

传媒资讯系列

【教育部人文社会科学研究重大项目】

中国 数字电视 报告 (2005)

黄升民 王兰柱 周艳 主编

中国传媒大学 出版社

教育部人文社会科学研究重大项目

中国数字电视报告(2005)

主 编 黄升民 王兰柱 周艳
副主编 郑维东 肖海峰

撰稿(按姓氏拼音顺序排列)

何晗冰 洪建平
姜 叶 李 伟
马丽婕 王 薇

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国数字电视报告 (2005) / 黄升民、王兰柱、周艳主编. —北京: 中国传媒大学出版社, 2005. 6

ISBN 7-81085-507-7

I. 中... II. ①黄...②王...③周... III. 数字电视-电视工作-研究报告-中国 IV. G229.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 052399 号

中国数字电视报告 (2005)

主 编 黄升民 王兰柱 周 艳

副 主 编 郑维东 肖海峰

责任编辑 愚 言

责任印制 曹 辉

封面设计 北京灵麒时代广告

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电话: 86-10-65450532 65450528 传真: 65779405

<http://www.cucp.com.cn>

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷 北京中科印刷有限公司

开 本 787 × 1092mm 1/16

印 张 16

版 次 2005 年 10 月第 1 版 2005 年 10 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 7-81085-507-7/K · 318 定 价: 48.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

目 录

上篇 宏观篇

第一章 中国数字电视发展脉络	(3)
第一节 中国数字电视发展历程概要	(3)
一、实验阶段 (20 世纪 80 年代至 90 年代初)	(3)
二、僵持阶段 (20 世纪 90 年代后期)	(3)
三、启动阶段 (21 世纪初)	(4)
四、突破阶段 (2003 年后)	(6)
第二节 中国数字电视运营模式探索过程	(7)
一、苏州模式	(7)
二、青岛模式	(8)
三、佛山模式	(9)
四、杭州模式	(9)
五、小结	(10)
第三节 广电网络整合历程及对数字电视发展的影响	(10)
一、广电网络整合历程	(11)
二、网络整合对数字电视发展的影响	(14)
第二章 中国数字电视发展现状	(15)
第一节 数字电视战略部署	(15)
一、国家广电总局提出“数字化年”、“产业化年”	(15)
二、制定中国有线电视数字化过渡时间表	(17)
三、“三步走”战略	(17)
第二节 有线数字电视发展现状	(18)
一、划分产业格局, 确定四大平台	(18)
二、全面推进整体转换, 扩大产业规模	(20)
三、内容产业和信息服务并举	(22)

第三节 数字付费频道发展现状	(22)
一、付费频道产业链初步形成	(25)
二、付费频道集成运营机构的垄断被打破	(26)
三、付费频道产业运营正式启动	(27)
第四节 地面移动数字电视开展现状	(28)
一、以广告为主要赢利模式	(29)
二、技术标准难产, 风险依然存在	(30)
第三章 中国数字电视发展趋势	(31)
第一节 2004, 博弈之年	(31)
一、博弈之一: 节目还是资讯	(31)
二、博弈之二: 大一统还是区域性	(32)
三、博弈之三: 事业还是产业	(32)
第二节 2005, 决胜之年	(32)
一、市场的冲突	(33)
二、技术的冲突	(34)
三、体制的冲突	(36)

中篇 试点篇

第四章 数字电视试点进展综述	(41)
第一节 数字电视发展基本概况	(48)
一、免费节目仍然较多	(48)
二、网络公司的收入状况	(48)
三、数字电视技术平台搭建情况	(50)
四、积极启动数字电视	(51)
五、数字电视专门运营机构出现	(51)
六、数字电视用户数集中在两万户以下	(52)
七、网络公司角色地位加重	(53)
八、整体转换开展情况	(54)
第二节 数字电视内容和业务运作分析	(57)
一、数字电视内容和业务开办数量激增	(57)
二、数字电视付费频道开办情况	(58)
三、业务类型侧重点	(60)
四、信息服务来源: 自制、购买、分成并举	(61)
第三节 数字电视收费情况分析	(62)
一、数字电视收费基本情况	(62)
二、数字电视收费模式: 打包为主, 一机一费	(62)
三、用户交费方式: 数字电视营业厅为主, 其他渠道为辅	(64)

