

2008年中国数字电视产业投资发 展预测报告

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

《2008年中国数字电视产业投资发展预测报告》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/200805/202.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

第一章、数字电视的定义及其相关要素

第一节、数字电视的概念

一、数字电视的定义

二、数字电视基本特点

三、数字电视的用途

四、数字电视的产生发展

第二节、数字电视与相关概念区别

一、数字电视和数字电视机之间的关系

二、数字电视与数字高清电视

三、数字电视与传统电视的不同点

四、模拟电视和数字电视之间的区别

五、数字电视和网络电视的异同

第三节、数字电视的分类

一、按信号传输方式分类

二、按产品类型分类

三、按清晰度分类

四、按显示屏幕幅型分类

五、按扫描线数（显示格式）分类

第四节、数字电视传输方式

一、卫星数字电视

二、有线数字电视

三、地面数字电视

第二章、世界数字电视产业

第一节、世界环境概述

一、世界数字电视发展状况

二、全球数字电视市场发展概况

三、世界数字电视业务的市场特点

四、外国发展数字电视产业政府起主导作用

五、2007年全球数字电视发展迅速

第二节、欧洲市场

- 一、欧洲数字电视发展概述
- 二、欧洲成员国数字电视发展状况
- 三、欧洲从四个方向推进数字电视
- 四、欧洲加速卫星传输数字电视普及
- 五、欧洲地面数字电视在探索中发展

第三节、亚洲

- 一、亚洲数字电视的天线与馈线系统分析
- 二、亚洲国家有线电视市场
- 三、亚洲数字电视发展面临的问题分析
- 四、亚洲国家发展数字电视的策略
- 五、亚洲国家加强数字电视建设的建议

第四节、美国

- 一、美国的数字电视和传统电视
- 二、美国向数字电视转变现状
- 三、美国发展数字电视的策略分析
- 四、美国数字电视的发展经验
- 五、2009年美国将全面进入数字电视时代

第五节、英国

- 一、英国数字电视发展概述
- 二、英国数字电视的发展现状
- 三、英国数字电视家庭普及率接近75%
- 四、英国政府发展电视模转数的原因分析
- 五、从不同角度分析英国完成数字切换面临主要问题
- 六、英国数字电视发展对产业和商业运营的启示

第六节、韩国

- 一、韩国CJ CableNet的商业运营系统分析
- 二、韩国政府为加强数字电视的国际竞争力对其免税
- 三、韩国数字电视地面传输采用美国ATSC标准
- 四、2012年韩国将全部转换为数字电视频率

第三章、中国数字电视产业

第一节、中国数字电视产业发展现状

- 一、中国数字电视的行业背景

二、中国数字电视产业的特点

三、2006年中国数字电视产业发展现状分析

四、数字电视平移重心开始进入二三级城市

五、数字电视大举进攻农村

第二节、数字电视标准分析

一、世界三大数字电视标准介绍

二、中国数字电视标准化工作进展分析

三、2006年中国数字电视标准收获大

四、2007年8月1日起中国强制实施数字电视地面传输标准

五、数字电视国标的瓶颈分析

第三节、中国数字电视的产业化

一、数字电视产业化是标准之后的重点

二、电视内容关系到数字电视产业发展全局

三、国家多部委联手扶持力挺数字电视产业化

四、中国数字电视向产业化运作努力

五、数字电视产业化被标准缺乏制约

六、数字电视产业化价值判断错位困窘

第四节、中国数字电视产业化的模型

一、青岛模式

二、杭州模式

三、佛山模式

四、太原模式

第四章、中国数字电视市场

第一节、中国数字电视市场发展现状

一、中国数字电视的市场动因分析

二、数字市场发展客观规律

三、中国国内市场需求分析

四、广电赢利空间的打开

五、中国数字电视市场迈入“圈地阶段”

