

中国有线电视行业发展深度研究与投资前景预测报告（2023-2030年）

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《中国有线电视行业发展深度研究与投资前景预测报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202310/668084.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

一、行业相关定义

有线电视也叫电缆电视，由无线电视发展而来，仍保留了无线电视的广播制式和信号调制方式，并未改变电视系统的基本性能。有线电视是一种由观众而不是资助者支付费用的付费电视；其中有限电视网络业务主要分为基本业务、扩展业务、增值业务三大类，涉及到信号传输、视频点播、宽带接入、电视商务、视频会议等细分业务。

数据来源：观研天下数据中心整理

二、行业发展历程回顾

中国有线电视网络发展是伴随着中国有线电视不断发展而向前发展的。中国有线电视诞生于1974年，并经历了以下几个发展阶段：

（1）1974年至1983年：公用天线阶段

这一阶段可视为有线电视的初级阶段其技术特点是全频道隔频传输，一个共享天线系统可以传输五、六套电视节目。

（2）1983年至1990年：电缆电视阶段

以1985年沙市有线电视网络为标志，有线电视跨出公用天线阶段，其技术特点以电缆方式为主的企业或城域网络，邻频传输，可传输10套电视节目。有的地方开始用光缆作远程传输。

（3）1990年至今：数字化阶段

以1990年11月2日颁布的《有线电视管理暂行办法》为标志，中国有线电视进入了高速、规范、法制的轨道，朝大容量、数字化、双向功能、区域联网等方向发展。农村有线网络快速发展，发达地区基本具备有线电视村村通、户户通条件。

近年来数字化整体转换全面铺开，网络整合紧锣密鼓，中央已明确要求全国要基本实现有线网络一省一网。网络的整合使得网络资源管理难度加大，使用智能高效的网络资源管理系统对网络资源进行管理更加重要。

（4）2009年至今：下一代广播电视网应势而生

80年代的“四级办电视台”口号的提出，使得中国各地的广播电视台如雨后春笋般诞生，自此也开启了中国广电的蓬勃发展，时至今日，繁荣背后，问题开始凸显，多年以来的条块分割，导致各地广播电视网各自为政，在三网融合渐行渐近的今天，中国的广播电视开始探索整合与融合之路，下一代广播电视网应势而生。

中国下一代广播电视网是以有线电视数字化和移动多媒体广播(CMMB)的成果为基础，以自主创新的“高性能宽带信息网”核心技术为支撑，构建的适合我国国情的、“三网融合”的、有线无线相结合的、全程全网的下一代广播电视网络。通常所说的三网合一就是指有线电视网、计算机互联网和电信综合网的融合。由于几项关键技术如光通信、数字技术等取得了长足

进展，同BtIP协议逐渐一统，业界呈现出技术融合、市场融合、业务融合的大趋势。

三、行业发展现状

1、市场规模

随着科技的发展，互联网提供了更多丰富和便捷的选择，不少用户开始倾向于使用其他的媒体平台，比如网络电视、在线视频等。具体来看，2018-2022年我国有线电视市场规模整体呈下降趋势，2020年受益于疫情带来的居家风潮，用户得以重拾有线电视，其市场规模较2019年753.35亿元稍有回升为756.98亿元。2021-2022年国内有线电视市场规模降幅进一步收窄，2022年中国有线电视市场规模719.55亿元,同比下降2.04%。

资料来源：国家广播电视总局，观研天下数据中心整理

2、供应规模

据国家统计局数据显示，截至2021年12月，全国有线广播电视传输干线网络总长220.63万公里，有线电视用户2.04亿户。有线广播电视传输干线网络已成为国家重要的信息基础设施，是网络强国建设的重要组成部分。预计2022年在“三网融合”和“新基建”的推进下，有线广播电视传输干线网络总长将达到222公里左右，较2021年略有增长。

资料来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

截止2022年12月底，全国地级及以上播出机构经批准开办的高清电视频道1082个，4K超高清电视频道8个，8K超高清电视频道2个。新闻资讯类、综艺益智类电视节目高清超高清制作比例分别达到70.72%和64.99%，分别比去年提高了8.39和5.56个百分点，电视高清化超高清化进程显著加快。

3、需求规模

伴随着网络技术的快速发展，新型媒体逐渐涌现，网络电视、移动电视、手机电视等层出不穷，与传统的广播电视间日渐激烈的争夺用户的情形，造成传统广播电视地位、作用受到严重的影响，给有线电视行业带来极大的冲击，用户流失严重。截止2022年国内有线电视用户数量为1.99亿户，具体如下：

