

# 2011-2015年中国有线数字 电视增值业务行业市场运营及行业前景调研分析分析报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://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运营及行业前景调研分析分析报告》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.bosidata.com/tongxun1502/P74380OQ3T.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2026-05-09

【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

## 第一章 有线数字电视增值业务相关概述

### 第一节 有线数字电视介绍

### 第二节 有线数字电视增值业务的定义

### 第三节 有线数字电视增值业务相关介绍

- 一、有线数字电视增值业务的特点
- 二、有线数字电视增值业务提供的服务
- 三、有线数字电视增值业务的应用领域

## 第二章 2009-2010年全球有线数字电视增值业务发展概况分析

### 第一节 2009-2010年全球有线数字电视增值业务发展概况分析

- 一、全球有线数字电视增值业务发展概况分析
- 二、全球有线数字电视增值业务发展特点分析
- 三、全球有线数字电视增值业务营销模式分析
- 四、2011-2015年全球有线数字电视增值业务发展趋势分析

### 第二节 2009-2010年全球有线数字电视增值业务架构分析

- 一、基于单向网络增值业务的构成
- 二、基于双向网络增值业务的构成
- 三、基于双向网络跨行业增值业务的构成

### 第三节 2009-2010年全球有线数字电视增值业务开展探讨

- 一、亚太地区增值业务开展剖析
- 二、欧洲地区增值业务开展剖析
- 三、美国地区增值业务开展剖析

## 第三章 2009-2010年中国有线数字电视增值行业市场发展环境分析

### 第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析

## 六、进出口总额及增长率分析

### 第二节 2009-2010年中国有线数字电视增值行业政策环境分析

#### 一、有线数字电视增值业务收费标准

#### 二、行业投融资政策对数字电视发展的影响

#### 三、数字电视行业相关政策引导数字电视稳步发展

### 第三节 2009-2010年中国有线数字电视增值行业社会环境分析

#### 一、人口环境分析

#### 二、教育环境分析

#### 三、文化环境分析

#### 四、生态环境分析

## 第四章 2009-2010年中国有线数字电视增值业务发展概况分析

### 第一节 2009-2010年中国有线电视行业发展分析

#### 一、中国有线行业发展特征

#### 二、中国有线电视产业属性

#### 三、中国有线电视服务性质

### 第二节 2009-2010年中国有线数字电视发展状况分析

#### 一、有线数字化发展历程及规划

#### 二、有线数字化发展

### 第三节 2009-2010年中国有线数字电视行业运营模式分析

#### 一、公益服务

#### 二、增值服务

### 第四节 2009-2010年中国有线数字电视增值业务发展概况分析

#### 一、中国有线数字电视增值业务发展概况

#### 二、中国有线数字电视增值业务发展特点

### 第五节 2009-2010年影响中国有线数字电视增值业务发展的因素分析

#### 一、中国有线数字电视增值业务发展推动因素

#### 二、中国有线数字电视增值业务发展阻碍因素

## 第五章 2009-2010年中国有线数字电视增值业务运营主体分析

### 第一节 2009-2010年中国有线数字电视增值业务运营主体现状

#### 一、中国有线数字电视增值业务运营现状

## 二、中国有线数字电视增值业务运营特点

### 第二节 2009-2010年中国有线数字电视增值业务运营分析

#### 一、商业定位

#### 二、商业模式

#### 三、销售渠道

#### 四、商业指标

### 第三节 2009-2010年中国有线数字电视增值业务营销模式探讨

#### 一、中国有线数字电视增值业务营销模式

#### 二、中国有线数字电视增值业务构成

#### 三、中国有线数字电视增值业务推广方式

#### 四、中国有线数字电视增值业务价格制定

#### 五、中国有线数字电视增值业务赢利模式

### 第四节 2009-2010年中国有线数字电视增值业务市场规模分析

## 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

### 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

#### 一、政务信息

#### 二、生活服务（单向数据广播）

#### 三、付费频道

### 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

#### 一、多媒体数据广播类业务

#### 二、视频点播类业务（VOD）

#### 三、远程教育

#### 四、电视购物

#### 五、股票交易

#### 六、电视缴费

#### 七、游戏类业务

#### 八、数据业务

### 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

## 第七章 2009-2010年中国有线数字电视增值业务用户市场分析

### 第一节 2009-2010年中国电视用户构成分析

一、电视用户构成

二、数字电视用户构成

三、区域电视用户构成

四、区域增值业务用户构成

第二节 增值业务与用户需求紧密相关

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

一、用户对电视增值业务的需求

1、用户对数字电视增值服务有需求

2、用户对双向增值业务的需求

二、用户对增值电视业务的认知

三、用户对现阶段电视增值的评价

第四节 2009-2010年中国数字电视平台上的家庭信息消费分析

一、用户信息需求

二、家庭信息消费

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

一、游戏功能：电视游戏机

二、资讯服务：打造家庭的“贤内助”

