 2004-2009年企业总资产收益率情况	123
图表 73 2004-2009年企业净利润率情况	123
图表 74 2004-2009年企业毛利率情况	124
图表 75 2010年陕西广电网络传媒股份有限公司盈利能力分析	124
图表 76 2004-2009年企业经营现金流与负债比情况	125
图表 77 2004-2009年企业净利润现金含金量情况	125
图表 78 2010年陕西广电网络传媒股份有限公司现金流量分析	126
图表 79 2004-2009年企业主营业务收入增长率情况	126
图表 80 2004-2009年企业净利润增长率情况	127
图表 81 2004-2009年企业总资产增长率情况	127
图表 82 2004-2009年企业净资产增长率情况	128
图表 83 2010年陕西广电网络传媒股份有限公司成长性分析	128
图表 84 全国各省级行政区数字电视用户规模及有线数字化程度示意图	137

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国有线数字电视增值业务行业市场分析与投资前景研究报告》，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发

展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tongxunshuju1101/1571984ESC.html>