

2017-2022年中国机顶盒行业市场发展现状及十三 五商业模式创新分析报告

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《2017-2022年中国机顶盒行业市场发展现状及十三五商业模式创新分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/zhongduan/278887278887.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

对于机顶盒，目前没有标准的定义，从广义上说，凡是与电视机连接的网络终端设备都可称之为机顶盒。目前，已出现在市场上的机顶盒基本上可划分为数字电视机顶盒、网络电视（WebTV）机顶盒和多媒体（Multimedia）机顶盒三类。

近年来，中国机顶盒发展迅速。由于机顶盒产业的资源供给或产品需求正在发生一系列的变化，导致这一产业正逐渐从其他国家或地区梯度转移到中国生产和制造。中国已经成为全球最大的机顶盒生产制造中心。2011年，中国数字机顶盒市场规模达到1.5496亿台。2012年的中国机顶盒市场继续保持稳定增长态势，其中有线机顶盒依旧占据绝对主导地位，直播卫星机顶盒市场发展规模距离政府规划仍有距离，地面机顶盒发展低于市场预期，IPTV机顶盒市场规模继续增长，OTT机顶盒异军突起。2014年1-9月，高清机顶盒总量增长了2677.9万台，占新增机顶盒市场的60%。截至2015年第一季度末，中国机顶盒市场保有量已经达到3.505亿台，连续多年增幅超过20%。

机顶盒的分类情况

面对潜力巨大的机顶盒市场，国内厂家早已未雨绸缪，而且他们更看好相对成熟的发达国家市场，其产品已经出口美国、欧洲、中东等国家和地区。也正是看到了机顶盒产业的巨大机会，国内外厂商纷纷涌入这一行业。有线机顶盒出货量仍集中于有影响力的数个一线品牌，如创维、九州、长虹、银河、同洲等；部分机顶盒厂商的出货量呈现后发优势，如九联、博尚等，市场表现可圈可点，成为机顶盒市场竞争的有效参与者。

机顶盒已经逐渐成为家庭娱乐的主导者，伴随业务多样化发展，机顶盒功能越来越复杂，集成度越来越高，且新产品更新换代速度将加快。智能机顶盒将成为电视、网络和各类应用之间的智能设备，为家庭提供通信、娱乐、家电控制、安防等丰富多彩的综合信息服务。预计在未来10年或是更长的时间里，机顶盒将在中国数字化进程中扮演越来越重要的角色，市场潜力巨大。

截止2015年12月，三家基础电信运营商固定宽带接入用户达2.13亿户，同比增长6.5%，宽带接入用户数量的持续增长为其他基于互联网开展的业务提供了广泛的用户基础。除了用户数量的持续增长外，我国互联网网速逐渐提升。2016年一季度，中国固定宽带互联网网络平均网络下载速率已达到9.46Mbit/s。日益提升的网速是流媒体视频、云游戏等相关业务得以开展的重要保证。

固定宽带接入用户数量逐年增长

2015年以来全国平均可用下载速率

自2010年以来，智能手机销量激增，目前已呈普及之势。智能手机搭载开放性的操作系统，拥有独立的核心处理器和内存，可以安装更多的应用程序，使智能手机的功能可以得到无限扩展。同时期，以IPAD为代表的平板电脑迅速发展，为智能化浪潮中再添一块重要

的屏幕。伴随着互联网的发展，在多屏联动的趋势下，将客厅中的传统电视“智能化”也已成为行业共识。OTT盒子可以作为传统电视的外设，连接了OTT盒子之后传统电视将具有智能属性，盒子的系统可以升级，可以通过安装应用程序助力传统电视实现在线观影、网上购物等多项功能。

以目前线上销量占比较高的天猫魔盒和小米盒子为例，二者分别搭载华数和未来电视的集成播控平台，提供高清电影电视观看服务，这也是这两款产品的主打功能。此外，这两款OTT盒子还预置了游戏应用，支持游戏下载；类似于智能手机，盒子也附载了音乐类、购物类的应用等。虽然从整体来看盒子的功能比较多元，但是从盒子中各类APP的活跃用户比例以及单次使用时长来看，目前用户对于盒子功能的定位主要还是视频播放。国内机顶盒龙头企业创维数字除联手多方销售多款视频盒子外，近日联手腾讯推出了主打游戏功能的微主机ministation，定位游戏盒子，是众多OTT盒子中的差异化产品。