资料来源：国家广播电视总局，观研天下数据中心整理

随着互联网技术的推广普及，在电视行业竞争中，传统的有线电视遭受到新媒体IPTV、OTT电视的蚕食，有线电视实际用户规模呈逐年萎缩态势，2021年国内有线广播电视用户数占家庭总户数所占比重为44.6%，预计2022年家庭总户数所占比重将进一步下滑至43.1%左右，具体如下：

资料来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

四、行业细分市场分析

1、传统业务

传统有线电视业务主要的业务是提供不同频道的电视节目,但用户被动接收信息的服务模式无法满足其多元化的需求。现阶段,媒体资源日益丰富多样,人们获取信息的途径显著增加,更多人希望获取自身感兴趣的个性化信息内容,这对传统的有线电视业务提出了挑战。同时,当前智能手机得到广泛普及,人们倾向于利用智能手机观看各类视频,传统电视收视人群不断流失。另外,在互联网快速发展的背景下,人们获取信息的速度提高,传统电视信息传播过程需进行采编处理,导致信息传播速率降低,无法满足人们获取即时信息的需求。2022年我国有线电视行业收视维护费、付费数字电视、落地费等传统有线电视网络业务收入451.74亿元,同比下降7.35%。

资料来源:国家广播电视总局,观研天下数据中心整理

三网融合背景下,移动互联网得到广泛普及,市场份额显著增加,人们的收视习惯发生显著改变,家庭电视开机率降低,有线电视面临巨大的竞争压力。预计2030年有线电视传统业务市场规模将进一步下降至343.41亿元,具体如下:

资料来源:观研天下数据中心整理

2、增值新业务

三网融合的主要目的是通过单一网络提供统一业务。为实现统一业务的有效传输,需配备支持音频、视频等多种业务传输的网络平台。该网络平台需具备充足的带宽,以实现大数据量及高质量的信息传输。光纤通信技术可为三网融合信息传输提供充足的带宽,并可保障传输质量,且成本较低,可将其作为三网传输的核心物理载体。

现阶段,我国有线电视技术日趋成熟完善,有线电视节目的清晰度显著提高,电视容量日益扩大,这也对网络带宽提出更高要求。为此,相关机构需加强对网络带宽接入技术的研究分析,积极推进网络宽带升级,逐步提升网络宽带服务性能,以促进有线电视服务质量的持续提升。2022年国内有线电视行业增值业务等新业务收入267.81亿元,同比增长8.44%。

资料来源:国家广播电视总局,观研天下数据中心整理

国家鼓励广电、电信企业及其他内容服务、增值服务企业充分利用三网融合的有利条件,以宽带网络建设、内容业务创新推广、用户普及应用为重点,通过发展移动多媒体广播电视、IPTV、手机电视、有线电视网宽带服务以及其他融合性业务,带动关键设备、软件、系统的产业化,推动三网融合与相关行业应用相结合,催生新的经济增长点。预计2030年中国有线电视增值新业务市场规模将达到292.66亿元,具体如下:

资料来源：观研天下数据中心整理

五、行业竞争格局

2011年，中国移动是无线网络建设的代表，其他运营商也把有线和无线宽带作为发展的重点，纷纷扩大网络传输带宽以适应IPTV业务的发展。随着三大运营商的共同努力，IPTV已从几个省扩展到全国各地。面对强大的IPTV服务网络运营商和其他竞争者，国家广播管理局，电影和电视公司发布了一份文件，指出IPTV服务迄今正在实施该系统，只向中国网络电视、华谊传媒、上海传媒集团、湖南电视台、南方传媒、中央人民广播电台和中国国际广播电台颁发了7个经营许可证。IPTV节目资源整合平台由广播电视节目制作机构建立，通信网络运营商只能与广播和电视节目制作机构合作提供IPTV服务和传输节目内容。随后，广电总局在《持有互联网电视牌照机构运营管理要求》中明确同意通信网络运营商可以自行发布IPTV机顶盒，更大的竞争压力席卷而来。

因此，在基础收视业务、宽带和增值业务等方面，中国移动、中国电信及中国联通网络运营商已经成为公司的有力竞争者，有线电视行业市场主要被广电公司、中国电信、中国联通和中国移动共同瓜分。除了与三大运营商及IPTV的直面竞争，优酷、腾讯等也对目前基础业务和增值业务格局有一定影响。广告业务的竞争对手虽然较多，至少包括报纸、广告牌以及抖音、微信APP等。跨界产品的竞争对手主要是电商、品牌店以及个体经销商，例如京东、淘宝及苏宁易购等。智慧业务的竞争对手是三大运营商以及华为、中兴等其他公司。

