

# 2012-2016年中国有线数字 电视增值业务行业深度调研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](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2012-2016年中国有线数字电视增值业务行业深度调研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/tongxun1112/K147750UXN.html>

【报告价格】纸介版**6800**元 电子版**7000**元 纸介+电子**7500**元

【出版日期】2011-12-13

【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《2012-2016年中国有线数字电视增值业务行业深度调研与投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了有线数字电视 增值业务相关概述、中国有线数字电视增值业务市场运行环境等，接着分析了中国有线数字电视增值业务市场发展的现状，然后介绍了中国有线数字电视增值业务重点区域市场运行形势。随后，报告对中国有线数字电视增值业务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行业发展趋势与投资预测。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。

1、对于运营商OP来讲：借用保定有线谭总的话：能够帮运营商赚钱的业务，就是增值业务，当然这是针对运营商的利益提出，其实我们认为在不影响收视费的情况下，能帮网络运营商提高用户收费率，或者还有其它更多的收入来源，那就是增值业务。2、对于消费者来讲：对于普通用户而言，花同样的钱，有更多服务，对他们来讲就是增值业务。或者不用购买升级新硬件，花功能服务费，就能买到新的服务，那就是增值业务。3、对于SP来讲：对与SP来讲，能够扩展用户渠道，提高用户的使用效率就是增值业务。比如原来移动的SP，他的业务原来覆盖XX手机用户，现在增加XXX电视用户等，提高的销售额等等。4、对于CP来讲：同时的节目，在同一时期，可以卖出更多钱，那就是增值业务，她需要SP拓展更多的终端渠道。5、对于技术或设备商TP来讲：同样的技术，设备，系统或软件，能够买给更多OP，或者能从OP身上持续服务赚更多的销售额，那才是增值业务。

## 第一章 有线数字电视增值业务相关概述

### 第一节 有线数字电视阐述

### 第二节 有线电视结构分析

#### 一、首端宽频放大器

#### 二、干线宽频放大器

#### 三、支线宽频放大器

#### 四、分配放大器

### 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 全球有线电视行业运行形势分析

### 第一节 2011年全球有线电视行业运行概况

- 一、国外有线电视新技术研究
- 二、国外有线电视的节目管理浅谈
- 三、国外有线电视产业化发展存在问题分析

### 第二节 2011年全球有线电视行业动态分析

- 一、全球有线电视家庭用户规模
- 二、全球有线电视机上盒市场解析
- 三、国外有线电视网与电信网关系分析

### 第三节 2012-2016年世界有线电视产业发展趋势分析

## 第三章 中国有线数字电视产业运行态势分析

### 第一节 2011年中国有线电视发展概况分析

- 一、中国有线电视用户规模分析
- 二、中国有线电视收费标准分析
- 三、中国有线电视网的发展特点分析

### 第二节 2011年中国有线数字电视发展现状分析

- 一、中国有线数字电视用户规模分析
- 二、中国有线电视数字整转概况分析
- 三、中国有线数字电视运营模式分析
- 四、中国数字电视收费标准
- 五、中国数字电视发展规划