OTT盒子分类应用活跃用户比例

OTT盒子分类应用单次使用时长

2014年以来广电总局加大监管力度，进一步落实181号文，并重拳打击盗版内容，极大地挤压了山寨盒子的生存空间。2015年以来，OTT盒子在售品牌数量整体呈下降趋势。据奥维云网监测，2016年二季度在售品牌数量仅为98个，同比下滑超过30%。从目前的行业集中度来看，CR5由2015年末的61.5%上升至2016年上半年的76.8%，CR10由2015年的82.30%上升至2016年上半年的90.9%。行业集中度的进一步提升标志着OTT盒子的混战局面有所改善，行业格局开始由“遍地狼烟”转向“群雄共舞”。

OTT盒子历年市场规模

OTT盒子2015年以来在售品牌数量

从市场结构来看，截止2016年上半年，天猫魔盒和小米盒子合计已经占据市场份额的一半以上，行业集中趋势渐显。在售机型数量以及新品上线机型数量均有所下降，在OTT盒子销量稳中有升的背景下，再次印证了整个行业的集中化趋势。OTT盒子终端的发展呈现出与手机等电子产品相似的发展路径：一是价格逐渐走低，100~199元的盒子市场份额有所提升，而200~299元的盒子市场份额则明显下降；二是配置不断提升，配备四核CPU的盒子已经成为当下主流，八核CPU盒子的占比与去年同期相比也有所提升。

2015年至2016上半年OTT盒子品牌结构变化

2015年以来OTT盒子不同销售价格区间的市场份额占比

2015年至2016上半年OTT盒子CPU结构变化

OTT盒子2015年以来在售品牌数量

中国报告网发布的《2017-2022年中国机顶盒行业市场发展现状及十三五商业模式创新分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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。

第一章 机顶盒相关概述

1.1 机顶盒的概念及分类作用

1.1.1 机顶盒的定义

1.1.2 机顶盒的分类

1.1.3 数字机顶盒的功能

1.2 机顶盒技术原理

1.2.1 机顶盒原理

1.2.2 机顶盒关键技术

1.2.3 机顶盒结构发展趋势

第二章 2014-2016年机顶盒市场发展分析

2.1 2014-2016年世界机顶盒市场发展状况

2.1.1 机顶盒的发明利用

2.1.2 世界数字电视与机顶盒市场全面解析

2.1.3 中国及韩国机顶盒厂商占据亚太地区大部分市场份额

2.2 2014-2016年中国机顶盒市场发展分析

2.2.1 中国机顶盒市场的发展回顾

2.2.2 2014年中国机顶盒市场发展概况

2.2.3 2015年中国机顶盒市场发展分析

2.2.4 2016年我国机顶盒市场发展动况

2.2.5 后平移时代机顶盒迈入发展新阶段

2.3 2014-2016年机顶盒芯片市场分析

2.3.1 中外企业抢滩机顶盒芯片市场

2.3.2 国外厂商把持芯片市场

2.3.3 机顶盒芯片市场高端高集成方案受青睐

2.3.4 卫星机顶对策分析

2.5.1 机顶盒的盒市场扩大导致卫星解码芯片竞争加剧

2.3.5 机顶盒芯片的高清化集成化发展趋势

2.4 机顶盒发展面临的挑战

2.4.1 中国机顶盒产业存在问题分析

2.4.2 一机一盒制引发市场问题

2.4.3 机顶盒市场仍存在争议

2.4.4 国内机顶盒市场混乱引起运营商反思

2.4.5 机顶盒企业发展面临的压力

2.5 机顶盒市场发展三种终端推广方式

2.5.2 机顶盒产品发展形态的选择方案

2.5.3 机顶盒市场应解决费用问题

第三章 2014-2016年数字电视机顶盒发展分析

3.1 数字电视机顶盒相关概述

3.1.1 数字电视机顶盒的概念

3.1.2 数字电视机顶盒的原理与结构

3.1.3 数字电视机顶盒的主要技术

3.2 2014-2016年中国数字电视机顶盒市场发展综合分析

3.2.1 机顶盒是电视数字化的“马前卒”

