

2021-2027年中国有线数字 电视增值业务行业发展趋势与市场年度调研报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国有线数字电视增值业务行业发展趋势与市场年度调研报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202105/221662.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

增值服务发展的方向应该包含三个层面：1，内容的增值2，业务的增值3，性能和功能的增值。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国有线数字电视增值业务行业发展趋势与市场年度调研报告》共十二章。首先介绍了有线数字电视增值业务行业市场发展环境、有线数字电视增值业务整体运行态势等，接着分析了有线数字电视增值业务行业市场运行的现状，然后介绍了有线数字电视增值业务市场竞争格局。随后，报告对有线数字电视增值业务做了重点企业经营状况分析，最后分析了有线数字电视增值业务行业发展趋势与投资预测。您若想对有线数字电视增值业务产业有个系统的了解或者想投资有线数字电视增值业务行业，本报告是您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。

报告目录：

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 2014-2019年全球有线数字电视增值业务发展概况分析

第一节 2014-2019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、2021-2027年全球有线数字电视增值业务发展趋势分析

第二节 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019年中国有线数字电视增值业务发展环境分析

第一节 2014-2019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 2014-2019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、“十三五”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 2014-2019年中国有线数字电视增长业务发展社会环境分析

第四章 2014-2019年中国有线数字电视增值业务运行态势分析

第一节 2014-2019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 2014-2019年中国有线数字电视增值业务发展存在问题

第三节 2014-2019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 2014-2019年中国有线数字电视增值业务运营主体综述

第一节 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019年中国有线数字电视增值业务构成及平台搭建

第一节 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019年中国有线数字电视增值业务搭建平台情况分析

第七章 2014-2019年中国有线数字电视增值业务用户市场分析

第一节 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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、2014-2019年公司成长性分析

三、2014-2019年公司财务能力分析

四、2014-2019年公司偿债能力分析

五、2014-2019年公司现金流量分析表

六、2014-2019年公司经营能力分析

七、2014-2019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、2014-2019年公司成长性分析

三、2014-2019年公司财务能力分析

四、2014-2019年公司偿债能力分析

五、2014-2019年公司现金流量分析表

六、2014-2019年公司经营能力分析

七、2014-2019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、2014-2019年公司成长性分析

三、2014-2019年公司财务能力分析

四、2014-2019年公司偿债能力分析

五、2014-2019年公司现金流量分析表

六、2014-2019年公司经营能力分析

七、2014-2019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 2014-2019年中国有线电视行业发展态势浅析

第一节 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2021-2027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 2021-2027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 2021-2027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 2021-2027年中国有线数字电视增值业务盈利预测分析

第十二章 2021-2027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 2021-2027年中国有线数字电视增值业务投资环境分析

第二节 2021-2027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 2021-2027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 建议

图表目录：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 2021-2027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 2014-2019年中国GDP增长状况

图表 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019年北京歌华有线电视网络股份有限公司成长性分析

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202105/221662.html>