



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2010年中国有线数字电视 增值服务市场发展状况及投资分 析报告

## 一、调研说明

《2009-2010年中国有线数字电视增值服务市场发展状况及投资分析报告》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/140623.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

### 序言

2009年，中国各地区有线网络运营商在拥有一定规模的数字电视用户后，逐步考虑后期增值业务平台的搭建和拓展工作，一方面继续大规模开展有线电视模拟向数字转换工作，一方面开始着手双向网络改造工作及增值服务平台的搭建和拓展工作，这一阶段有线数字电视软件产品市场也将逐步启动。

#### 1) 有线电视数字化工作依旧作为有线网络运营商工作重点

从全国有线电视数字化工作开展较好的地区中，我们可以看到，有线电视数字化工作依旧是运营商工作重点，无论是完成整体转换的城市还是正在大规模开展的城市，有线数字电视用户规模市场在不断壮大，部分完成整体转换的城市开始在有组织的向周边区域发展，开展下一级用户市场。

#### 2) 在运营商的培养下，部分有线数字电视用户收视习惯开始改变

在"后转换时代"来临的地区，我们可以依稀看到，地区部分有线数字电视用户收视习惯在运营商大力培育的情况下，已经在悄悄发生变化，在运营商提供的不同数量和质量的服务中，用户正在慢慢接受有线电视收视模式的商业转变。

#### 3) 用户随着对增值业务的了解，开始关心增值业务给自身带来的效用和价值

有线数字电视用户通过对各类增值业务的了解，开始慢慢对某些业务产生了关注，对于那些和自身生活密切相关并能带来帮助的业务，以及休闲娱乐性较高的业务，开始慢慢尝试使用。

#### 4) 有线网络运营商开始进行双向互动网络建设

有线数字电视网络运营商在拥有了一定规模的用户后，开始利用数字化的手段来管理用户、管理频道，拥有了更大的带宽，能够支持更多的频道，这个时候在已经初步搭建好的数字电视平台上进一步发展双向交互业务，成为运营商最关注的焦点。

#### 5) 随着越来越多的增值业务平台搭建完成，有线数字电视软件市场将逐步启动

随着有线数字电视运营商开展越来越多的增值业务如：互联网、资讯服务、视频点播（VOD）、远程教育、电视购物、互动游戏、股票交易、电视缴费、数字广播等，有线数字电视软件产品如浏览器、中间件市场等数字电视软件市场也在逐步启动。

### 摘要说明

### 1:中国有线数字电视产业用户发展状况（2009年9月）

2008年，中国有线电视数字化工作在国家既定产业政策的指导下，各地区广电网络运营商通过借鉴各方先进经验，吸收各方有利资源，并加强自身服务意识，逐步推广和普及有线数字电视，并在结合各地不同的情况，探索适合本地发展的相关增值服务。

2009年，中国各地区有线网络运营商在拥有一定规模的数字电视用户后，逐步考虑后期增值业务平台的搭建和拓展工作，一方面继续大规模开展有线电视模拟向数字转换工作，一方面开始着手双向网络改造工作及增值服务平台的搭建和拓展工作，这一阶段有线数字电视软件市场和BOSS系统市场将逐步启动。

据监测报告显示，截止至2009年9月31日，中国有线数字电视用户达到5790万户，有线电视数字化程度达到35.52%（按照最新政府公布数据，全国所有地区有线电视用户1.63亿户为基数计算）。

### 2:中国有线网络运营商双向网络改造进展（2009年9月）

2009年9月，通过对全国200家有线网络运营商双向网络改造方面的调研发现，国内有线网络运营商已经开始进行双向网络改造的运营商数量为123家，尚未进行双向网络改造的运营商数量为59家，其中在尚未进行双向网络改造的地区中，有18家有线网络运营商已经开始筹划和准备在短期内进行。

中国有线网络运营商已经进行双向网络改造的占总体的61%，尚未进行双向网络改造的运营商占总体的30%，规划短时间内进行双向网络改造的地区占总体的9%。

### 3: 中国有线数字电视双向网络改造模式（2009年9月）

2009年9月，通过对全国200家有线网络运营商双向网络改造方面的调研发现，国内对双向网络改造有所规划或正在进行的公司达到123家，在123家有线网络运营商中选择CMTS+CM模式进行双向网络改造的有71家，选择EPON模式进行双向网络改造的有52家，选择CMTS+CM/EPON模式进行双向网络改造的有18家。

