

注意:

本文部分内容已被节选、并发表在 2005 年 4 月 5 日的总第 263 期 28 到 31 页 “卫星电视与宽带多媒体” 杂志上, 题目为 “有线数字电视市场现状调查”;

限于篇幅原因, 这里只节选部分内容, 如您感兴趣, 请 E-MAIL 至 sales@sunnisky.com 索取。

用钱“砸”出来的有线数字电视市场 “春光已显”

北京阳天宽频网络技术有限公司 杨天喜

中国目前约有 3 亿 8 千 51 万户家庭, 拥有接近 3.5 亿台以上的电视, 有线电视的用户就接近 1 个亿; 而有线数字电视可传送的节目容量, 也将从现在模拟电视的 50 多套增加到 100 到 200 多套。有线数字电视用户不仅能看到现有的电视频道, 还能欣赏到新开办的多样化、专业化、个性化数字电视节目, 而且还可以获得如阳光政务、电视商务、天气预报、生活信息、交通信息、手机信息等大量的资讯服务。我们可以想象出有多么大的发展和增值空间。而且, 看电视已经成为每一个中国家庭的一种必须的文化活动, 除电视机本身外, 通过各种网络 (有线 CABLE、无线地面发射和接收、空中卫星接收和 IP 宽带网络等)、渠道所装载并传送的各种多媒体信息 (图像、声音、甚至数据), 也可以当作一种“文化和娱乐”的消费产品, 所以在家庭“合和美满”氛围下消费这种“多媒体信息”下的文化产品, 这就是国内市场的一种百姓文化的特殊消费需求; 也正是这种老百姓的文化消费需求, 才真正是中国广电行业发展的主要动力和不枯竭的源泉。

随着数字电视的逐步推广, 这 3.5 亿台以上的电视机最终目的是将成为一个集公共传播、信息服务、文化娱乐、交流互动于一体的多媒体信息终端。与之相关的文化产业、高技术产业、电子产品制造业、软件业等信息产业和民族工业的发展, 就能形成上万亿元的产值, 同时也为社会提供大量就业机会, 可减轻当地政府一定的压力。此外, 在目前模拟电视资源渐趋饱和的情况下, 电视数字化对于电子厂商、广播电视从业者来说毕竟是一个难得的发展和提高的机遇。

在 2004 年 11 月底举行的“二十一世纪广电传媒高峰论坛”上, 广电总局又一次宣布和重申了中国的“数字化”发展计划: 2005 年开展数字卫星直播业务, 2008 年全面推广地面数字电视, 2015 年停止模拟电视播出, 实现数字广播电视有线、卫星和无线的全国覆盖。

2001 年, 原国家计委确定有线数字电视为发展数字电视产业的切入点。目前, 全国正处于有线数字电视的全面启动阶段, 截止目前已经超过 19 个省, 覆盖全国 84 个城市, 已有 50 多家电视台开始播出数字电视, 近 70% 的省级电视台已经初步具备了播出数字电视的基础, 建立了有线数字电视技术新体系, 并进行了有益的探索。虽然数字电视产业发展初期存在许多困惑, 但这些困惑是暂时的。

中国的有线数字电视产业经历了近 8 年的风雨洗礼和不断发展、进步, 在 2004 年的一年的努力中, 由国家广电总局曾多次召集了数字电视试点城市及地区的有线电视网络公司进行研讨, 寻找全面突破的办法, 适时提出以“信息化带动数字化”的方式, 并在实践中总结出“青岛、佛山、杭州、太原”等多种“因地制宜的整体平移”的模式, 并加以推广, 终于在年底, 青岛、佛山、杭州、大连、上海、

北京、南京、广州等地纷纷打响有线数字机顶盒推广的“攻坚战”。到 2005 年初的寒冬，据专家称，中国数字电视用户数量虽与原来预期的 1000 万户相差甚远，只能达到 100 万左右，但比 2003 年只有 16.7 万户来看，应该说已经取得了一些小小的收获；并已进入“曙光微露”的上升时期。此外，国家已确定的 18 个首批数字电视整体平移试点城市，2005 年上半年也将陆续展开大规模机顶盒推广工作，有线数字电视用户可能将出现小“井喷”现象。