第二节、2005-2007年国内数字电视用户数量分析

一、2005年中国数字电视用户数量

二、2006年中国数字电视用户数量

三、2007年3月中国数字电视用户数量

四、中国数字电视用户增长趋势与收视需求简析

第三节、中国付费数字电视市场的推进策略分析

一、整合丰富电视节目并尽快显现其优势

二、在电视节目频道设计及节目编排上要独具特色

三、降低终端用户门槛

四、整合网络和数据宽带网络

五、增强付费数字电视的宣传

第四节、数字电视市场发动的因素

一、数字电视市场巨大的诱惑

二、网络支持

三、节目的支持

四、市场蕴藏无限商机

第五节、中国数字电视市场存在的问题

一、用户瓶颈

二、模式之困

三、内容的制约

四、数字电视运营商之间的竞争

第六节、中国数字电视市场的民资和外资

一、民营资本难解数字电视困境

二、融资政策紧缩数字电视禁止民资运营

三、中国允许外资投资数字电视

四、外资不能涉足经营领域

第五章、数字机顶盒与数字电视

第一节、数字机顶盒概述

一、数字机顶盒的定义

二、数字机顶盒的种类

三、数字机顶盒基本构成

四、数字机顶盒的价值分析

第二节、中国数字机顶盒发展现状分析

一、数字机顶盒技术发展现状

二、数字机顶盒芯打破国际技术垄断

- 三、中国数字机顶盒行业厂商分类
- 四、中国数字机顶盒经营现状
- 五、国内专业机顶盒企业遭竞争对手挤压
- 六、机顶盒企业遭遇欧洲专利门事件

第三节、数字电视机顶盒的市场

- 一、数字电视机顶盒的销售
- 二、数字电视机顶盒市场概述
- 三、数字电视机顶盒市场应用现状探析
- 四、数字电视机顶盒价格高成竞争障碍

第四节、机顶盒的消费者分析

- 一、中国机顶盒市场消费者认知程度
- 二、机顶盒市场消费者购买需求
- 三、机顶盒市场消费者购买行为
- 四、机顶盒市场消费者可接受价格分析

第五节、数字机顶盒研发现状

- 一、STB系统
- 二、STB产品类别
- 三、STB的通信方式
- 四、接入能力
- 五、业务配备现状
- 六、功能配置

第六节、数字机顶盒发展趋势分析

- 一、数字电视推动机顶盒产业飞速发展
- 二、数字电视机顶盒的发展前景与策略分析
- 三、中国数字机顶盒市场发展预测
- 四、数字机顶盒的发展前景广阔

第六章、芯片与数字电视

第一节、芯片产业现状

- 一、中国的芯片产业现状
- 二、中国芯片产业“大制造”成型
- 三、中国芯片产业要存有危机感
- 四、中国芯片产业增长速度将超越美国

第二节、中国芯片设计产业状况分析

- 一、启蒙时代的生存现状
- 二、率众突围的使命
- 三、坚实可靠的国家后盾
- 四、中国主要芯片设计企业介绍
- 五、中国芯片设计业呈现跳跃发展的局面

第三节、芯片市场

- 一、世界芯片市场四大领域的特点分析
- 二、全球芯片市场竞争激烈
- 三、全球芯片业市场整合速度不断加快
- 四、中国是国际最大芯片市场
- 五、中国芯片市场上的经销商

第四节、数字电视芯片

- 一、国际芯片大厂积极向数字电视市场进军
- 二、数字电视市场及其芯片发展
- 三、中国高清数字电视芯片实现自产
- 四、中国数字电视芯片工艺标准的融合
- 五、2007年中国发布第一枚地面数字电视国标芯片

第七章、数字电视技术

第一节、数字电视技术的发展

- 一、数字电视技术发展概述
- 二、数字电视技术的应用
- 三、高清晰度电视技术
- 四、模拟电视技术中的数字技术

第二节、数字电视的相关技术介绍

- 一、数字电视广播流程和实现手段
- 二、数字电视关键技术
- 三、数字电视信源编解码技术
- 四、数字电视的复用系统
- 五、数字电视的信道编解码和调制解调

第三节、数字电视“专利技术”

