中国有线双向网络改造及互动电视市场发展状况及预测报告（2010年版）

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《中国有线双向网络改造及互动电视市场发展状况及预测报告（2010年版）》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://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/106645106645.html

报告价格：电子版: 8000元　纸介版：9000元　电子和纸介版: 10000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

互动电视（ITV或INTERACTIVE）又称"宽带交互电视"，它将网络模块和应用软件与电视机芯融为一体，通过电话线或宽带实现网上浏览，是集宽带或电话线上网、大屏幕电视显示和数码电视三位一体的家用高亮度、高清晰度显示器。互动电视是电视数字化和网络化后的产物。随着网络技术、数字技术、多媒体技术的高速发展，互动电视在世界上很多国家已获得了很大的发展。国内有关专家估计，在未来10年我国数字互动电视的消费额将会达到100亿元人民币，将是国内最具有发展潜力的产业之一。

《中国有线双向网络改造及互动电视市场发展状况及预测报告》依托公司多年来对有线双向网络改造及互动电视的研究，结合有线双向网络改造及互动电视历年供需关系变化规律，对有线双向网络改造及互动电视内的企业群体进行了深入的调查与研究，采用定量及定性的科学研究方法撰写而成。

《中国有线双向网络改造及互动电视市场发展状况及预测报告》对我国有线双向网络改造及互动电视的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对有线双向网络改造及互动电视行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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，进出口数据主要来自海关及商务部，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报 告 目 录

序 言 2
名词释义 10
1、有线电视网定义 10
2、有线电视双向网改造意义 10
3、有线电视双向网络改造模式 11
第一章 中国有线数字电视产业发展概况 15
第一节 中国有线数字电视产业发展概况 15
1、中国有线数字电视发展历程 15
2、中国有线数字电视发展各阶段 16
3、中国有线电视数字化发展的进程 17
第二节 中国有线数字电视产业发展特征 19
1、中国有线电视数字化工作已经由点到面全面铺开 19
2、中国有线网络运营商积极探索机顶盒成本的消化及数字化后节目运营模式 19

3、中国发展较快地区有线网络运营商的数字化工作已经从城市向郊区推进 19
4、中国有线数字电视双向网络改造成为运营商工作重点 19
第三节 中国有线数字电视产业发展趋势 20
1、中国有线数字电视行业越来越多的强调服务性 20
2、中国地区网络整合初见成效，统一运营模式及设备将在区域市场进一步展开 20
2、中国有线数字电视增值业务盈利模式初现端倪 20
3、随着新媒体领域其他媒体形式的启动，节目资源将得到重新分配 21
第二章 中国有线数字双向网络市场发展 24
第一节 中国有线数字双向网络改造 24
1、中国有线数字电视双向网络改造 24
2、中国有线数字电视双向网络改造模式 25
3、中国有线数字电视双向网络改造进展 26
第二节 中国有线数字双向网络覆盖用户 27
1、中国有线数字电视双向网络覆盖用户 27
2、中国有线网络运营商发放双向机顶盒用户 28
3、中国有线数字电视具备可开通双向业务用户 29
第三节 中国有线数字实际开通双向网络用户 30
1、中国有线数字双向网络用户市场规模及构成 30
2、中国有线网络宽带用户市场规模及构成 31
第三章 中国有线数字电视增值服务市场发展 32
第一节 中国有线数字电视增值业务发展概况 32
1、中国有线数字电视增值业务发展概况 32
2、中国有线数字电视增值业务发展特征 33
3、中国有线数字电视增值业务发展趋势 34
第二节 中国数字电视增值业务费用收入概况 35
1、中国有线数字电视基本收视费用收入情况 35
2、中国有线数字电视增值业务费用收入情况 36
3、中国有线数字电视各类费用收入结构分析 40
第三节 中国数字电视增值业务发展遇到的瓶颈 41
1、以基本收视费用为主的运营模式的窘境 41
2、以单向增值业务为主的运营模式的尴尬 42
3、以双向增值业务为主的运营模式的错位 42
第四章 中国有线数字双向网络区域市场发展研究 49
第一节 东北地区 49
1、有线数字双向网络改造 49