2009年，通过对全国开展双向网络改造的123家有线网络运营商调研发现，国内有线网络运营商选择CMTS+CM模式进行双向网络改造的占50%，选择EPON模式进行双向网络改造的占37%，选择CMTS+CM/EPON模式进行双向网络改造的占13%。

## 报告目录

### 序言 2

### 名词释义 9

### 1、有线数字电视定义 9

- 2、有线数字电视基本频道服务 9
- 3、有线数字电视拓展可选服务 9
- 4、有线数字电视增强交互式服务 10

## 第一章 中国有线数字电视产业发展状况研究 11

### 第一节 中国有线数字电视产业发展状况 11

- 1、中国有线数字电视产业发展概况 11
- 2、中国有线数字电视产业发展特点 13
- 3、中国有线数字电视产业发展趋势 14

### 第二节 中国有线数字电视产业市场规模测量 16

- 1、中国有线数字电视产业总体市场规模 16
- 2、中国有线数字电视产业运营市场规模 16
- 3、中国有线数字电视终端设备市场规模 18
- 4、中国有线数字电视产业用户市场规模 19

### 第三节 中国有线数字电视产业发展影响因素分析 21

- 1、中国有线数字电视发展驱动因素 21
- 2、中国有线数字电视发展制约 / 阻碍因素 22

## 第二章 中国有线数字电视产业运营发展研究 24

### 第一节 中国有线数字电视产业运营主体现状 24

- 1、中国有线数字电视产业运营现状 24
- 2、中国有线数字电视产业运营特点 25
- 3、中国有线数字电视产业运营趋势 26

### 第二节 中国有线数字电视运营中的整体转换 28

- 1、中国有线数字电视整体转换现状 28
- 2、中国有线数字电视整体转换存在的问题 29
- 3、中国有线数字电视运营商整体转换策略 29

### 第三节 中国有线数字电视产业运营模式探讨 32

- 1、中国有线数字电视产业运营模式 32
- 2、中国有线数字电视运营业务构成 37
- 3、中国有线数字电视运营推广模式 37
- 4、中国有线数字电视运营模式探讨 41

### 第三章 中国有线数字电视产业增值服务发展研究 42

#### 第一节 中国有线数字电视增值服务发展现状 42

- 1、中国有线数字电视增值业务发展现状 42
- 2、中国有线数字电视增值业务发展特征 43
- 3、中国有线数字电视增值业务发展趋势 44

#### 第二节 中国有线数字电视增值服务发展模式 45

- 1、中国有线数字电视增值服务分类构成 45
- 2、中国有线数字电视增值服务发展前景 47
- 3、中国有线数字电视增值服务盈利模式 48

#### 第三节 中国有线数字电视增值服务发展影响因素 49

- 1、中国有线数字电视增值服务发展推动因素 49
- 2、中国有线数字电视增值服务发展阻碍因素 50

### 第四章 中国有线数字电视产业单向增值服务发展研究 51

#### 第一节 中国有线数字电视产业数据广播发展研究 51

- 1、中国有线数字电视数据广播开播情况 51
- 2、中国有线数字电视数据广播节目数量 52
- 3、中国有线数字电视数据广播节目类型 54

#### 第二节 中国有线数字电视产业付费频道发展研究 59

- 1、中国有线数字电视付费频道开播情况 59
- 2、中国有线数字电视付费频道节目数量 60
- 3、中国有线数字电视付费频道订购用户 62

#### 第三节 中国有线网络运营商对单向增值服务发展构想 64

- 1、中国有线网络运营商数据广播增值应用认知 64
- 2、中国有线网络运营商付费频道市场营销策略 66
- 3、中国有线网络运营商对单向网络增值服务开展构想 67