### 第三节 2011年中国有线电视网双改造发展态势分析

- 一、有线网络双向化改造进度加快
- 二、实现双向网改的因素分析
- 三、对各地广电机构进行双向改造提出的几点建议
- 四、实现双向网改后的业务动向

### 第四节 2011年中国有线数字电视产业热点问题探讨

- 一、中国有线电视数字化面临的问题分析
- 二、盈利难困扰国内有线数字电视发展

## 第四章 中国有线数字电视增值业务运行新格局分析

### 第一节 2011年中国有线数字电视增值业务动态聚焦

- 一、2010中国数字电视增值业务论坛在京召开
- 二、三网融合下 数字电视增值业务将成CCBN焦点

### 第二节 2011年中国有线数字电视增值业务现状综述

- 一、有线数字电视增值业务发展特点分析
- 二、VOD开启有线数字电视增值业务的大门
- 三、有线数字电视增值业务难成金矿

### 第三节 2011年中国有线数字电视增值业务发展存在问题

- 一、发展增值业务需要解决资金问题
- 二、加大增值业务开发和推广力度
- 三、加快关于增值业务的监管和激励政策的落地
- 四、建立全国性的终端统一平台

### 第四节 2011年中国有线数字电视增值业务解决策略

- 一、发展增值业务需要解决资金问题
- 二、加大增值业务开发和推广力度
- 三、加快关于增值业务的监管和激励政策的落地
- 四、建立全国性的终端统一平台

## 第五章 中国有线数字电视增值业务运营主体综述

### 第一节 2011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

### 第二节 2011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

## 第六章 中国有线数字电视增值业务构成及平台搭建

### 第一节 2011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 2011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 2011年中国有线数字电视增值业务搭建平台情况分析

## 第七章 中国有线数字电视增值业务用户市场分析

### 第一节 2011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 2011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
- 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 2011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 2011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 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-Decrambling）
- 二、加解密（Encryption-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 中国部分有线电视运营商分析

## 第一节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

### 五、企业运营能力分析

### 六、企业成长能力分析

## 第二节 深圳市天威视讯股份有限公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

### 五、企业运营能力分析

### 六、企业成长能力分析

## 第三节 陕西广播电视信息网络股份有限公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

### 五、企业运营能力分析

### 六、企业成长能力分析

## 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 天津广播电视网络有限公司

## 第八节 东方有线网络有限公司

## 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

# 第十章 中国有线数字电视增值业务市场运行环境分析



## 第一节 国内有线数字电视增值业务经济环境分析

### 一、GDP历史变动轨迹分析

### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

### 三、2012年中国有线数字电视增值业务经济发展预测分析

## 第二节 中国有线数字电视增值业务行业政策环境分析

## 第十一章 2012-2016年中国有线数字电视增值业务投资分析

### 第一节 2012-2016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 2012-2016年中国有线数字电视增值业务投资风险分析

#### 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

## 第十二章 2012-2016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 2012-2016年中国有线数字电视增值业务设备发展趋势分析

#### 一、中国有线数字电视增值业务设备竞争趋势

#### 二、中国有线数字电视增值业务开展与运营商发展

### 第二节 2012-2016年中国有线数字电视增值业务电视发展预测分析

#### 一、中国有线数字电视增值业务发展影响力估算

#### 二、中国有线数字电视增值业务总体市场规模预测

#### 三、中国有线数字电视增值业务用户市场规模预测

### 第三节 2012-2016年中国有线数字电视增值业务盈利预测分析

## 图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司主要经济指标走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司经营收入走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司盈利指标走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司负债情况图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司负债指标走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司运营能力指标走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司成长能力指标走势图

图表：深圳市天威视讯股份有限公司主要经济指标走势图

图表：深圳市天威视讯股份有限公司经营收入走势图

图表：深圳市天威视讯股份有限公司盈利指标走势图

图表：深圳市天威视讯股份有限公司负债情况图

图表：深圳市天威视讯股份有限公司负债指标走势图

图表：深圳市天威视讯股份有限公司运营能力指标走势图

图表：深圳市天威视讯股份有限公司成长能力指标走势图

图表：陕西广播电视信息网络股份有限公司主要经济指标走势图

图表：陕西广播电视信息网络股份有限公司经营收入走势图

图表：陕西广播电视信息网络股份有限公司盈利指标走势图

图表：陕西广播电视信息网络股份有限公司负债情况图

图表：陕西广播电视信息网络股份有限公司负债指标走势图

图表：陕西广播电视信息网络股份有限公司运营能力指标走势图

图表：陕西广播电视信息网络股份有限公司成长能力指标走势图

图表：2012-2016年中国有线数字电视增值业务发展影响力估算

图表：2012-2016年中国有线数字电视增值业务总体市场规模预测

图表：2012-2016年中国有线数字电视增值业务各级市场规模预测

图表：2012-2016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;

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tongxun1112/K147750UXN.html>