2、有线数字双向网络覆盖用户 53
3、有线数字双向网络实际开通用户 57
第二节 华北沿海地区 60
1、有线数字双向网络改造 60
2、有线数字双向网络覆盖用户 64
3、有线数字双向网络实际开通用户 68
第三节 黄河中游地区 71
1、有线数字双向网络改造 71
2、有线数字双向网络覆盖用户 75
3、有线数字双向网络实际开通用户 79
第四节 华东沿海地区 82
1、有线数字双向网络改造 82
2、有线数字双向网络覆盖用户 86
3、有线数字双向网络实际开通用户 90
第五节 华南沿海地区 93
1、有线数字双向网络改造 93
2、有线数字双向网络覆盖用户 97
3、有线数字双向网络实际开通用户 101
第六节 长江中游地区 104
1、有线数字双向网络改造 104
2、有线数字双向网络覆盖用户 108
3、有线数字双向网络实际开通用户 113
第七节 西南地区 117
1、有线数字双向网络改造 117
2、有线数字双向网络覆盖用户 121
3、有线数字双向网络实际开通用户 125
第八节 西北地区 128
1、有线数字双向网络改造 128
2、有线数字双向网络覆盖用户 132
3、有线数字双向网络实际开通用户 135
第五章 中国有线双向互动数字电视发展研究 139
第一节 中国双向互动数字电视开展环境 139
1、中国有线双向互动数字电视政策环境 139
2、中国有线双向互动数字电视标准环境 143
3、中国有线双向互动数字电视技术环境 148

4、中国有线双向互动数字电视经营环境 151
第二节 中国双向互动数字电视服务开展的必要性 153
1、中国有线电视数字化后的商业盈利模式 153
2、双向互动数字电视在广播电视业的地位 154
3、双向互动数字电视与运营商发展的探讨 154
4、双向互动数字电视服务开展的产业必要性 155
第三节 中国有线双向互动数字电视发展现状研究 156
1、中国有线双向互动数字电视用户市场规模 156
2、中国有线双向互动数字电视设备市场规模 158
3、中国有线双向互动数字电视业务体系构成 160
4、中国有线双向互动数字电视未来庞大的发展空间 161
第四节 中国有线双向互动数字电视盈利业务及利润点 162
1、中国有线双向互动数字电视的价值定位 162
2、中国有线双向互动数字电视的盈利业务 163
3、中国有线双向互动数字电视的盈利模式 164
4、中国有线双向互动数字电视的共盈原则 165
第六章 中国有线双向互动电视发展趋势预测 166
第一节 中国有线数字电视产业发展预测 166
1、中国有线数字电视产业发展影响力估算 166
2、中国有线数字电视整体市场发展趋势预测 167
3、中国有线数字电视运营市场发展趋势预测 167
4、中国有线数字电视设备市场发展趋势预测 168
5、中国有线数字电视用户市场发展趋势预测 169
第二节 中国有线数字电视产业增值服务发展预测 170
1、中国有线数字电视产业整体增值业务收入规模预测 170
2、中国有线数字电视产业各类增值服务市场规模预测 171
3、中国有线数字电视基本服务与增值服务收入结构预测 172
第三节 中国有线双向互动数字电视市场发展预测 173
1、中国有线双向互动数字电视市场供求趋势分析 173
2、中国有线双向互动电视整体市场容量发展预测 174
3、中国有线双向互动电视网络改造市场容量发展预测 174
4、中国有线双向互动电视平台搭建市场容量发展预测 175
5、中国有线双向互动电视终端产品市场容量发展预测 176
第四节 中国有线数字互动电视投资风险及规避 177
1、中国有线双向互动电视投资风险评估 177

2、中国有线数字互动电视投资风险规避 178
附件1：温家宝主持国务院常务会决定加快推进三网融合 181
附件2：中国广播影视新媒体领域发展相关国家规划文件摘要部分 183
附件3：国家广电总局关于双向网络改造相关指导意见及规划 184

《中国有线双向网络改造及互动电视市场发展状况及预测报告（2010年版）》系统全面的调研了有线双向网络改造及互动电视的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/106645106645.html