- 一、国内外数字电视专利技术发展概况

二、历年各国家地区的专利发展情况分析

三、中国数字电视领域专利申请人情况

四、数字电视的专利战略解析

第四节、数字电视地面广播技术

一、数字电视地面广播

二、数字电视地面广播需求条件

三、数字电视地面广播系统技术难点分析

四、数字电视地面广播技术应用前景展望

五、中国制定传输标准必要性、可行性及技术要求

第五节、数字电视技术与节目形态研究

一、数字电视技术的含义

二、数字电视技术与传统电视节目的形态创新分析

三、数字电视技术与数字电视新媒体节目的形态创新分析

第八章、中国开展数字电视的主要地区

第一节、北京

一、北京数字电视价格运营服务还不到位

二、北京数字电视付费市场上的价格风波

三、北京数字电视市场准备利用外资做大

四、北京数字电视市场的前景光明

五、2007年北京数字电视用户数量预测

第二节、上海市

一、上海数字电视发展概述

二、上海市数字电视的地面广播系统探析

三、上海进入数字付费电视时代

四、上海数字付费电视将按档次收费

五、2008年底上海市区普及数字电视

六、上海市数字电视的发展战略

第三节、深圳市

一、深圳数字电视发展概述

二、深圳数字电视产业化发展优势

三、深圳着力打造数字电视产业链

四、2005年深圳数字电视年产值居中国前列

五、2006年深圳全面跨入数字电视时代

六、2006年深圳数字电视整转率超过90%

第四节、杭州

一、杭州市数字电视发展特点

二、杭州数字电视发展位居全国前列

三、杭州数字电视模式创新意义分析

四、杭州数字电视开始大规模的转换

五、杭州数字电视革命分析

六、2006年杭州数字电视用户率先破百万

第五节、青岛

一、青岛数字电视运营模式获得成功

二、青岛成为第一个有线数字电视示范城

三、青岛的移动数字电视项目介绍

四、青岛向数字电视全面切换进军

五、青岛郊区有线电视数字化工作全面开始

六、青岛市高清数字电视发展规划

第六节、太原

一、太原数字电视整体平移见成效

二、太原市数字电视的推广

三、太原市网络及数字电视发展的状况

四、太原市数字电视推进整体转换对其瓶颈的突破

五、太原市数字电视整体转换的启示

第七节、佛山

一、佛山市有线数字电视的发展现状

二、佛山市有线数字电视业务及运营

三、佛山模式的数字电视并没有被广电总局停止

四、佛山数字电视整体转换规划

第九章、网络电视（IPIV）

第一节、IPTV的定义及相关要素

一、IPTV的定义

二、IPIV的基本特征

三、IPTV相关标准与组织介绍

四、IPIV的运营模式

五、IPIV的商业模式及盈利模式

第二节、网络电视的国际市场

一、世界IPTV的用户规模

二、世界IPTV的市场规模

三、2006年世界网络电视发展现状

四、亚洲网络电视的用户规模

五、2008年世界各洲交互网络电视市场价值

第三节、中国网络电视产业

一、中国IPTV发展现状分析

二、2005中国网络电视产业的发展

三、中国网络电视的产业政策

四、中国网络电视发展中存在的问题

五、电信运营网络电视的主要障碍及对策

第四节、中国网路电视市场

一、中国网络电视的安装用户规模

二、中国网络电视的市场规模

三、中国网络电视分类市场规模比较

四、消费者分析

第五节、影响网络电视发展的因素

一、影响中国IPTV市场发展的四大因素

二、替代竞争

三、政策管制

四、成本与价格

五、获利点

六、内容

七、商业模式

第六节、网络电视发展前景预测

一、中国网络电视市场前景光明

二、2011年全球网络电视用户将达1亿

三、中国网路电视消费市场发展趋势

四、中国网路电视运营市场发展趋势

五、中国网路电视制造市场发展趋势

六、中国网路电视四大增值业务预测

第十章、手机电视业务

第一节、手机电视业务概述

一、手机电视业务的定义

二、手机电视业务的特点

三、手机电视的技术支持条件

四、手机电视的技术应用发展

五、手机电视业务的运营模式分析

六、手机电视的技术标准分析

第二节、世界手机电视业务发展分析

一、国际手机电视业务发展现状

二、韩国

三、美国

四、日本

五、欧洲

第三节、中国手机电视业务发展现状