目前我国有线电视行业主要上市运营商有华数传媒、江苏有线、电广传媒、贵广网络等，企业间相互竞争相互促进有线电视行业的发展。

中国有线电视行业主要品牌

企业名称

品牌

简介

华数传媒

公司对有线电视、数字电视网络及产业投资；数字通信产业投资；互联网及电视传媒信息服务产业投资

江苏有线

公司主要从事广电网络和广电5G的建设运营，广播电视节目传输、数据宽带业务、数字电视增值业务的开发与经营以及5G通信技术服务，对江苏省广播电视传输网络实行统一规划、统一建设、统一管理、统一运营，实现省、市、县三级网络互联互通，建设一个技术先进、性能完善、安全可靠、国内领先的有线广播电视传输平台和公共信息服务基础网络，为江苏省各地广播电视台提供优质服务和安全播出保障，为党和政府舆论宣传功能的发挥提供强有力支撑，为江苏社会经济发展和信息大省、文化强省建设做贡献。目前，公司的网络用户

规模、营收规模和利润总额均居同行业前列。

电广传媒

湖南电广传媒股份有限公司（股票简称“电广传媒”）于1999年3月在深圳证券交易所挂牌上市，被誉为“中国传媒第一股”电广传媒主营业务涵盖有线网络、文旅、投资、创新传媒业务等，经营地域以长沙、北京、上海、广州、深圳为重心辐射全国，拥有国家级重点实验室和博士后科研工作站。公司荣获“全国文化企业30强”；被中宣部授予“全国文化体制改革工作先进单位”。

贵广网络

公司是贵州省唯一的有线广播电视网络运营商，第一家文化产业上市公司，全国智慧广电领军企业。公司依托云计算、大数据、广电5G、物联网、人工智能、超高清等新兴技术，大力发展数字电视、高清互动、广电宽带、移动通信、固定电话等广播电视和通信全融合业务，持续推进“一云双网、一主三用”智慧广电新体系建设，积极构建多彩贵州“广电云”，积极推动有线无线、宽带窄带融合协同覆盖，巩固加强广播电视党媒政网主渠道、主阵地，积极打造政用、民用、商用融合创新生态链，获批建设迄今为止全国唯一的广电行业综合试验区——中国（贵州）智慧广电综合试验区。

歌华有线

北京歌华有线电视网络股份有限公司(简称"歌华有线")于1999年9月经北京市人民政府批准成立，授权负责全市有线广播电视网络的建设、经营和管理，并从事广播电视节目收转传送、视频点播、网络信息服务业务、基于有线电视网的互联网接入服务、互联网数据传送增值业务、国内IP电话业务和有线电视广告设计、制作、发布业务等。

资料来源：观研天下数据中心整理（WWTQ）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国有线电视行业发展深度研究与投资前景预测报告（2023-2030年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国有线电视行业发展概述

第一节 有线电视行业发展情况概述

一、有线电视行业相关定义

二、有线电视特点分析

三、有线电视行业基本情况介绍

四、有线电视行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、有线电视行业需求主体分析

第二节 中国有线电视行业生命周期分析

一、有线电视行业生命周期理论概述

二、有线电视行业所属的生命周期分析

第三节 有线电视行业经济指标分析

一、有线电视行业的赢利性分析

二、有线电视行业的经济周期分析

三、有线电视行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球有线电视行业市场发展现状分析

第一节 全球有线电视行业发展历程回顾

第二节 全球有线电视行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲有线电视行业地区市场分析

一、亚洲有线电视行业市场现状分析

二、亚洲有线电视行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲有线电视行业市场前景分析

第四节 北美有线电视行业地区市场分析

一、北美有线电视行业市场现状分析

二、北美有线电视行业市场规模与市场需求分析

三、北美有线电视行业市场前景分析

第五节 欧洲有线电视行业地区市场分析

- 一、欧洲有线电视行业市场现状分析
- 二、欧洲有线电视行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲有线电视行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界有线电视行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球有线电视行业市场规模预测

