

中国数字机顶盒市场发展状况及竞争格局走势分析 报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《中国数字机顶盒市场发展状况及竞争格局走势分析报告》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://www.huaon.com/detail/102596.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

报告摘要

1、中国数字电视机顶盒产业生命周期

根据产业生命周期的特征分析，中国数字电视机顶盒产业经过2005-2010年的飞速发展，到2011年已经进入了成熟期的前期，而数字电视机顶盒是一个特殊的行业，进入成熟期后就以服务作为主要产品，在新的替代产品研制出来前，该产业是不会进入衰退期的，所以说数字电视机顶盒产业的成熟期将会持续相当长的一段时间。

图25：中国数字电视机顶盒产业生命周期分析

近几年来，中国数字电视机顶盒市场迎来了一个前所未有的利好发展时代。目前，中国电视机的社会拥有量已超过4.7亿，并且国家正在通过多种通道从模拟向数字过渡，虽然数字电视一体机等产品作为机顶盒的替代品存在于这个市场，但由于中国数字电视产业政策及产业特点，中国数字化工作将依然主要依靠数字机顶盒这种方式来解决。

2、中国数字电视机顶盒产业市场规模

中国数字机顶盒市场规模主要由有线、地面、卫星、IP四类通道使用的数字机顶盒产品构成，由于国内目前是有线数字电视为主体的发展方向，所以在有线数字电视正处于高速发展之中，中国数字机顶盒市场规模发展主要依靠有线数字通道拉动，但随着2011年中国直播卫星试点商用的启动，中国直播卫星数字机顶盒市场也将随之启动。

图26：中国数字机顶盒市场规模（累计）单位：万台

3、中国数字电视机顶盒产业竞争格局（2011年三季度）

（1）中国有线数字电视机顶盒竞争格局（2011年三季度）

截止至2011年三季度，中国有线数字机顶盒市场份额排名第一位的厂商为创维，占据总体市场的14%，排在第二位的数字机顶盒厂商为同洲，占据总体市场的10%，排在第三位的数字机顶盒厂商为九州，占据总体市场的7%，排在第四位的数字机顶盒厂商为长虹、天柏，占据总体市场的6%，排在第五位的数字机顶盒厂商为银河、MOTO、华为，占据总体市场的5%，排在第六位的数字机顶盒厂商为新大陆，占据总体市场的4%，其它品牌数字机顶盒占据总体市场的38%。

图33：中国有线数字机顶盒市场竞争格局 单位：%

（2）中国地面数字电视机顶盒竞争格局

截止至2011年三季度，中国地面数字机顶盒市场份额最高的企业为长虹，占据中国地面数字机顶盒市场份额的9.89%，其次市场份额排在第二的企业是创维，占据中国地面数字机顶盒市场份额的9.12%，排在第三位的是同洲，占据中国地面数字机顶盒市场份额的7.83%，排在第四位的是九州，占据中国地面数字机顶盒市场份额的7.22%，排在第五位的是银河，占据中国地面数字机顶盒市场份额的5.76%。其它企业由于市场份额较低，在此不做详细描述。

图34：中国地面数字机顶盒市场主要厂商市场份额分布 单位：%

(3) 中国直播卫星数字机顶盒竞争格局

由于目前国内直播星接收设备的采购完全采取国家招标的形式，所以可以通过三次招标的结果来评估国内直播星接收设备（或称数字卫星机顶盒）的市场分布。中标直播星接收设备百万台以上的生产厂商共有六家，排在第一位的是海信，市场份额为172万台；然后是九州，市场份额达到157万台；神州排在第三位，市场份额为131万台；接下来是长虹、海尔和同洲，市场份额分别为120.8万台、103万台、102万台；剩余厂商创维、上广电市场份额78万台；希典市场份额59万台；航天、科林、TCL市场份额分别为54万台、52万台、51万台；熊猫、如意市场份额为49、48万台；中标数量最少的银河市场份额仅为32万台，是排在第四位的长虹市场份额的26%。由此可以看出，海信、九州、神州、长虹四家厂商凭借在三期招标中均成功中标的优势，成为直播星接收设备市场中的领头羊，远远领先于其他厂商。

海信、九州、神州、长虹四家厂商占据了国内直播卫星电视接收设备市场份额的45%左右，其中海信占比13%，九州占比12%，神州占比10%，长虹占比9%，优势明显。海尔、同洲均占比8%，创维、上广电均占比6%，希典占比5%，TCL、熊猫、如意、航天、科林均占比4%，银河占比3%。