一、中国手机电视业务开始发展

二、当前手机电视业务仍在探索期

三、国内手机电视业务加快建设步伐

四、从技术的角度看待手机电视业务的发展

第四节、手机电视业务的发展瓶颈

一、手机电视业务面临的矛盾

二、手机电视业务发展障碍分析

三、多种标准并存导致手机电视纷争不断

四、制约手机电视发展的瓶颈在于终端

第五节、手机电视业务发展趋势分析

一、全球手机电视趋势预测

二、中国手机电视发展前景预测

三、手机电视的融合发展势头

四、满足客户需求的发展趋势

五、服务费用多样化的发展趋势

第十一章、数字电视运营企业分析

第一节、中视传媒

一、公司简介

二、2006-2007年第一季度中视传媒经营状况分析

三、中视传媒面临的市场竞争格局

四、中视传媒发展战略

第二节、歌华有线

一、公司简介

二、2006-2007年第一季度歌华有线经营状况分析

三、歌华有线的主要优势和困难

四、2007年度歌华有线发展规划分析

第三节、广电网络

一、公司简介

二、2006-2007年第一季度广电网络经营状况分析

三、广电网络经营中的问题与困难以及解决方案

四、广电网络未来发展的展望

第四节、东方明珠

一、公司简介

二、2006-2007年第一季度东方明珠经营状况分析

三、东方明珠未来发展展望

四、东方明珠未来发展战略

第五节、同方股份

一、公司简介

二、2006-2007年第一季度同方股份经营状况分析

三、2006年同方股份数字电视系统建设概况

四、2007年同方股份业务展望

第六节、电广传媒

一、公司简介

二、2006-2007年第一季度电广传媒经营状况分析

三、2006年电广传媒经营项目分析

四、电广传媒未来发展的展望

第十二章、数字电视的运营

第一节、数字电视机运营的现状

- 一、数字电视业务运营的体系结构
- 二、中国数字电视运营的市场策略
- 三、中国部分省市数字电视运营概况
- 四、中国数字电视运营的整体转换及其技术支持
- 五、对中国数字电视运营的思考

第二节、数字电视运营模式分析

- 一、商业模式的确立是关键
- 二、数字电视运营模式亟欲改进
- 三、中国发展数字电视运营模式的建议
- 四、中国数字电视发展运营模式的新思路

第三节、中国有线数字电视商业运营的基本规律

- 一、产业定位
- 二、商业模式
- 三、产品
- 四、市场与销售
- 五、数字电视互动多媒体时代及其带来的产业变化
- 六、发展战略

第四节、数字电视运营商

- 一、网络运营商面对的问题
- 二、节目（内容）运营商
- 三、服务运营商
- 四、中国省级数字电视的市场需求及运营策略
- 五、有线电视运营商寻找数字电视的盈利模式

第十三章、数字电视的问题及对策

第一节、中国数字电视存在的障碍

- 一、网络整合困难
- 二、标准滞后
- 三、内容匮乏
- 四、终端不足
- 五、市场不成熟

第二节、中国数字电视发展受阻的内外因素

- 一、政策扶持喜忧参半
- 二、不成熟市场又遭遇重量级竞争对手
- 三、标准的缺失
- 四、电视内容的缺少
- 五、支离破碎的网络
- 六、中央电视台和地方电视台的竞争
- 七、合作伙伴的单一且利益分配模糊

第三节、数字电视产业化中核心技术的问题

- 一、芯片设计
- 二、软件
- 三、CA、CA移植或机卡分离
- 四、机顶盒系统集成

第四节、中国数字电视市场存在的主要问题

- 一、市场启动乏力
- 二、标准的缺失使得企业不敢尽情投入
- 三、内容不足以吸引用户
- 四、没有掌握核心技术

第五节、中国发展数字电视的主要思路及对策

- 一、科学的制定中国数字电视发展战略
- 二、实现数字电视产业链环节之间的良性互动
- 三、推动体制及经营模式创新
- 四、内外市场并重
- 五、出台相关法规与政策

第六节、中国数字电视整体转换策略

- 一、政府的支持
- 二、改变用户收视习惯
- 三、赢利模式的构建
- 四、开放平台的搭建
- 五、增值业务的拓展
- 六、降低技术风险

第十四章、数字电视投资分析

第一节、投资机会

- 一、中国数字电视产业投资机会分析
- 二、2007-2008年中国将迎来数字电视的投资热潮
- 三、数字电视终端设备产业具有很大投资价值
- 四、数字电视产业链投资机会比较大

