

2011-2015年中国有线数字电视增值业务发展展望 及投资前景预测分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2011-2015年中国有线数字电视增值业务发展展望及投资前景预测分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201006/B20984848423610D.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

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 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

一、全球有线数字电视增值业务发展特点分析

二、全球有线数字电视增值业务营销模式分析

三、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业务发展环境分析

第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入

三、恩格尔系数

四、工业发展形势分析

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

一、有线数字电视增值业务收费标准

二、“十一五”规划为数字电视发展制定框架

三、行业投融资政策对数字电视发展的影响

四、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长业务发展社会环境分析

第四章 2009-2010年中国有线数字电视增值业务运行态势分析

第一节 2009-2010年中国有线数字电视增值业务发展综述

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

第二节 2009-2010年中国有线数字电视增值业务发展存在问题

第三节 2009-2010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 2009-2010年中国有线数字电视增值业务运营主体综述

第一节 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

第二节 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

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 – Descrambling)

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 2009-2010年中国部分有线电视运营商竞争力分析

第一节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、2008-2010年公司成长性分析

三、2008-2010年公司财务能力分析

四、2008-2010年公司偿债能力分析

五、2008-2010年公司现金流量分析表

六、2008-2010年公司经营能力分析

七、2008-2010年公司盈利能力分析

第二节 深圳市天威视讯股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、2008-2010年公司成长性分析

三、2008-2010年公司财务能力分析

四、2008-2010年公司偿债能力分析

五、2008-2010年公司现金流量分析表

六、2008-2010年公司经营能力分析

七、2008-2010年公司盈利能力分析

第三节 陕西广电网络传媒股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、2008-2010年公司成长性分析

- 三、2008-2010年公司财务能力分析
- 四、2008-2010年公司偿债能力分析
- 五、2008-2010年公司现金流量分析表
- 六、2008-2010年公司经营能力分析
- 七、2008-2010年公司盈利能力分析

第四节 其它企业

- 一、天津广播电视网络有限公司
- 二、华数数字电视有限公司
- 三、淄博广电天网视讯有限公司
- 四、青岛有线网络（集团）中心
- 五、南京广电网络有限责任公司
- 六、厦门广播电视网络有限公司
- 七、东方有线网络有限公司
- 八、广州市广播电视网络有限公司
- 九、成都市兴网传媒有限责任公司

第十章 2009-2010年中国有线电视行业发展态势浅析

第一节 2009-2010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 2009-2010年中国有线数字电视发展现状分析

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

第三节 2009-2010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、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 2011-2015年中国有线数字电视增值业务盈利预测分析

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

第一节 2011-2015年中国有线数字电视增值业务投资环境分析

第二节 2011-2015年中国有线数字电视增值业务投资机会分析

一、有线数字电视增值业务投资吸引力分析

二、有线数字电视增值业务投资潜力分析

第三节 2011-2015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

第四节 权威专家建议

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 2008-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2010年深圳市天威视讯股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年深圳市天威视讯股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年深圳市天威视讯股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年深圳市天威视讯股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年深圳市天威视讯股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年深圳市天威视讯股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年深圳市天威视讯股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2010年陕西广电网络传媒股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年陕西广电网络传媒股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年陕西广电网络传媒股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年陕西广电网络传媒股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年陕西广电网络传媒股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年陕西广电网络传媒股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年陕西广电网络传媒股份有限公司盈利能力分析

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.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201006/B20984848423610D.html>