图42：直播卫星电视接收设备三期招标总和厂商竞争格局 单位：%

(4) 中国IPTV数字电视机顶盒竞争格局

在整个IPTV产业链上，IP机顶盒整机组装的进入门槛比较低，市场发展前景广阔，进入厂商较多，参与机顶盒竞争的厂商有20多家，相应的竞争也将比较激烈，其竞争程度将超过了整个IPTV产业的平均水平。

表26：各地运营商IPTV机顶盒使用统计（2011年三季度）

序号	省份	IPTV机顶盒品牌
1	黑龙江	UT斯达康、阿尔卡特、华为
2	上海	中兴、华为、UT、阿尔卡特
3	河南	威科姆
4	杭州	MOTO、飞跃、天柏、数源
5	安徽（合肥）	中兴、UT
6	安徽（阜阳）	中兴、UT
7	广东	华为
8	福建	恒通、UT
9	浙江	华为、UT
10	四川省	华为、中兴
11	江苏	中兴
12	云南（电信）	同洲、中兴
13	云南（电信）	保山 中兴、UT、同洲
14	湖北（电信）	武汉 中兴、华为
15	十堰	中兴
16	襄樊	中兴
17	陕西（电信）	华为、中兴、UT
18	宁夏（电信）	恒通、UT
19	宁夏（网通）	威科姆
20	沈阳（网通）	华为

截止至2011年三季度，中国IPTV标清机顶盒市场竞争中主要是中兴、UT斯达康、华为、MOTO、同洲几家厂商市场份额较高，其中中兴、UT斯达康、华为在历次电信招标中都占有较高的市场份额，三家厂商占据整体市场的60%的份额，MOTO、同洲等企业依托在广电数字机顶盒的优势，近几年开始进军国内IPTV机顶盒市场，也取得了较好的份额。

图27：中国IPTV标清机顶盒市场份额（2011年三季度） 单位：%

中国IPTV标清机顶盒市场份额 所占比例 中兴 25.00% UT斯达康 20.00% 华为 15.00% MOTO 10.00% 同洲 5.00% 其它 25.00%

其它 25.00%

图43：中国IPTV标清机顶盒市场份额（2011年三季度）单位：%

表28：各地运营商IPTV标清机顶盒使用统计（2011年三季度） 序号 省份 IPTV机顶盒品牌（标清） 1 黑龙江 UT斯达康、阿尔卡特、华为 2 上海 中兴、华为、UT 3 河南 威科姆 4 杭州 MOTO、飞跃、天柏、数源 5 安徽（合肥） 中兴、UT 6 安徽（阜阳） 中兴、UT 7 广东 华为 8 福建 恒通、UT 9 浙江 华为、UT 10 四川省 华为、中兴 11 江苏 中兴 12 云南（电信） 同州、中兴 13 云南（电信）保山 中兴、UT、同州 14 湖北（电信）武汉 中兴、华为 15 十堰 中兴 16 襄樊 中兴 17 陕西（电信） 华为、中兴、UT 18 宁夏（电信） 恒通、UT 19 宁夏（网通） 威科姆 20 沈阳（网通） 华为

截止至2011年三季度，中国IPTV高清机顶盒市场竞争中主要是华为、UT斯达康、中兴、飞跃、数源几家厂商市场份额较高，其中华为、UT斯达康、中兴在IPTV标清机顶盒市场就占据较大的份额，在IPTV高清市场也取得了较大的份额，三家厂商占据整体市场的50%的份额，飞跃、数源等企业也具有较高的市场份额。

图29：中国IPTV高清机顶盒市场份额（2011年三季度）单位：%

中国IPTV标清机顶盒市场份额 所占比例 华为 25.00% UT斯达康 17.00% 中兴 8.00% 飞跃 4.00% 数源 4.00% 其它 42.00%

图44：中国IPTV高清机顶盒市场份额（2011年三季度）单位：%

表30：各地运营商IPTV机顶盒使用统计（高清）（2011年三季度）

序号 省份 IPTV机顶盒品牌（标清） IPTV机顶盒品牌（高清） 1 上海 中兴、华为、UT 华为、UT 2 杭州 MOTO、飞跃、天柏、数源 MOTO 3 广东 华为 华为 4 浙江 华为、UT 华为