第二节、数字电视SWOT分析

- 一、数字电视的优势
- 二、数字电视劣势
- 三、数字电视的机遇
- 四、数字电视发展面临的挑战

第三节、数字电视的合作竞争策略

- 一、节目播送者
- 二、有线网络及卫星运营商
- 三、电信运营商
- 四、内容提供商

第四节、投资风险

- 一、数字电视产业综合投资风险分析
- 二、专利权的痛楚
- 三、数字电视投资困境
- 四、数字电视的投资隐患

第十五章、数字电视的前景与趋势

第一节、中国数字电视市场的发展预测

- 一、2008年中国数字电视的市场预测
- 二、2010年中国数字电视终端市场将达4200亿
- 三、2007-2011年中国有线数字电视发展预测
- 四、中国数字电视市场潜力巨大

第二节、数字电视技术发展方向

- 一、中国数字电视产品发展趋势
- 二、数字电视的技术发展方向分析
- 三、数字电视一体化发展方向
- 四、2012年前数字电视信号将全面取代模拟信号

附录

附录一：国家广电总局发布建立有线数字电视技术新体系的实施意见

- 附录二：关于推进广播电视有线数字付费频道运营产业化的意见
- 附录三：《广电有线数字付费业务管理暂行办法》
- 附录四：《卫星地面接收设施接收外国卫星传送电视节目管理办法》
- 附录五：《广播电视设施保护条例》
- 附录六：《有线电视管理暂行办法》实施细则
- 附录七：城市社区有线电视系统管理暂行办法
- 附录八：关于加强地面数字电视试验管理的通知
- 附录九：关于有线电视台、站电视节目管理的暂行规定
- 附录十：《广播电视管理条例》
- 附录十一：《互联网等信息网络传播视听节目管理办法》

图表目录：

- 图表1 电视系统的三大组成部分
- 图表2 数字电视节目的特点
- 图表3 数字电视提供的服务及所属类别
- 图表4 中国未来数字电视接收机组成的示意图
- 图表5 模拟电视与数字电视之间的区别
- 图表6 数字电视广播系统的原理图
- 图表7 2001年全球数字电视观众的分布
- 图表8 全球数字电视业务分析
- 图表9 欧洲各国有线电视连接数字传输用户的数量
- 图表10 1998年-2007年欧洲数字电视的发展形势
- 图表11 2004年-2009年欧洲数字电视的普及率
- 图表12 BLACK MOUNTAIN站塔天线的替换与升级
- 图表13 WILLOUGHBY站点天线的升级
- 图表14 射频链，包括发射机、合成器、接插板、馈线及天线之间的关系
- 图表15 LOOKOUT HILL站点天线的替换
- 图表16 世界部分国家宽带的收费标准
- 图表17 世界各国数字电视的普及率
- 图表18 CJCABLENET数字电视系统示意图
- 图表19 马赛克电子节目菜单（MOSAICEPG）界面
- 图表20 2002-2006年中国有线数字电视用户数量及增长率

- 图表21 中国有线模拟电视及有线数字电视的地区分布情况
- 图表22 数字电视三种标准的比较
- 图表23 技术接受生命周期
- 图表24 中国彩电市场情况
- 图表25 1995年-2002年中国彩电市场容量的发展趋势
- 图表26 彩电拥有量情况
- 图表27 用户消费曲线规律
- 图表28 2007年1-3月份全国有线数字电视用户情况
- 图表29 2007年3、4月份全国有线数字电视新增用户分布情况
- 图表30 2007年3月全国不同CA品牌发卡量情况
- 图表31 2002-2008年中国数字电视用户规模及预测
- 图表32 2005、2006年全国电视观众电视机接收系统比例对比(%)
- 图表33 2005、2006年不同地域数字电视用户所占比例对比
- 图表34 2005、2006年不同城市数字电视用户所占比例对比
- 图表35 2005、2006年城乡数字电视用户所占比例对比
- 图表36 数字电视用户与全国电视观众生活态度同意度对比
- 图表37 2006年数字电视观众与全国电视观众分背景收视时长对比
- 图表38 2006年数字电视观众与全国观众喜爱收看的节目类型对比
- 图表39 2007年全球CABLE MODEM的客户分布
- 图表40 数字电视广播的接收码示意图
- 图表41 数字机顶盒软硬件环境
- 图表42 机顶盒销售渠道比较
- 图表43 中国各省有线电视网络整合现状
- 图表44 数字电视标准立项及通过情况
- 图表45 机顶盒市场规模趋势预测
- 图表46 受访者是否听说过机顶盒这种产品
- 图表47 不同年龄的受访者对机顶盒的了解状况
- 图表48 参观海信机顶盒展位的消费者的年龄构成
- 图表49 不同收入阶层对上网方式的选择(%)?
- 图表50 消费者在展位前驻留时间及相关行为的对比分析(%)
- 图表51 年龄不同的消费者在展位前的行为分析(%)
- 图表52 受访者可以接受的机顶盒的价格

