



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国高清电视产业报告

一、调研说明

《中国高清电视产业报告》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/41786.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

高清电视是广播电视发展的必然方向，随着从模拟电视向数字电视的转换不断向纵深发展，高清电视产业必将会成为新的经济增长点，而且也必将会成为经济与社会发展的支柱产业之一。张海涛副局长在2008年BIRTV主题报告会上表示：“高清电视是数字电视的最大亮点，对于拉动内需、带动相关产业发展具有至关重要的作用。”

自2005年中央电视台第一个有线高清频道“高清影视”始，高清电视广阔的发展前景就吸引了众多的产业内厂商参与，并以相当的热情前仆后继地投入到产业的发展中，然而经过几年的发展，高清电视的发展没有达到产业预期，我国高清电视节目仍然存在数量少、种类匮乏、播出频道少、覆盖面不广等问题，高清终端产业受之影响而发展缓慢。

为详细研究高清电视的节目现状，掌握高清终端产品的发展现状，预测高清产业的发展趋势，格兰研究在采访相关产业链厂商和专家的基础上写作了《中国高清电视产业报告》。

【 目录 】

| | |
|-------------------------|----|
| 第一章 高清电视产业宏观环境----- | 5 |
| 1.1 概述----- | 5 |
| 1.2 高清电视发展背景----- | 5 |
| 1.3 高清电视发展历程----- | 6 |
| 1.3.1 高清电视在全球的发展历史----- | 6 |
| 1.3.2 高清电视在中国的发展历史----- | 7 |
| 1.3.3 全球高清电视发展特点----- | 9 |
| 1.4 高清电视政策环境及规划----- | 10 |
| 1.5 高清电视多元化传播通道----- | 11 |
| 1.5.1 有线通道----- | 12 |
| 1.5.2 地面通道----- | 13 |
| 1.5.3 卫星通道----- | 14 |
| 1.5.4 IPTV通道----- | 15 |

| | |
|-------------------------|----|
| 1.5.5 传输通道竞争格局----- | 15 |
| 1.6 高清电视的技术标准----- | 16 |
| 1.7 高清电视发展的重要意义----- | 17 |
| | |
| 第二章 高清电视产业链及运营模式----- | 18 |
| 2.1 概述----- | 18 |
| 2.2 高清电视产业链构成----- | 18 |
| 2.2.1 节目供应商----- | 19 |
| 2.2.2 节目集成商/频道集成商----- | 19 |
| 2.2.3 网络运营商----- | 20 |
| 2.2.4 服务提供商----- | 20 |
| 2.2.5 设备供应商/系统集成商----- | 21 |
| 2.2.6 最终用户----- | 21 |
| 2.3 高清电视产业链关系----- | 21 |
| 2.4 高清电视运营模式----- | 24 |
| 2.4.1 端到端运营模式----- | 24 |
| 2.4.2 集成商主导模式----- | 24 |
| 2.4.3 运营商主导模式----- | 24 |
| 2.4.4 产业链各环节合作运营模式----- | 25 |
| | |
| 第三章 高清电视节目----- | 28 |
| 3.1 概述----- | 28 |
| 3.2 高清节目制作能力----- | 28 |
| 3.2.1 中央电视台----- | 29 |
| 3.2.2 北京电视台----- | 30 |
| 3.2.3 上海文广----- | 31 |
| 3.2.4 江苏电视台----- | 32 |
| 3.2.5 天津电视台----- | 33 |
| 3.2.6 深圳广电集团----- | 33 |
| 3.2.7 广东电视台----- | 34 |
| 3.2.8 浙江电视台----- | 34 |
| 3.2.9 内蒙古电视台----- | 34 |

| | |
|------------------------|----|
| 3.2.10 山东电视台----- | 35 |
| 3.2.11 其它电视台----- | 35 |
| 3.2.12 高清转播车配置全览----- | 37 |
| 3.3 高清电视节目生产与引进----- | 41 |
| 3.4 奥运并未成为高清发展转折点----- | 42 |

第四章 高清频道运营-----43

| | |
|-----------------------------|----|
| 4.1 概述----- | 43 |
| 4.2 高清电视频道----- | 43 |
| 4.2.1 央视“ 高清综合频道 ” ----- | 43 |
| 4.2.2 上海文广“ 新视觉 ” ----- | 44 |
| 4.2.3 华诚影视“ 高清电影频道 ” ----- | 45 |
| 4.2.4 深圳“ 高清娱乐频道 ” ----- | 45 |
| 4.2.5 北京电视台“ 奥运高清频道 ” ----- | 46 |
| 4.2.6 央视“ 高清影视频道 ” 的停播----- | 46 |
| 4.3 高清电视频道落地状况----- | 48 |
| 4.3.1 有线----- | 48 |
| 4.3.2 地面----- | 49 |
| 4.4 高清电视市场运营状况----- | 51 |
| 4.4.1 北京----- | 51 |
| 4.4.2 上海----- | 52 |
| 4.4.3 天津----- | 52 |
| 4.4.4 深圳----- | 53 |
| 4.4.5 佛山----- | 53 |
| 4.5 高清频道现存问题----- | 54 |