4、中国数字电视机顶盒产业市场容量

2011-2015年，在中国数字电视产业全面启动和快速发展阶段，有线数字机顶盒国内需求量将持续增高，2011-2015年，中国有线数字机顶盒市场将是一片繁荣，地面、卫星、IP 通到等数字机顶盒也会有不俗的表现。预计2011年，中国数字机顶盒市场增量规模将达到4622.4万台，2015年，中国数字机顶盒市场规模为4444.2万台。

图32：中国数字机顶盒市场规模（增量）单位：万台

报告目录

序言 2

名词释义 8

1、机顶盒定义 8

2、机顶盒功能 8

3、机顶盒分类 11

4、机顶盒工作原理 13

第一章 全球数字电视机顶盒市场发展状况及趋势 19

第一节 全球数字电视机顶盒市场发展状况 19

- 1、全球数字电视机顶盒市场发展规模 19
- 2、全球数字电视机顶盒市场构成探讨 21
- 3、全球各类数字机顶盒市场发展趋势 22

第二节 全球数字电视机顶盒市场发展特征 26

- 1、全球有线数字机顶盒与卫星数字机顶盒竞争 26
- 2、全球地面数字机顶盒需求潜力研究 26
- 3、全球IP数字机顶盒市场增量趋势测量 27

第三节 全球数字电视机顶盒市场发展趋势 28

- 1、全球数字电视机顶盒市场发展趋势 28
- 2、全球数字电视机顶盒市场构成演变 29
- 3、全球各类数字机顶盒市场发展空间 30

第二章 中国数字电视机顶盒市场宏观环境 35

第一节 中国数字电视机顶盒市场宏观环境 35

- 1、中国数字电视机顶盒产业政策环境 35
- 2、中国数字电视机顶盒技术标准环境 36
- 3、中国数字电视机顶盒市场经营环境 37
- 4、中国数字电视机顶盒细分用户环境 38

第二节 中国数字电视机顶盒产品分类构成 39

- 1、中国数字电视机顶盒—按终端划分 39
- 2、中国数字电视机顶盒—按清晰度划分 41
- 3、中国数字电视机顶盒—按功能类型划分 41
- 4、中国各类数字电视机顶盒市场占有率分析 42

第三节 中国数字电视机顶盒市场特征研究 43

- 1、中国数字机顶盒市场采购特征 43
- 2、中国数字机顶盒市场生命周期 44
- 3、中国数字机顶盒市场季节变化 46
- 4、中国数字机顶盒市场利润变化 47

第四节 中国数字机顶盒市场影响因素研究 48

- 1、中国数字机顶盒市场发展驱动因素 48
- 2、中国数字机顶盒市场发展制约因素 50

第三章 中国数字电视机顶盒市场发展现状 52

第一节 中国数字电视机顶盒产业链构成 52

- 1、中国数字电视机顶盒产业链构成 52

- 2、中国数字电视机顶盒产业链特征 53
- 3、中国数字电视机顶盒产业链内部关系 53
- 第二节 中国数字电视机顶盒市场规模构成 54
 - 1、中国数字电视机顶盒市场规模发展 54
 - 2、中国数字电视机顶盒市场结构特征 56
 - 3、中国各类数字电视机顶盒市场空间 57
- 第三节 中国数字电视机顶盒市场发展特点 61
 - 1、中国数字电视机顶盒市场生产能力 61
 - 2、中国数字电视机顶盒市场产品构成 62
 - 3、中国数字电视机顶盒产品进出口分析 62
- 第四章 中国数字机顶盒市场竞争研究 63
 - 第一节 中国数字电视机顶盒市场竞争研究 63
 - 1、中国数字电视机顶盒市场竞争主体 63
 - 2、中国数字机顶盒整体市场竞争格局 64
 - 3、中国数字机顶盒市场竞争格局走势 66
 - 第二节 中国数字电视机顶盒市场竞争策略 67
 - 1、中国数字电视机顶盒销售模式 67
 - 2、中国数字电视机顶盒销售渠道 68
 - 3、中国数字机顶盒渠道发展趋势 69
 - 第三节、中国有线数字机顶盒市场竞争研究 70
 - 1、中国有线数字机顶盒整体市场竞争研究 70
 - 2、中国有线数字机顶盒区域市场竞争格局 73
 - 第四节 中国有线数字机顶盒市场重点厂商研究 88
 - 1、同洲 88
 - 2、创维 91
 - 3、九州 93
 - 4、长虹 95
 - 5、银河 97
 - 6、大显 98
 - 7、新大陆 99
 - 8、海信 102
 - 9、九联 103
 - 10、通广 106
- 第五章 中国数字电视机顶盒产业链竞争环节状况 107
 - 第一节 中国数字电视机顶盒芯片市场竞争状况 107

