

2010-2015年中国有线数字电视增值业务行业市场 调研与发展策略咨询报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2010-2015年中国有线数字电视增值业务行业市场调研与发展策略咨询报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/zengzhifuwu/8650286502.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

内容提示

通过对有线数字电视增值业务行业进行深入的调查研究，结合国家统计局、工商、税务、海关、各级行业协会及专业调研机构等部门的数据、资料以及现阶段的宏观经济和政策环境，采用文案调研、电话访谈、实地调研等多种调研方式，以“数据+图表+论述”的形式，对有线数字电视增值业务行业的发展状况进行了全面的总结论述，在此基础上对有线数字电视增值业务行业的发展趋势进行了深层次、多角度的分析、预测和论证。

（报告以具体数据为基础，辅助以定量与定性分析相结合，在深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息同时采用统计图表、分析图示等多种形式将结果清晰、直观的展现出来，以方便读者解读分析。报告内容涉及有线数字电视增值业务行业的国内外及周边地区的发展概况、产业集群、市场规模、需求和供给、价格、市场集中度、竞争格局、用户需求、产业链上下游、渠道、进出口状况……等，并对有线数字电视增值业务行业规模以上竞争企业进行了详细的调查研究，同时分析了当前全球金融危机、我国扩大内需政策和经济刺激方案对有线数字电视增值业务行业的发展影响，报告最后还对有线数字电视增值业务行业的营销、投资、应对金融危机等给出了专家意见。）

本报告有助于企业和投资机构准确了解目前有线数字电视增值业务行业的发展现状和趋势，把握有线数字电视增值业务行业发展所面临的优势、劣势、机会和威胁，抓住潜在的投资机会。（在报告的附件里赠送有全国规模以上有线数字电视增值业务行业竞争企业的信用状况及财务数据，）是企业和投资机构进行投资决策的重要参考依据。

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、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、2010年中国宏观经济发展预测分析

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

第四节 2009-2010年中国有线数字电视增值行业技术环境分析

第三章 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、2010-2015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

一、华东地区增值业务开展情况

二、华北地区增值业务开展情况

三、华南地区增值业务开展情况

四、东北地区增值业务开展情况

五、中南地区增值业务开展情况

六、西南地区增值业务开展情况

七、西北地区增值业务开展情况

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 – 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.....

第十章 2010-2015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 2010-2015年中国有线数字电视增值业务设备供应发展趋势分析

- 一、2010-2015年中国有线数字电视增值业务设备竞争趋势
 - 二、2010-2015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 2010-2015年中国有线数字电视增值业务电视发展预测分析
 - 一、2010-2015年中国有线数字电视增值业务发展影响力估算
 - 二、2010-2015年中国有线数字电视增值业务总体市场规模预测
 - 三、2010-2015年中国有线数字电视增值业务各级市场规模预测
 - 四、2010-2015年中国有线数字电视增值业务用户市场规模预测
 - 第十一章 2010-2015年中国有线数字电视增值业务投资分析
 - 第一节 2010-2015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 2010-2015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
 - 四、需求风险分析
 - 五、其他风险分析
 - 第三节 2010-2015年中国有线数字电视增值业务投资风险规避措施分析
- 图表目录：（部分）
- 图表：2005-2009年国内生产总值
 - 图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度
 - 图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）
 - 图表：2005-2009年年末国家外汇储备
 - 图表：2005-2009年财政收入
 - 图表：2005-2009年全社会固定资产投资
 - 图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）
 - 图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力
 - 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：2010-2015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：2010-2015年中国有线数字电视增值业务发展影响力估算
 - 图表：2010-2015年中国有线数字电视增值业务总体市场规模预测
 - 图表：2010-2015年中国有线数字电视增值业务各级市场规模预测
 - 图表：2010-2015年中国有线数字电视增值业务用户市场规模预测
 - 图表：略.....
- 更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zengzhifuwu/8650286502.html>