第五章 高清电视机-----55

| | |
|-------------------|----|
| 5.1 概述----- | 55 |
| 5.2 高清认证----- | 55 |
| 5.3 市场规模----- | 55 |
| 5.4 竞争状况----- | 56 |
| 5.4.1 等离子与液晶----- | 56 |

| | |
|----------------|--------|
| 5.4.2 竞争主体及类别 | 56 |
| 5.4.3 竞争状况及趋势 | 56 |
| 5.5 主力厂商 | 57 |
| 5.5.1 松下 | 57 |
| 5.5.2 日立 | 58 |
| 5.5.3 索尼 | 59 |
| 5.5.4 夏普 | 60 |
| 5.5.5 东芝 | 60 |
| 5.5.6 三星 | 61 |
| 5.5.7 LG | 62 |
| 5.5.8 长虹 | 62 |
| 5.5.9 创维 | 63 |
| 5.6 价格变动趋势 | 64 |
| 第六章 高清机顶盒 | 65 |
| 6.1 概述 | 65 |
| 6.2 市场规模 | 65 |
| 6.2.1 有线高清机顶盒 | 65 |
| 6.2.2 无线高清机顶盒 | 66 |
| 6.3 竞争状况 | 66 |
| 6.3.1 竞争主体及类别 | 66 |
| 6.3.2 竞争状况及趋势 | 66 |
| 6.4 主力厂商 | 67 |
| 6.4.1 长虹 | 67 |
| 6.4.2 松下 | 68 |
| 6.4.3 银河 | 68 |
| 6.4.4 九州 | 69 |
| 6.4.5 天柏 | 70 |
| 6.4.6 全景 | 70 |
| 6.4.7 同洲 | 71 |
| 6.4.8 杭摩（浙江大华） | 71 |
| 6.4.9 其他 | 71 |

6.5 高清机顶盒产品概览-----71

6.5.1 高清机顶盒产品一览表-----72

6.5.2 价格变动趋势-----80

第七章 高清一体机-----81

7.1 概述-----81

7.2 市场规模-----81

7.3 竞争状况-----81

7.3.1 竞争主体及类别-----81

7.3.2 竞争状况及趋势-----82

7.4 主力厂商-----82

7.4.1 东芝-----82

7.4.2 三星-----83

7.4.3 LG-----84

7.4.4 长虹-----85

7.4.5 清华同方-----85

7.4.6 TCL-----86

7.4.7 海信-----87

7.5 高清一体机概览-----88

7.5.1 产品一览表-----88

7.5.2 价格及变动趋势-----90

第八章 用户对高清电视的需求特征-----91

8.1 概述-----91

8.2 用户-----91

8.2.1 我国居民收入状况-----91

8.2.2 彩色电视机拥有量-----92

8.3 用户对高清节目的需求特征-----92

8.4 用户对高清接收设备的需求特征-----93

第九章 高清电视产业发展趋势-----94

9.1 高清电视产业现存问题-----94

9.2 发展趋势-----95

9.2.1 高清电视机发展预测-----95

9.2.2 高清机顶盒发展预测-----96

9.2.3 高清一体机发展预测-----97

9.3 发展建议-----97

第十章 附件-----100

图表目录

图表 12000-2011年中国有线电视用户发展及预测-----12

图表 2高清电视产业链示意图-----18

图表 3电视台高清转播车配置一览表-----37

图表 4高清频道在各地有线网络落地情况一览表-----48

图表 5 地面数字电视节目状况一览表-----49

图表 6 北京高清电视发展状况一览表-----51

图表 7上海高清电视发展状况一览表-----52

图表 8天津高清电视发展状况一览表-----52

图表 9深圳高清电视发展状况一览表-----53

图表 10佛山高清电视发展状况一览表-----53

图表 11 2004-2008年国内彩色电视与平板电视销售量对比-----56

图表 12 有线高清机顶盒市场分布-----65

图表 13 有线高清机顶盒市场份额-----67

图表 14中国高清机顶盒产品汇总-----72

图表 15 东芝数字电视一体机42XV500C（液晶）主要规格参数一览表-----83

图表 16 三星数字电视一体机LA46A650A1F（液晶）主要规格参数一览表-----83

图表 17 LG数字电视一体机47LG70FD（液晶）主要规格参数一览表-----84

图表 18长虹数字电视一体机LDTV47700U（液晶）主要规格参数一览表-----85

图表 19 清华同方数字电视一体机LC-42B80D（液晶）主要规格参数一览-----86

图表 20 TCL数字电视一体机DTL42E9FQ（液晶）主要规格参数一览表-----86

图表 21海信数字电视一体机TLM42V68PR（液晶）主要规格参数一览表-----87

图表22 地面一体机产品一览表（一）-----88

图表23地面一体机产品一览表（二）-----89

| | |
|--------------------------------------|-----|
| 图表 24 1978-2007年我国城镇居民和农村军民收入状况----- | 91 |
| 图表 25 居民家庭平均每百户年底彩色电视机拥有量----- | 92 |
| 图表 26 2009-2012年有线高清电视机发展预测----- | 95 |
| 图表 27 2009-2012年有线高清机顶盒发展预测----- | 96 |
| 图表 28 2009-2012年高清一体机发展预测----- | 97 |
| 图表 29 各种压缩格式的比较----- | 100 |
| 图表 30 几种压缩编码格式的对比----- | 101 |
| 图表 31 高清晰度电视固定地面接收主用工作模式----- | 101 |
| 图表 32 数字电视接收设备——显示器标准----- | 102 |

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41786.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）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。