- 1、中国数字电视机顶盒芯片市场竞争主体 107
- 2、中国数字电视机顶盒芯片厂商和制造厂商之间的合作 108
- 3、中国数字电视机顶盒芯片核心技术发展趋势 109
- 4、中国数字电视机顶盒主流芯片厂商研究 110
- 5、中国数字电视机顶盒芯片市场竞争发展趋势 115
- 第二节 中国数字电视机顶盒设计市场竞争状况 116
 - 1、中国数字电视机顶盒设计市场竞争主体 116
 - 2、中国数字电视机顶盒芯片厂商与设计厂商之间的合作 117
 - 3、中国数字电视机顶盒设计厂商和制造厂商之间的合作 120
 - 4、中国数字电视主流设计厂商研究 122
 - 5、中国数字电视机顶盒设计市场竞争发展趋势 123
- 第三节 中国数字电视机顶盒CA市场竞争状况 124
 - 1、中国数字电视条件接收系统（CA）竞争主体 124
 - 3、中国网络运营商对数字电视条件接收系统（CA）的选用 126
 - 4、中国数字电视条件接收系统（CA）竞争厂商市场份额 128
 - 5、中国数字电视条件接收系统（CA）竞争厂商策略 139
 - 6、中国数字电视条件接收系统（CA）竞争格局趋势分析 143
- 第六章 中国数字机顶盒应用软件市场竞争状况研究 144
 - 第一节 中国数字电视EPG市场发展现状 144
 - 1、中国数字电视EPG市场竞争主体 144
 - 2、中国数字电视EPG厂商市场份额 145
 - 3、中国数字电视EPG市场竞争企业 145
 - 第二节 中国数字电视数据广播市场发展现状 150
 - 1、中国数字电视数据广播市场竞争主体 150
 - 2、中国数字电视数据广播厂商市场份额 150
 - 3、中国数字电视数据广播市场竞争企业 151
 - 第三节 中国数字电视VOD市场发展现状 157
 - 1、中国数字电视VOD市场竞争主体 157
 - 2、中国数字电视VOD厂商市场份额 157
 - 3、中国数字电视VOD市场竞争企业 159
 - 第四节 中国数字电视中间件市场发展现状 160
 - 1、中国数字电视中间件市场竞争主体 160
 - 2、中国数字电视中间件厂商市场份额 160
 - 3、中国数字电视中间件市场竞争企业 162
- 第七章 中国数字电视机顶盒市场趋势分析 171

第一节 中国数字电视产业发展趋势 171

- 1、中国数字电视市场发展影响因素、影响力指数、作用力方向、可能性指数 171
- 2、中国数字电视发展相关政策走势 175
- 3、中国数字电视产业发展趋势解读 178

第二节 中国数字电视机顶盒产品发展趋势 180

- 1、机顶盒入户影响因素、影响力指数、作用力方向、可能性指数 180
- 2、中国数字电视机顶盒产品竞争品、替代品 181
- 3、中国数字电视机顶盒技术经济发展趋势 182
- 4、有线数字电视机顶盒与运营商发展探讨 185

第三节 中国数字电视机顶盒市场规模预测 187

- 1、中国数字电视机顶盒市场规模趋势 187
- 2、中国数字电视机顶盒市场结构演变 188
- 3、中国各类数字电视机顶盒市场趋势 189

第八章 中国数字电视机顶盒市场投资机会 194

第一节 中国数字电视机顶盒投资特性 194

- 1、中国数字电视机顶盒产品投资特性 194
- 2、中国数字电视机顶盒替代品产品投资特性 195
- 3、中国数字电视产业链投资特性及数字机顶盒 196

第二节 中国数字电视机顶盒产业投资环境 197

- 1、中国数字电视机顶盒发展优势 197
- 2、中国数字电视机顶盒发展劣势 198
- 3、中国数字电视机顶盒发展机会 200
- 4、中国数字电视机顶盒发展存在的竞争 201

第三节 中国数字电视机顶盒投资风险及规避措施 202

- 1、中国数字电视机顶盒投资风险评估 202
- 2、中国数字电视机顶盒投资风险规避 204

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/102596.html>