

2009-2010年中国数字电视 前端系统硬件设备发展状况及竞争格局走势报告

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

《2009-2010年中国数字电视前端系统硬件设备发展状况及竞争格局走势报告》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/200911/30564.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

从中国数字电视产业近几年的发展可以看到，前期数字电视前端系统硬件市场主要由国外企业主导，随着国内企业研发实力及产品性能的提升，国内前端系统硬件产品越来越多的被网络运营商关注和使用，竞争导致企业并购和从行业内消失的情况时有发生，市场正在慢慢呈现集中的态势。

在中国数字电视前端系统硬件设备市场的厂商主要来自两股力量，第一股是来自国外的优秀前端设备厂商如：美国SA、美国Harmonic、美国Bigband、英国Tandberg、以色列Scopus等国外厂商，第二股是来自国内的新生力量如：数码视讯、华为等国内厂商。

在数字电视前端系统硬件设备市场，品牌分化已经基本形成。在以数码视讯、华为、国外厂商组成的第一阵营当中，国内广电系统硬件市场两大国内品牌占据半壁江山有半数以上的市场被数码视讯和华为所占据。在国外厂商当中，各厂家市场份额比较接近。此外，国内开始涌现出一些新兴硬件厂商开始在低端市场占据了一定的市场份额。

随着全国数字电视整转工作的深化，平移工作的重点已从东部沿海地区逐渐向华中等中部地区转移，数字电视平移工作将逐步在更大的范围内展开，深化数字电视整转工作将是这一时期的目标和特点。预计至2009年底华中、华北、华东等东部地区仍将保持快速发展的势头，西部地区以及东北地区在这段时间中的变化不是很大。

报告写作目的是为终端厂商、有线网络运营商、数字电视前端系统硬件开发厂商、数字电视前端系统硬件市场潜在进入者、数字电视前端系统硬件设备投资商等了解前端系统市场、产品开发、开展合作、投资等提供一份有益的参考资料。

一、中国数字电视前端系统地区招标采购情况（2009年1-6月）

1、地区招标采购情况（1-6月）

截至2009年6月底，随着全国数字电视整转工作的深化，平移工作的重点已从东部沿海地区逐渐向华中等中部地区转移，数字电视平移工作将逐步在更大的范围内展开，深化数字电视整转工作将是这一时期的目标和特点。预计至2009年底华中、华北、华东等东部地区仍将保持快速发展的势头，西部地区以及东北地区在这段时间中的变化不是很大，2009年1-6月份，全国有线数字电视前端系统招标次数为60次。

2、招标级别统计（1-6月）

截至2009年6月底，部分广电运营商的工作重点已经从省级、地市级转变到县级项目上。

3、招标类型构成（1—6月）

截至2009年6月底，中国数字电视前端硬件市场总额近2亿人民币，单机设备采购额超过2009年上半年全国硬件设备采购总数的50%。集成式前端硬件设备在国内呈现快速增长趋势

, CMMB、马赛克视频导视等作为新的市场需求得到越来越多国内外供应商的重视。

二、中国数字电视前端系统设备厂商整体中标情况（2009年1-6月）

1、各厂商整体中标情况（1-6月）

截至2009年6月底，中国数字电视前端市场招标次数为60次，国内数字电视前端硬件市场招标项目中，数码视讯以其37%的中标率处于领先地位。华为继续在硬件市场中保持平稳趋势，国内数字电视前端硬件项目启动数量稳中有升。国外厂商在2009年上半年数字电视市场拓展方面力度不足，其中标率略有下滑。

三、中国数字电视前端系统设备厂商市场份额情况（2009年1-6月）

截至2009年6月底，中国国内数字电视前端新增硬件市场各厂家占有率情况。从图中可以看出，在所有采购项目中，数码视讯、华为依然占据着市场的主导地位，国内前端硬件市场主流供应商格局未发生明显变化。国外厂家仅有哈雷市场份额超过了10%。汇视源、算通等国内品牌所占市场份额呈下降趋势。

四、中国数字电视前端系统设备厂商累计市场占有率（2009年1-6月）

截至2009年6月底，在数字电视前端硬件市场，品牌分化已经基本形成。在以数码视讯、华为、国外厂商组成的第一阵营当中，国内广电系统硬件市场两大国内品牌占据半壁江山有半数以上的市场被数码视讯和华为所占据。在国外厂商当中，各厂家市场份额比较接近。此外，国内开始涌现出一些新兴硬件厂商开始在低端市场占据了一定的市场份额。