- 图表53 不同职业受访者可以接受的机顶盒的价格
- 图表54 不同年龄受访者可以接受的机顶盒的价格
- 图表55 早期数字机顶盒电路图
- 图表56 新旧两种WEBTV终端的功能比较
- 图表57 2001年实现商品化的A/V系统
- 图表58 2002年-2005年6月珠海炬力集成电路设计有限公司营业额
- 图表59 数字电视芯片组价格走势
- 图表60 2002年-2006年全球电视机出货量与数字电视比例
- 图表61 2003年-2007年数字电视芯片销售成长图
- 图表62 数字电视的广播流程
- 图表63 中国在北京试验的系统样机框图
- 图表64 各国数字电视标准对比
- 图表65 数字电视领域专利申请量的逐年变化趋势
- 图表66 各国数字电视的主要标准
- 图表67 各国家地区在中国专利申请量比较
- 图表68 各国在中国专利申请量的逐年变化趋势
- 图表69 数字电视专利技术国外申请人排序
- 图表70 数字电视专利技术国内申请人排序
- 图表71 移动电视示意图
- 图表72 公交车上的移动电视
- 图表73 手机电视示意图
- 图表74 DVB-H所扮演的角色
- 图表75 时间分片技术
- 图表76 数字多媒体移动电视系统
- 图表77 1999年-2002年数字电视增值服务的增长率
- 图表78 中国数字电视发展规划
- 图表79 IPTV业务核心框架结构
- 图表80 IPTV ANYTIME ANYWHERE模型图
- 图表81 ISMA体系架构
- 图表82 DRM功能体系架构
- 图表83 流文件格式列表
- 图表84 中心式内容管理服务示意图

- 图表85 分布式内容管理服务示意图
- 图表86 网络电视技术模式示意图
- 图表87 IPTV的商业模式
- 图表88 IPTV的价值链模型
- 图表89 IPTV ARPU收入变化趋势
- 图表90 2004年-2008年全球IPTV用户的规模
- 图表91 2004年-2008年全球IPTV市场的规模
- 图表92 2004年-2008年亚洲IPTV用户的规模
- 图表93 2008年全球各大洲IPTV市场价格
- 图表94 IPTV的监管体制
- 图表95 IPTV、手机电视和数字电视的吸引力
- 图表96 用户收看IPTV各电信运营商被选择的比重
- 图表97 网络电视IPTV的内容及应用示意图
- 图表98 网络电视IPTV产业链示意图
- 图表99 2003年-2007年中国IPTV安装用户的规模
- 图表100 2004年-2008年中国IPTV市场规模
- 图表101 2005年-2008年中国IPTV分类市场规模比较
- 图表102 用户对IPTV的认知度
- 图表103 用户希望IPTV能够提供的点播节目
- 图表104 用户对IPTV付费方式的选择倾向
- 图表105 2000年-2005年6月中国宽带用户规模与增长
- 图表106 中国IPTV产业链示意图
- 图表107 2005年-2010年中国IPTV规模
- 图表108 通过广播网络实现手机电视的主要技术
- 图表109 主要的电视手机技术比较
- 图表110 2005-2010年全球电视手机市场规模
- 图表111 手机与电脑、电视的交叉结合
- 图表112 网络增长与播放方式
- 图表113 2006年中视传媒主要财务数据
- 图表114 2006年中视传媒非经常性损益项目和金额
- 图表115 2004-2006年中视传媒主要会计数据及财务指标
- 图表116 2006年中视传媒主营业务按行业划分的构成情况