第四节 数字电视推广情况分析	(64)
一、数字电视业务推广	(64)
二、机顶盒推广	(66)
第五节 数字电视发展困难与矛盾	(71)
一、试点发展数字电视遇到四大困难	(71)
二、网络整合成为矛盾集中点	(72)
第五章 数字电视发展模式分析	(73)
第一节 省级试点数字电视发展情况分析	(73)
一、发展背景	(73)
二、发展特征	(76)
三、发展模式	(78)
四、发展趋势	(83)
第二节 直辖市试点数字电视发展情况分析	(85)
一、发展背景	(86)
二、发展特征	(90)
三、发展模式	(90)
第三节 省会城市和计划单列市试点数字电视发展情况分析	(98)
一、发展环境	(98)
二、发展特征	(99)
三、发展模式	(100)
四、发展趋势	(106)
第四节 地级市试点数字电视发展情况分析	(107)
一、发展环境	(108)
二、发展特征	(109)
三、发展模式	(111)
四、发展趋势	(115)
第六章 佛山市数字电视运营个案	(117)
第一节 佛山数字电视发展背景	(117)
一、经济环境	(117)
二、人文地理环境	(118)
三、信息化建设水平	(119)
四、佛山广电业发展环境	(120)
第二节 佛山数字电视发展状况分析	(120)
一、运营机构概况	(120)
二、发展脉络	(123)
三、整体转换战略	(127)
四、经营状况	(127)

五、未来发展规划	(139)
六、可能的盈利空间	(139)
第三节 佛山市数字电视发展的经验与困难	(140)
一、经验	(140)
二、困难	(143)
第七章 杭州市数字电视运营个案	(145)
第一节 杭州市数字电视发展背景	(145)
一、国民经济快速发展,经济总量位居全国前列	(145)
二、城市信息网络体系建设处于国内领先水平	(145)
三、信息产业迅猛发展,为推进城市信息化提供技术和产业支撑	(146)
四、信息技术应用成效显著,电子政务、社区信息化、高清电视试验和电子商务成为应用重点	(147)
第二节 杭州市数字电视发展概况	(148)
一、运营主体概况	(148)
二、平台特征和优势	(151)
三、内容建设概况	(153)
四、整体转换策略和实施方案	(155)
第三节 杭州市数字电视整体转换的经验	(157)
一、转换前与相关利益机构充分沟通	(157)
二、转换中以垄断性的地位做市场化的工作	(158)
三、增加服务、不加收费的转换模式	(159)
四、转换后继续跟进售后服务	(159)

下篇 付费频道篇

第八章 付费频道基本情况综述	(163)
第一节 付费频道开办背景及现状	(165)
一、开办背景	(165)
二、开办现状	(166)
第二节 付费频道内容、落地和宣传情况分析	(170)
一、内容概况	(170)
二、落地情况	(174)
三、宣传情况	(176)
第三节 付费频道的投入和收益状况分析	(178)
一、资金投入状况	(178)
二、收益状况	(179)

第四节 付费频道发展面临的困难	(181)
一、落地困难成为头号难题	(182)
二、政策限制	(182)
三、资金短缺	(183)
四、人才问题	(183)
五、赢利模式尚未确立	(184)
六、免费频道太多	(184)
第九章 付费频道运营个案分析	(186)
第一节 中央数字电视传媒有限公司	(186)
一、中央数字电视传媒有限公司概况	(186)
二、付费频道发展的四个逻辑	(187)
三、付费频道商业运营模式	(190)
四、中数传媒发展中存在的问题	(193)
第二节 江苏电视台靓妆频道个案	(194)
一、频道及开办机构概况	(194)
二、内容开展状况	(194)
三、市场运营策略	(198)
四、投入和收益状况	(200)
五、发展中面临的困难	(201)
第三节 浙江电视台留学世界频道个案	(202)
一、开办动因	(202)
二、基本情况概述	(203)
三、运营	(205)
四、发展中面临的问题	(208)