### 第五章 中国有线数字电视产业双向增值服务发展研究 70

#### 第一节 中国有线数字电视产业双向网络发展研究 70

- 1、中国有线数字电视产业双向网络改造现状 70
- 2、中国有线数字电视产业双向网络覆盖用户 71
- 3、中国有线数字电视产业双向网实际开通用户 72

## 第二节 中国有线数字电视产业互动电视发展研究 73

### 1、中国有线数字电视产业互动电视开展现状 73

### 2、中国有线数字电视产业互动电视订购用户 74

### 3、中国有线数字电视产业互动电视市场收益 75

## 第三节 中国有线数字电视产业网络宽带发展研究 77

### 1、中国有线数字电视产业网络宽带开展情况 77

### 2、中国有线数字电视产业网络宽带订购用户 78

### 3、中国有线数字电视产业网络宽带市场收益 79

## 第四节 中国有线数字电视用户增值服务需求研究 82

### 1、中国有线数字电视用户对增值业务整体需求 82

### 2、中国有线数字电视用户对增值业务付费行为 83

### 3、中国有线数字电视用户对增值业务支出偏好 84

## 第六章 中国有线数字电视产业增值服务区域发展研究 85

### 第一节 东北地区 85

#### 1、有线数字电视双向网络发展情况 85

#### 2、有线数字电视产业增值服务开展情况 88

#### 3、有线数字电视产业增值服务用户订购情况 89

#### 4、有线数字电视产业增值服务市场收益测算 89

### 第二节 华北沿海地区 91

#### 1、有线数字电视双向网络发展情况 91

#### 2、有线数字电视产业增值服务开展情况 94

#### 3、有线数字电视产业增值服务用户订购情况 95

#### 4、有线数字电视产业增值服务市场收益测算 95

### 第三节 黄河中游地区 97

#### 1、有线数字电视双向网络发展情况 97

#### 2、有线数字电视产业增值服务开展情况 100

#### 3、有线数字电视产业增值服务用户订购情况 101

#### 4、有线数字电视产业增值服务市场收益测算 101

### 第四节 华东沿海地区 103

#### 1、有线数字电视双向网络发展情况 103

#### 2、有线数字电视产业增值服务开展情况 106

- 3、有线数字电视产业增值服务用户订购情况 107
- 4、有线数字电视产业增值服务市场收益测算 107

#### 第五节 华南沿海地区 109

- 1、有线数字电视双向网络发展情况 109
- 2、有线数字电视产业增值服务开展情况 112
- 3、有线数字电视产业增值服务用户订购情况 113
- 4、有线数字电视产业增值服务市场收益测算 113

#### 第六节 长江中游地区 115

- 1、有线数字电视双向网络发展情况 115
- 2、有线数字电视产业增值服务开展情况 118
- 3、有线数字电视产业增值服务用户订购情况 119
- 4、有线数字电视产业增值服务市场收益测算 119

#### 第七节 西南地区 121

- 1、有线数字电视双向网络发展情况 121
- 2、有线数字电视产业增值服务开展情况 124
- 3、有线数字电视产业增值服务用户订购情况 125
- 4、有线数字电视产业增值服务市场收益测算 125

#### 第八节 西北地区 127

- 1、有线数字电视双向网络发展情况 127
- 2、有线数字电视产业增值服务开展情况 130
- 3、有线数字电视产业增值服务用户订购情况 131
- 4、有线数字电视产业增值服务市场收益测算 131

### 第七章 中国有线数字电视产业增值服务发展趋势预测 133

#### 第一节 中国有线数字电视产业发展趋势预测 133

- 1、中国有线数字电视产业整体市场规模预测 133
- 2、中国有线数字电视产业运营市场规模预测 133
- 3、中国有线数字电视产业终端市场规模预测 134
- 4、中国有线数字电视产业用户市场规模预测 135

#### 第二节 中国有线数字电视产业增值服务发展趋势预测 136

- 1、中国有线数字电视产业双向网络市场规模预测 136
- 2、中国有线数字电视产业整体增值服务市场规模预测 138



### 3、中国有线数字电视基本服务与增值服务收入结构预测 139

## 第八章 中国有线数字电视产业增值服务市场投资机会 140

### 第一节 中国有线数字电视产业增值服务投资环境 140

- 1、中国有线数字电视产业增值服务投资优势 140
- 2、中国有线数字电视产业增值服务投资劣势 141
- 3、中国有线数字电视产业增值服务投资机会 142
- 4、中国有线数字电视产业增值服务投资存在的竞争 143

### 第二节 中国有线数字电视产业增值服务投资风险及规避 144

- 1、中国有线数字电视产业增值服务投资风险评估 144
- 2、中国有线数字电视产业增值服务投资风险规避 146

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/140623.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](http://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专业提供投资咨询报告、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。