第三章 中国有线电视行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对有线电视行业的影响分析

第三节 中国有线电视行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 三、主要行业标准

第四节 政策环境对有线电视行业的影响分析

第五节 中国有线电视行业产业社会环境分析

第四章 中国有线电视行业运行情况

第一节 中国有线电视行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国有线电视行业市场规模分析

- 一、影响中国有线电视行业市场规模的因素
- 二、中国有线电视行业市场规模
- 三、中国有线电视行业市场规模解析

第三节 中国有线电视行业供应情况分析

- 一、中国有线电视行业供应规模
- 二、中国有线电视行业供应特点

第四节 中国有线电视行业需求情况分析

- 一、中国有线电视行业需求规模
- 二、中国有线电视行业需求特点

第五节 中国有线电视行业供需平衡分析

第五章 中国有线电视行业产业链和细分市场分析

第一节中国有线电视行业产业链综述

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、产业链运行机制
- 三、有线电视行业产业链图解

第二节中国有线电视行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对有线电视行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对有线电视行业的影响分析

第三节我国有线电视行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国有线电视行业市场竞争分析

第一节中国有线电视行业竞争现状分析

- 一、中国有线电视行业竞争格局分析
- 二、中国有线电视行业主要品牌分析

第二节中国有线电视行业集中度分析

- 一、中国有线电视行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国有线电视行业市场集中度分析

第三节中国有线电视行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国有线电视行业模型分析

第一节中国有线电视行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国有线电视行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国有线电视行业SWOT分析结论

第三节中国有线电视行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国有线电视行业需求特点与动态分析

第一节中国有线电视行业市场动态情况

第二节中国有线电视行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节有线电视行业成本结构分析

第四节有线电视行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国有线电视行业价格现状分析

第六节中国有线电视行业平均价格走势预测

一、中国有线电视行业平均价格趋势分析

二、中国有线电视行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国有线电视行业所属行业运行数据监测

第一节中国有线电视行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国有线电视行业所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节中国有线电视行业所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国有线电视行业区域市场现状分析

第一节中国有线电视行业区域市场规模分析

- 一、影响有线电视行业区域市场分布的因素
- 二、中国有线电视行业区域市场分布

第二节中国华东地区有线电视行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区有线电视行业市场分析
 - (1) 华东地区有线电视行业市场规模
 - (2) 华南地区有线电视行业市场现状
 - (3) 华东地区有线电视行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区有线电视行业市场分析
 - (1) 华中地区有线电视行业市场规模
 - (2) 华中地区有线电视行业市场现状
 - (3) 华中地区有线电视行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区有线电视行业市场分析
 - (1) 华南地区有线电视行业市场规模

(2) 华南地区有线电视行业市场现状

(3) 华南地区有线电视行业市场规模预测

第五节 华北地区有线电视行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区有线电视行业市场分析

(1) 华北地区有线电视行业市场规模

(2) 华北地区有线电视行业市场现状

(3) 华北地区有线电视行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区有线电视行业市场分析

(1) 东北地区有线电视行业市场规模

(2) 东北地区有线电视行业市场现状

(3) 东北地区有线电视行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区有线电视行业市场分析

(1) 西南地区有线电视行业市场规模

(2) 西南地区有线电视行业市场现状

(3) 西南地区有线电视行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区有线电视行业市场分析

(1) 西北地区有线电视行业市场规模

(2) 西北地区有线电视行业市场现状

(3) 西北地区有线电视行业市场规模预测

第十一章 有线电视行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国有线电视行业发展前景分析与预测

第一节中国有线电视行业未来发展前景分析

一、有线电视行业国内投资环境分析

二、中国有线电视行业市场机会分析

三、中国有线电视行业投资增速预测

第二节中国有线电视行业未来发展趋势预测

第三节中国有线电视行业规模发展预测

一、中国有线电视行业市场规模预测

二、中国有线电视行业市场规模增速预测

三、中国有线电视行业产值规模预测

四、中国有线电视行业产值增速预测

五、中国有线电视行业供需情况预测

第四节中国有线电视行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国有线电视行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国有线电视行业进入壁垒分析

一、有线电视行业资金壁垒分析

二、有线电视行业技术壁垒分析

三、有线电视行业人才壁垒分析

四、有线电视行业品牌壁垒分析

五、有线电视行业其他壁垒分析

第二节有线电视行业风险分析

一、有线电视行业宏观环境风险

二、有线电视行业技术风险

三、有线电视行业竞争风险

四、有线电视行业其他风险

第三节中国有线电视行业存在的问题

第四节中国有线电视行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国有线电视行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国有线电视行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国有线电视行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节有线电视行业营销策略分析

一、有线电视行业产品策略

二、有线电视行业定价策略

三、有线电视行业渠道策略

四、有线电视行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202310/668084.html>