附录 海外数字电视篇

附录 I 欧洲数字电视发展	(213)
一、英国数字电视	(213)
二、欧洲其他国家数字电视发展	(218)
附录 II 美国数字电视发展	(221)
一、发展历程	(221)
二、体制环境	(222)
三、发展格局	(223)
四、运营特点	(225)
五、面临的困难	(226)

附录Ⅲ 亚洲数字电视发展	(227)
一、韩国数字电视发展概况	(227)
二、日本数字电视发展概况	(228)
三、新加坡数字电视发展概况	(230)
四、小结	(232)
附录Ⅳ 《中国数字电视报告 (2003)》精华观点摘要	(233)
上篇 数字电视内容和服务提供方报告	(233)
下篇 数字电视消费使用方报告	(235)
附录Ⅴ 中国数字电视发展大事记 (至 2004 年底)	(238)
附录Ⅵ 新媒体发展大事记	(242)

上篇

宏观篇



第一章

中国数字电视发展脉络

从 1992 年中国开始进行高清晰度数字电视（HDTV）的项目攻关，到 2000 年南宁开通全国首个数字电视平台，再到 2004 年广电总局提出“数字化年”和“产业发展年”，全面实施数字化整体转换，数字电视在中国已经走过了 10 多年。

回首 10 余年，中国的数字电视由一片空白到进入商业运营并提出“整体转换”和建立“家庭信息平台”这种适合中国国情的发展战略，大批付费频道（率）开播，产业链也初步形成，可以说是摸着石头过河，每一步都走得相当艰难，也取得了相当的成效。梳理中国数字电视发展的脉络，对目前处于攻坚阶段的中国数字电视发展来说非常必要。

第一节 中国数字电视发展历程概要

按照数字电视产业开展的深度和广度，中国数字电视 10 余年历史可以大致分为实验阶段、僵持阶段、启动阶段和突破阶段。

一、实验阶段（20 世纪 80 年代至 90 年代初）

我国数字电视技术的研究开发与国际基本保持同步，早在欧美国家开始着手研制数字电视时，一些科学家就向国家有关部门提出了开发中国数字电视的建议。20 世纪 80 年代末，中国开始关注数字技术在广播电视领域的发展，并向海外派出考察小组学习国外先进技术。1992 年，中国开始组织对 HDTV 的高科技攻关项目；1993～1994 年，国家科委组织“HDTV”发展战略专家组。这一阶段对数字电视的关注重点在技术层面。

表 1-1 试验阶段数字电视发展历程

时间	事件
1992 年	开始组织对 HDTV 的高科技攻关项目
1993～1994 年	国家科委组织“HDTV”发展战略专家组

二、僵持阶段（20 世纪 90 年代后期）

这一阶段，中国数字电视处于发展比较停滞的阶段，很多问题延续到今天仍然在困扰中国数字电视的发展，比如标准问题、网络整合问题等。虽然政府加大了对数字电视的重视程度，但数字电视在此时并没

有真正启动。

1. 政府加大对数字电视的重视

1998 年 10 月，“国家数字电视研究开发与产业化领导小组”成立。

1999 年 10 月 1 日，该小组组织实施了国庆 50 周年活动高清数字电视（HDTV）地面广播实况转播试验，由中央电视台成功使用数字电视技术试验转播国庆典礼；同年，国家广电总局成立了数字电视领导、研制、转播、测试、标准五大小组。

2. “标准之争”耽误发展时机

数字电视牵扯到从传输到接收的一系列标准，其中争议最大的要数地面数字电视传输标准，在“自主知识产权”的口号下，各个利益集团在标准上展开了争夺，以至于地面数字电视最早开始试验却最晚启动，正是对标准的利益争夺耽误了发展时机。