- 图表117 2006年中视传媒主营业务按地区划分的构成情况
- 图表118 2006年中视传媒主营业务分行业的情况
- 图表119 2006年中视传媒主营业务分地区的情况
- 图表120 2007年第一季度中视传媒主要财务数据
- 图表121 2007年第一季度中视传媒非经常性损益项目及金额
- 图表122 2007年第一季度中视传媒利润表
- 图表123 2006年歌华有线主要财务数据
- 图表124 2006年歌华有线非经常性损益项目及金额
- 图表125 2004-2006年歌华有线主要会计数据及财务指标
- 图表126 2006年歌华有线主营业务分行业、产品情况表
- 图表128 2006年歌华有线主营业务分地区情况表
- 图表127 2007年第一季度歌华有线主要会计数据及财务指标
- 图表128 2007年第一季度歌华有线非经常性损益项目及金额
- 图表129 2007年第一季度歌华有线利润表
- 图表130 2006年广电传媒主要财务数据
- 图表131 2006年广电传媒非经常性损益项目及金额
- 图表132 2004-2006年广电传媒主要会计数据及财务指标
- 图表133 2006年广电传媒净资产收益率
- 图表134 2006年广电传媒主营业务分行业、产品情况
- 图表135 2006年广电传媒主营业务分地区情况
- 图表136 2007年第一季度广电传媒主要会计数据及财务指标
- 图表137 2007年第一季度广电传媒利润项目
- 图表138 2007年第一季度广电传媒利润表
- 图表139 2006年东方明珠主要财务数据
- 图表140 2006年东方明珠非经常性损益项目及金额
- 图表141 2004-2006年东方明珠主要会计数据及财务指标
- 图表142 2006年东方明珠主营业务分行业、产品情况表
- 图表143 2006年东方明珠主营业务分地区情况表
- 图表144 2007年第一季度东方明珠主要会计数据及财务指标
- 图表145 2007年第一季度东方明珠非经常性损益项目及金额
- 图表146 2007年第一季度东方明珠利润表
- 图表147 2006年同方股份利润总额及构成

- 图表148 2004-2006年同方股份主要会计数据及财务指标
- 图表149 2006年同方股份利润指标说明
- 图表150 2006年同方股份非经常性损益项目和金额
- 图表151 2006年同方股份按行业和应用领域分类的经营收入构成
- 图表152 2006年同方股份按地区分类的经营收入构成
- 图表153 2006年同方股份利润表的各项财务比率
- 图表154 2004-2006年同方股份收入及毛利率
- 图表155 2007年第一季度同方股份主要会计数据及财务指标
- 图表156 2007年第一季度同方股份非经常性损益项目及金额
- 图表157 2007年第一季度同方股份非经常性损益项目及金额
- 图表158 2006年电广传媒主要利润指标
- 图表159 2006年电广传媒非经常性损益项目和金额
- 图表160 2004-2006年电广传媒主要会计数据及财务指标
- 图表161 2006年电广传媒利润数据表
- 图表162 2006年电广传媒主营业务经营情况表
- 图表163 2006年电广传媒主营业务分地区情况表
- 图表164 2007年第一季度电广传媒主要会计数据及财务指标
- 图表165 2007年第一季度电广传媒非经常性损益项目及金额
- 图表166 2007年第一季度电广传媒利润表
- 图表167 数字电视整体转换各方所形成的压力连
- 图表168 技术服务保障体系
- 图表169 机顶盒软、硬件结构
- 图表170 MBT总体结构图
- 图表171 DVB条件接受通知接口的原理图
- 图表172 2005-2009中国数字电视机顶盒数量
- 图表173 2005-2009中国数字电视机顶盒结构
- 图表174 2005-2009中国数字电视机市场销售量及增长
- 图表175 2005-2009中国数字电视机市场销售额及增长
- 图表176 2003年全球数字电视用户数量分析
- 图表177 2007-2011年有线数字电视用户预测
- 图表178 监管平台系统结构图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200805/202.html>