3.2.2 数字电视机顶盒市场状况及环境

3.2.3 数字电视机顶盒市场发展状况透析

3.2.4 2014年中国数字电视机顶盒市场概况

3.2.5 2015年中国数字电视机顶盒市场综述

3.2.6 2016年中国数字电视机顶盒市场态势

3.3 2014-2016年数字电视机顶盒细分产品市场状况

3.3.1 机顶盒细分产品技术研发状况

3.3.2 地面数字电视机顶盒市场面临大发展

3.3.3 国内数字有限电视机顶盒市场发展浅析

3.3.4 高清数字电视机顶盒发展分析

3.3.5 中国卫星电视机顶盒厚积薄发

3.4 数字电视机顶盒发展问题对策分析

3.4.1 数字电视机顶盒产业问题对策解析

3.4.2 中国数字电视机顶盒企业生存处境尴尬

3.4.3 数字电视机顶盒的应用存在难题

3.4.4 数字电视机顶盒推广要注重公益

第四章 2014-2016年IPTV机顶盒发展分析

4.1 IPTV机顶盒概念及结构

- 4.1.1 IPTV与IP机顶盒概述
- 4.1.2 IP机顶盒的功能和类型
- 4.1.3 IP机顶盒的硬件、软件介绍
- 4.1.4 IPTV的STB终端类型
- 4.1.5 IPTV机顶盒的关键技术
- 4.1.6 IPTV机顶盒的标准及要求
- 4.2 2014-2016年IP机顶盒市场发展状况
 - 4.2.1 IPTV机顶盒发展概述
 - 4.2.2 IPTV机顶盒市场进入快速发展阶段
 - 4.2.3 IPTV抢占机顶盒高端市场
 - 4.2.4 机顶盒厂商争食IPTV市场
- 4.3 2014-2016年IP机顶盒市场问题对策分析
 - 4.3.1 阻碍IP机顶盒发展的三大问题
 - 4.3.2 IP机顶盒的模式、技术发展存在难题
 - 4.3.3 IPTV机顶盒技术标准和行业规范尚未统一
- 4.4 IP机顶盒市场机遇前景分析
 - 4.4.1 IPTV机顶盒未来发展方向
 - 4.4.2 IPTV带来机顶盒市场广阔前景
 - 4.4.3 IPTV终端产业面临发展新机遇
 - 4.4.4 网络电视机顶盒终端应用将呈现多元化
 - 4.4.5 IPTV机顶盒产品发展趋势分析
- 第五章 2014-2016年机顶盒技术发展分析
 - 5.1 2014-2016年机顶盒相关技术的研究发展
 - 5.1.1 有线机顶盒的两极发展态势
 - 5.1.2 卫星机顶盒多种技术标准共存
 - 5.1.3 IP机顶盒成技术开发领域热点
 - 5.1.4 机顶盒技术在动态中发展
 - 5.1.5 机顶盒节能技术获新突破
 - 5.1.6 动感娱乐3D高清机顶盒已研制成功
 - 5.2 2014-2016年机顶盒应用软件技术发展
 - 5.2.1 CA市场仍将洗牌
 - 5.2.2 EPG运营前景看好
 - 5.2.3 SMS市场竞争激烈
 - 5.2.4 数据广播市场分布不均匀
 - 5.2.5 VOD推广仍需时日