1996 年，数字高清晰度电视总体组成立，上海交大为其中主要科研力量。同年，国家计委将数字电视的地面传输标准作为一个高新技术科研项目委托给上海交大，1999 年又给了大笔经费，但上海交大一直没有拿出让人信服的方案。1999 年下半年，清华大学加入到该标准的制定行列中。最多的时候，该标准的制定工作有 10 多个领导小组，四五家竞争，其中以清华和交大的冲突最为激烈。

其他争论诸如有线传输标准使用欧洲 DVB-C 标准还是自主研发、机顶盒标准和数字电视机标准如何确定等问题，都没有形成定论，从而延缓了进程。

3. “网络整合”陷入窘境

出于整合有线网络资源的考虑，1999 年“网络整合”被提上日程。2000 年初，广电总局提出了以省为单位进行网络整合的方案，并于 2001 年 12 月成立了旨在进行全国网络整合的中广影视传输网络公司。但是，由于有线网络都是地方自筹资金建立起来的，也已经成为当地的重要资产。因此，要想整合非常困难。在整个过程中各级广电的利益之争凸显，拉锯战一直延续，整合陷入窘境，而网络整合也直接影响了地市开展数字电视的积极性，也给已经开始的中国数字电视进程蒙上了阴影。

表 1-2 僵持阶段数字电视发展历程

时间	事件
1994 年	国务院成立“HDTV 协调小组”，任命“HDTV 专家组”和“HDTV 总体组”
1998 年 9 月	“HDTV 总体组”完成 HDTV 功能样机系统（地面广播）
1998 年 10 月	“国家数字电视研究开发与产业化领导小组”成立
1999 年 10 月 1 日	“国家数字电视研究开发与产业化领导小组”组织实施了国庆 50 周年活动 HDTV 地面广播实况转播试验，由中央电视台成功使用数字电视技术试验转播国庆典礼
1999 年	广电总局成立数字电视领导、研制、转播、测试、标准五大小组
2000 年 5 月	“国家数字电视研究开发与产业化领导小组”研究部署在北京、上海、深圳三地进行数字电视地面广播传输系统现场测试

三、启动阶段（21 世纪初）

21 世纪最初的两三年，一些地方开始试播数字电视，积极参与到数字电视实践中来，甚至以苏州为代表的一些地方开始了正式的商业运营，中国的数字电视开始启动。

1. 苏州正式启动数字电视商业运营

经过多年筹备，在技术服务商的推动下，苏州有线网络有限公司于 2001 年 4 月开始了正式的商业运营，推出付费频道的概念，也推出了机顶盒销售的市场模式，这是僵持阶段之后数字电视重新启动的开端。

2. 河北获得 VOD 点播运营执照

第一家由国家广电总局批准、获得运营执照的河北电视台 VOD 点播频道在 2001 年 8 月正式开始运营，此事引发了社会各界的关注，搅动数字电视市场。

3. 省级和直辖市广电积极参与数字电视

2001 年 5 月，山东数字电视正式开始运营；10 月，中央电视台试播数字电视节目。2002 年 1 月，无锡数字电视正式运营；2 月，广州、南京、湖南开始数字电视运营；4 月 1 日，广东省有线电视网络数字电视平台正式启动。

表 1-3 启动阶段数字电视发展历程

时间	事件
2000 年 6 月	中国第一个数字电视广播平台在南宁开通
2000 年 10 月	国家计委批准将数字电视标准研究制定列入 2000 年国家发展计划
2001 年 1 月 1 日	上海开播数字高清晰度电视节目
2001 年 4 月 28 日	苏州有线数字电视正式投入市场
2001 年 5 月	山东数字电视正式开始运营
2001 年 10 月	中央电视台试播数字电视节目
2001 年底	南京多媒体交互式数字电视系统开始试运行
2002 年初	南京数字电视播出平台相继开播 50 多套数字电视节目
2002 年 1 月	无锡数字电视正式运营
2002 年 2 月	广州试播数字电视节目；南京、湖南数字电视正式运营
2002 年 4 月 1 日	广东省有线电视网络数字电视平台正式启动
2002 年 5 月	中广影视传输网络公司与中国电影集团合作的广播式视频点播开始试运行；常州数字电视正式运营
2002 年 9 月 24 日	上海信息家电协会发布《上海数字电视终端接收设备通用技术规范》
2002 年 9 月 28 日	上海互动电视运营性试播
2002 年 10 月	上海市数字电视联合实验室成立，天津有线标准清晰度数字电视试播
2002 年 12 月 28 日	四川省绵阳市数字电视正式开通，成为西部首座开通数字电视的城市