五、中国数字电视前端系统国内外设备厂商市场占有率（2009年1-6月）

截至2009年6月底，国内品牌已经占据了约67%的市场份额。相比于2008年，国内厂商的市场份额继续增加，国内品牌认可度上升。国外厂商市场份额在2009年上半年呈现下降趋势，民族企业成为国内广电系统硬件市场主要供应商。

报告目录

序言

名词释义

1. 数字电视前端系统定义
2. 数字电视前端系统功能
3. 数字电视前端系统原理

第一章 中国数字电视前端系统市场发展概况

第一节 中国数字电视前端系统市场发展概况

1. 中国数字电视前端系统市场发展概况

2. 中国数字电视前端系统市场发展特征

3. 中国数字电视前端系统市场发展趋势

第二节 中国数字电视前端系统设备使用现状

1. 有线网络运营商对数字电视前端系统的认知

2. 有线网络运营商对数字电视前端系统的需求

3. 有线网络运营商对数字电视前端系统选用偏好

4. 有线网络运营商对目前使用的数字电视前端系统评价

第三节 中国数字电视前端系统发展宏观环境

1. 中国数字电视前端系统发展推动因素

2. 中国数字电视前端系统发展制约因素

第二章 中国数字电视前端系统市场竞争格局

第一节 中国数字电视前端系统市场竞争现状

1. 中国数字电视前端系统市场竞争概况

2. 中国数字电视前端系统市场竞争特点

3. 中国数字电视前端系统市场竞争趋势

第二节 中国数字电视前端系统市场竞争格局

1. 中国数字电视前端系统整体竞争格局

2. 中国数字电视前端系统区域竞争格局

3. 中国数字电视前端系统竞争格局走势

第三节 中国数字电视前端系统市场份额分布

1. 中国数字电视前端系统整体市场份额

2. 中国数字电视前端系统区域市场份额

第四节 中国数字电视前端系统竞争企业研究

1. 数码视讯

1) 客户资源

2) 产品状况

3) 市场营销

4) 市场竞争策略

5) 销售区域

6) 市场表现及行动

2. 华为

1) 客户资源

- 2) 产品状况
- 3) 市场营销
- 4) 市场竞争策略
- 5) 销售区域
- 6) 市场表现及行动

3. Harmonic

- 1) 客户资源
- 2) 产品状况
- 3) 市场营销
- 4) 市场竞争策略
- 5) 销售区域
- 6) 市场表现及行动

4. Bigband

- 1) 客户资源
- 2) 产品状况
- 3) 市场营销
- 4) 市场竞争策略
- 5) 销售区域
- 6) 市场表现及行动

5. SA

- 1) 客户资源
- 2) 产品状况
- 3) 市场营销
- 4) 市场竞争策略
- 5) 销售区域
- 6) 市场表现及行动

6. 汇视源

- 1) 客户资源
- 2) 产品状况
- 3) 市场营销
- 4) 市场竞争策略
- 5) 销售区域

6) 市场表现及行动

7. 其他

1) 客户资源

2) 产品状况

3) 市场营销

4) 市场竞争策略

5) 销售区域

6) 市场表现及行动

第三章 2009-2012年中国数字电视前端系统市场发展趋势

第一节 中国数字电视前端系统市场发展主要影响因素

1. 政策环境

2. 产业链和技术

3. 数字电视产业发展

第二节 中国数字电视前端系统市场发展趋势

1. 运营商对数字电视前端系统功能要求演变

2. 数字电视前端系统产品与技术发展趋势

3. 数字电视前端系统产品价格及市场走势分析

第四章 2009-2012年中国数字电视前端系统市场发展预测

第一节 中国数字电视产业发展预测

1. 中国数字电视产业发展影响力估算

2. 中国数字电视产业总体市场规模预测

3. 中国数字电视产业各级市场规模预测

4. 中国数字电视产业用户市场规模预测

第二节 中国线数字电视前端系统市场规模

1. 中国数字电视前端设备市场销量预测

2. 中国数字电视前端设备市场销售额预测

第三节 中国数字电视前端系统市场发展预测

1. 中国数字电视前端系统市场发展预测

2. 中国数字电视前端系统总体市场发展预测

3. 中国数字电视前端系统区域市场发展预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200911/30564.html>