5.2.6 软件技术开发是未来数字机顶盒发展的核心

5.3 2014-2016年机卡分离技术发展分析

5.3.1 机卡分离启动机顶盒市场全面发展

5.3.2 机卡分离技术逐渐成熟

5.3.3 机卡分离认证规范数字电视市场

5.3.4 机卡分离规模应用需要运营商支持

5.3.5 机卡分离技术重在增值业务

5.3.6 关于机卡分离技术的思考

5.4 2014-2016年“一体机”发展状况分析

5.4.1 数字电视一体机的概念及发展概况

5.4.2 数字电视一体机发展缓慢

5.4.3 机顶盒与一体机应互相补充

5.5 机顶盒产品技术的发展趋势

5.5.1 STB技术发展几点趋势

5.5.2 机顶盒产品的多媒体终端应用趋势

5.5.3 机顶盒控制系统还有待升级

5.5.4 “机道分离”技术将带来机顶盒产业发展新局面

5.5.5 高清和互动仍将是机顶盒市场发展主旋律

5.5.6 机顶盒技术的发展方向解析

第六章 2014-2016年机顶盒市场竞争分析

6.1 中国机顶盒市场竞争状况

6.1.1 中国机顶盒市场竞争异常激烈

6.1.2 STB市场竞争加剧

6.1.3 国产机顶盒厂家在市场中的发展状况

6.1.4 中国专业机顶盒企业面临转型

6.2 机顶盒市场企业竞争格局及其优势分析

6.2.1 机顶盒市场厂商竞争格局分布

6.2.2 传统家电领域的机顶盒制造厂商

6.2.3 IT领域的机顶盒制造厂商

6.2.4 新兴专业机顶盒制造厂商

6.3 中国机顶盒市场产业链竞争热点分析

6.3.1 机顶盒产业链竞争概述

6.3.2 芯片市场发展迅速面临竞争压力

6.3.3 中间件市场竞争还未展开

6.3.4 EPG应用凸显优势

第七章 机顶盒行业相关上市公司经营状况分析

7.1 深圳市同洲电子股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

7.2 四川长虹电器股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

7.3 同方股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

7.4 青岛海信电器股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

7.5 青岛海尔股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

7.6 上市公司财务比较分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

第八章 机顶盒行业投资前景分析

8.1 机顶盒行业投资机会分析

8.1.1 机顶盒市场稳步扩充带来巨大商机

8.1.2 双向机顶盒将成市场主流

8.1.3 第二台机顶盒市场备受关注

8.2 世界机顶盒发展预测

8.2.1 未来全球机顶盒市场发展展望

8.2.2 全球机顶盒销量增速将放缓

8.2.3 世界卫星电视机顶盒市场销量预测

8.2.4 世界混合机顶盒市场规模预测

8.3 中国机顶盒产业发展前景分析

8.3.1 国内机顶盒市场前景广阔

8.3.2 市场需求促进机顶盒的发展和繁荣

8.3.3 中国数字机顶盒市场发展展望

8.3.4 中国机顶盒出口营收预测

8.3.5 2017-2022年中国数字电视机顶盒预测分析

图表目录：

图表：数字机顶盒功能的增值业务

图表：双向网络上开展的增值业务构成

图表：中国大陆数字电视机顶盒出口量及其增长情况

图表：中国大陆数字电视机顶盒出口额及其增长情况

图表：中国大陆数字电视机顶盒市场销量及其增长情况

图表：中国数字电视机顶盒市场销售额及其增长情况

图表：中国大陆数字电视机顶盒出货量占全球市场的份额

图表：中国数字电视机顶盒销量产品类型结构变化

图表：中国数字电视机顶盒区域市场销量结构

图表：全球数字机顶盒出货比例

图表：软硬分离STB的结构与PC结构的对比

图表：STB前景发展调查表

图表：STB整机市场上存在的问题

图表：国内机顶盒厂商分类

图表：2014-2016年同洲电子总资产和净资产

图表：2014-2016年同洲电子营业收入和净利润

图表：2016年同洲电子营业收入和净利润

图表：2014-2016年同洲电子现金流量

图表：2016年同洲电子现金流量

图表：2014-2016年同洲电子主营业务收入分行业

图表：2014-2016年同洲电子主营业务收入分产品

图表：2014-2016年同洲电子主营业务收入分区域

图表：2014-2016年同洲电子成长能力

图表：2016年同洲电子成长能力

图表：2014-2016年同洲电子短期偿债能力

图表：2016年同洲电子短期偿债能力

图表：2014-2016年同洲电子长期偿债能力

图表：2016年同洲电子长期偿债能力

图表：2014-2016年同洲电子运营能力

图表：2016年同洲电子运营能力

图表：2014-2016年同洲电子盈利能力

图表：2016年同洲电子盈利能力

图表：2014-2016年长虹电器总资产和净资产

图表：2014-2016年长虹电器营业收入和净利润

图表：2016年长虹电器营业收入和净利润

图表：2014-2016年长虹电器现金流量

图表：2016年长虹电器现金流量

图表：2014-2016年长虹电器主营业务收入分行业

(GYZX)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhongduan/278887278887.html>