四、突破阶段(2003年后)

经过几年的试验和冲突,到了2003年,数字电视业务终于取得了重大突破,进入实质性运营阶段,广电总局制定了中国数字电视发展的三个阶段和数字电视过渡时间表,并提出2004年底直辖市、计划单列市、2/3省会城市要完成数字电视整体转换的规划。并出现了以青岛、佛山、杭州等地为代表的可行性运营模式。

1. 2003年7月科技会议召开拉开广电数字化的序幕

2003年7月初,国家广电总局召开会议,发起和组织了来自广电系统参与数字电视运营的33个试点(省、直辖市、地市)城市。中国广电的数字化改革终于找到了突破口。

2. 一系列技术规范和内容规划的措施出台

2003年开始,国家广电总局推出了一系列技术规范;6月提出《建立有线数字电视技术新体系的实施意见》,并且就数字电视的内容生产和播出作出了指导性规定;11月出台《广播电视有线数字付费频道业务管理暂行办法》。这些,都对促进数字电视市场发展发挥了重要推动作用。

3. 青岛模式

2003年10月,青岛数字电视开播。以政府支持为背景,信息服务为核心,机顶盒整体平移为主要战略的青岛模式的出现,带动了中国数字电视新一轮发展。

4. 佛山经验

2003年底,佛山南海区开始数字电视整体转换。以政府支持和引进外资为依托,以一卡一费、分区域推进和关闭全部模拟信号为特点,成为了全国数字电视整体转换的范式之一。

5. 杭州革命

2004年7月,杭州宣布开始全城数字化整体转换。杭州数字电视的最大特点是在IP网的基础上建立完全互动的数字节目库和多样的信息平台,把广电数字化经营的视野从单纯的网络经营扩展到内容产业和信息平台的经营,因此业界把杭州的经验称之为“杭州革命”。

表1-4 突破阶段数字电视发展历程

时间	事件
2003年3月	深圳、广州有线数字电视正式开播
2003年6月	26日,广电总局决定建立有线数字电视节目监管平台; 广电总局提出《建立有线数字电视技术新体系的实施意见》
2003年7月	全国首个数字付费电视平台——上海文化广播影视集团筹办的《法治天地》节目开播;重庆市铜梁县、太原市、湖南省数字电视开播
2003年9月	北京数字电视及中央节目平台、浙江温州、绍兴数字电视试播;28日,广西推出数字电视服务
2003年10月	青岛、杭州、宁波、安徽、海南数字电视试播

续表

时间	事件
2003 年 11 月	《广播电视有线数字付费频道业务管理暂行办法》出台； 青岛会议召开，确定了我国数字电视整体转换策略
2004 年 3 月 22 日	国内第一个数字媒体产业基地——南海数字媒体产业园正式落户广东佛山市
2004 年 5 月 18 日	央视风云传播有限公司注册成立
2004 年 7 月	广电总局在佛山召开现场会，数字化整体转换进入实质运行阶段
2004 年 8 月 6 日	由北京广播影视集团发起，首批 12 家国内数字付费电视频道组成的“有线数字付费电视联合体”正式在北京成立
2004 年 8 月 9 日	中央电视台 6 个数字付费频道“风云奥运-1”、“风云奥运-2”、“第一剧场”、“风云剧场”、“世界地理”、“风云音乐”开播
2004 年 10 月 8 日	杭州数字电视公司在杭州市南都德加西区广场正式推行数字电视整体转换
2004 年 12 月 1 日	上海文广互动电视有限公司向全国推出“都市剧潮”，“生活时尚”、“极速汽车”、“七彩戏剧”、“法治天地”和“魅力音乐”6 个全新的付费电视频道