三、视频点播：看自己想看的

四、远程教育：突出电视的教育功能

五、在线购物：让商品自己送上门

六、账户查询：把银行搬到家里

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

第一节 有条件接收CA（Conditional Access）系统

一、加解扰（Scrambling&ndash;Descrambling）

二、加解密（Encryption&ndash;Decryption）

三、系统原理分析

第二节 数字数据广播DDB（Digital Data Broadcasting）系统

一、系统组成及功能

二、信号传输方式

三、频道设置

第三节 视频点播（Video on Demand，VOD）系统与技术

- 一、前端处理系统
- 二、控制管理系统
- 三、ATM数字定带交换系统
- 四、传输系统
- 五、用户设备
- 六、实现VOD的网络结构方案

#### 第四节 有线数字电视SMS系统竞争企业分析

- 一、华为
- 二、永新同方
- 三、天柏
- 四、东泰
- 五、迪威特

#### 第五节 BOSS系统 ( Business Operation Support System )

### 第九章 2009-2010年中国部分有线电视运营商案例分析

#### 第一节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

#### 第二节 东方有线网络有限公司

#### 第三节 天津广播电视网络有限公司

#### 第四节 华数数字电视有限公司

#### 第五节 南京广电网络有限责任公司

#### 第六节 厦门广播电视网络有限公司

#### 第七节 深圳市天威视讯股份有限公司

#### 第八节 广西广播电视信息网络股份有限公司

#### 第九节 成都市兴网传媒有限责任公司

#### 第十节 广州市广播电视网络有限公司

#### 第十一节 青岛有线网络(集团)中心

#### 第十二节 淄博广电天网视讯有限公司

#### 第十三节 略&hellip;&hellip;

### 第十章 2011-2015年中国有线数字电视增值业务投资分析

#### 第一节 2011-2015年中国有线数字电视增值业务投资环境分析

- 一、中国有线数字电视增值业务发展优势

- 二、中国有线数字电视增值业务发展劣势
- 三、中国有线数字电视增值业务发展机会
- 四、中国有线数字电视增值业务发展存在的竞争
- 五、中国有线数字电视增值业务投资政策分析

## 第二节 2011-2015年中国有线数字电视增值业务投资前景分析

- 一、技术风险分析
- 二、政策风险分析
- 三、经营风险分析
- 四、需求风险分析
- 五、其他风险分析

## 第三节 2011-2015年中国有线数字电视增值业务投资前景规避措施分析

# 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

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

- 一、2011-2015年中国有线数字电视增值业务设备竞争趋势
- 二、2011-2015年中国有线数字电视增值业务开展与运营商发展探讨

## 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

- 一、2011-2015年中国有线数字电视增值业务发展影响力估算
- 二、2011-2015年中国有线数字电视增值业务总体市场规模预测
- 三、2011-2015年中国有线数字电视增值业务各级市场规模预测
- 四、2011-2015年中国有线数字电视增值业务用户市场规模预测

图表名称：部分

图表 有线数字电视增值业务的应用领域

图表 有线数字电视增值业务提供的服务

图表 全球有线数字电视增值业务发展概况

图表 全球有线数字电视增值业务发展特点

图表 全球有线数字电视增值业务营销模式

图表 2011-2015年全球有线数字电视增值业务发展趋势

图表 基于单向网络增值业务的构成

图表 基于双向网络跨行业增值业务的构成

图表 基于双向网络增值业务的构成

图表 2009-2010年中国GDP增长状况

图表 2009-2010年中国居民家庭可支配收入及恩格尔系数

图表 中国有线数字电视增值业务发展概况

图表 中国有线数字电视增值业务发展推动因素

图表 中国有线数字电视增值业务发展阻碍因素

图表 中国广播电视事业发展阶段

图表 中国有线产业发展阶段

图表 有线数字化发展阶段

图表 2009-2010年中国有线电视传输通道的数字电视用户数量

图表 中国有线数字电视增值业务开展现状图

图表 重点城市数字电视增值业务开展情况的汇总

图表 用户对数字电视增值业务的整体需求情况

图表 用户愿意为哪些数字电视增值业务单独付费

图表 用户对哪些双向互动增值业务感兴趣

图表 用户希望通过电视实现哪些互动游戏

图表 用户对哪些视频点播类型感兴趣

图表 家庭用户在一般性家庭消费项目上的月均消费额

图表 家庭用户在进行一般性家庭消费项目前进行信息搜集的比例

图表 家庭用户对于各一般性家庭消费项目的信息搜集比例

图表 北京市开展增值业务的基本情况

图表 上海市开展增值业务的基本情况

图表 广州市开展增值业务的基本情况

图表 2011-2015年中国有线数字电视增值业务发展影响力估算

图表 2011-2015年中国有线数字电视增值业务总体市场规模预测

图表 2011-2015年中国有线数字电视增值业务各级市场规模预测

图表 2011-2015年中国有线数字电视增值业务用户市场规模预测

图表 略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tongxun1502/P74380OQ3T.html>