第二节 中国数字电视运营模式探索过程

从数字电视进入试验性运营以来，对运营模式的探索就没有停止过。纵观最近几年数字电视的探索历程，从最开始的单纯依靠市场力量卖机顶盒，到公益性和盈利性并存的“整体转换”；从单纯的卖付费频道，到互动点播和信息服务并举，中国数字电视的运营模式正在一步步走向成熟。

一、苏州模式

苏州是第一批进入有线数字电视实质商业运营的代表城市。2001 年 4 月，苏州有线网络有限公司开始正式的数字电视商业运营，第一次在公众面前展示了真正的数字电视，其运营模式的思路是依靠优质内容和服务来推动机顶盒的销售和额外付费业务的消费。

1. 模式特征

商业化运营是苏州数字电视推广的主要特征，销售机顶盒的数量是数字电视推广效果的主要衡量指标。

(1) 提供与传统模拟节目不同的内容和业务

提供新颖的数字化内容和业务成为苏州数字电视吸引用户购买的基础，这些内容和业务主要有：

NVOD（准视频点播）、股票信息、境外节目（面向政策允许的用户。苏州有大量外资/合资企业，境外人士很多）；EPG（电子节目指南）、信息浏览、自办专业节目……

(2) 开展大量的营销推广活动

营销推广是为了促进用户的购买,这些活动包罗万象,动用了各种可以利用的手段。广电开始了真正面对终端用户的面对面营销。其主要手段有:

小区现场演示、在大众媒体做广告、在《广播电视报》和《姑苏晚报》开辟数字电视专栏、在电台开设数字电视直播节目、进行价格打包促销……

(3) 机顶盒售价比较高

2001年4月苏州刚推出数字电视服务的时候,机顶盒售价为1500元。2001年底,在进行优惠活动时把价格降低到了880元(不含股票信息功能)和1080元(含股票信息功能)两种。

(4) 服务费成为重要收入来源之一

2001年4月,苏州的数字电视服务费为40元/月,远远超过传统有线电视十几元一个月的基本维护费。

按照当时苏州有线网络公司的规划,2002年底用户达到两三万,实现收支平衡。但是事实上这个目标并没有实现。

2. 模式的影响

这种模式在有线数字电视启动初期的确起到了一定作用,一些先行城市因此赢得了一定量的数字电视用户,拉开了中国有线数字电视商业运营的大幕。

但这种模式却先天不足,虽然希望通过内容和业务经营而改变单一依靠广告经营的广电经营模式,但优质节目匮乏的困难不是一朝一夕就可以解决的,再加上高额的机顶盒门槛,经过一段时间的运营之后,该模式不可避免地走到了“两万户瓶颈”,即最多推广到两万户左右就不再有进展。

二、青岛模式

2003年10月,青岛数字电视正式开播。2003年11月,广电总局在青岛召开新闻发布会,正式向外界宣传“青岛模式”。从青岛模式开始,中国数字电视的推广思路从市场运营过渡到整体转换。此后的佛山经验和杭州经验,都是在青岛的基础上进行的适当调整。

1. 模式基本特征

概括来说,青岛模式的核心就是整体转换,即机顶盒免费配送给用户,在提供更多内容和信息服务的基础上,适当提高收视费。同时关闭绝大部分模拟电视,区分分片实现模拟用户向数字用户的转换。

(1) 机顶盒免费配送

结束了销售机顶盒的历史,由网络公司提供机顶盒给用户,用户免费使用,从而解决了机顶盒门槛高的问题。

(2) 基本关闭模拟电视

在实现整体转换的小区只保留中央一套、山东一套、青岛一套等6套模拟节目,其他模拟节目完全关闭,迫使用户必须接受整体转换。

(3) 提供海量信息,构建家庭信息终端

海量信息主要是与百姓日常生活息息相关的内容,实用性很强。这样就把电视机由单一的收看视频节