市场的发展固然要靠需求，而需求是可以创造的；例如，要创造有线数字电视接收的需求就必须先普及有线数字电视传输和接收平台，以及提供为迅速打开有线数字电视市场必须的简单易行的方法，当然前提条件是要有足够的资金可使用，换句话说，要用巨额资金的代价，来“砸”出一条可快速发展的中国有线数字电视的出路来。同样，根据资料的显示，从 20 世纪 90 年代以来，美国的有线电视行业仅在系统数字化改造方面就投入 650 到 700 亿的资金，而假如美国全部停止模拟电视播放后，因之采用内置数字调谐器的数字电视接收方式（不是增加机顶盒来还原成模拟音视频信号接收），届时目前所使用的约两亿四千万台模拟电视将惨遭淘汰，而且这些美国数字电视用户还需掏钱购买这种内置数字调谐器的数字电视机，显然也是要有强大的资金来开路了。而日本政府为帮助启动本国数字电视系统，开始就投资了 16 亿美元。就拿现在国内使用的有线数字机顶盒来举例，以现价 650 元/台的单价计算，想象看，假如要实现 2004 年原目标的 1000 万户数字电视“整体平移”，要送 1000 万台有线数字机顶盒，各地广电单位和政府有多么庞大的资金需求和压力！再想想，当初在上一世纪 1997 年互联网业务开始在全球范围内大规模发展，而后在短短数年时间里，“网络”和“.COM”火爆时，概念追捧和所引发的疯狂起势，使大家不计后果的纷纷“烧了多少钱”（不可否认的是，没有国内外风险投资的早期介入，没有他们早期“不计回报”的“烧钱”，估计也就不可能有中国互联网的今天了），当时也一定没有想到却于 2002 年后，能在网络在线游戏、网络短信、QQ 等应用方面带来丰厚的利润，也不会想到近期热炒的网络电视的快速启动和发展。再比如移动电话“手机”当初并非是为了收发短信而推广，但手机普及之后，创造或者说拉动了短信的需求，最起码为手机短信准备好了必要的接收和使用的平台，例如 2003 年移动通讯中仅手机短信市场产值 70 亿元以上，发展之快远远出乎人们的意料之外，2004 年估计其产值将超过全国有线电视网络的所有收入的总和，就拿仅仅春节 3 天的祝福短信的收益，就够电信运营商们“数好几天”的钱了。有线数字电视将来也有类似这种好日子吗？我们一定要有信心和自信地说，美好的将来，已经为期不远了。

2004 年下半年之后，尤其在 10 月下旬杭州 ICTC 技术研讨会，广电总局领导张海涛副局长给中国数字电视的发展施加了“催化酶”后，且随着因地制宜的“整体平移”步伐的加快，到 2004 年底和 2005 年初的寒冬之际，大规模进军有线数字电视市场的号角已经吹起，国内各地的有线数字电视已先一步的进入了能令人“遐想”的“春天”。

部分省市有线数字电视投资和用户数量一览表：

序号	地区	总投资	投资商	2004 年底 现有用户数	2005 年底要 达到的用户数
----	----	-----	-----	------------------	--------------------

1	青岛市		青岛有线数字传媒	15 万	60 万
2	佛山市		佛山市广播电视局	15 万	60 万
3	杭州市	6 亿	杭州数字电视有限公司	10 万	50 万
4	山西省	7.5 亿	山西广播网络集团公司	小于 2 万	75 万（太原市）
5	海南省	15 亿	海南省人民政府、中广影视传输网络有限公司和中国电子信息产业集团	0	30 万 （2008 年目标 100 万）
6	深圳市	17.5 亿	深圳广播电影电视集团 深圳天威视讯网络数字公司	2.6 万	60 万 （2006 年达到 100 万）
7	珠海市	2 亿	珠海电视台	小于 2 万	10 万（2 到 3 年内达到 30 万）
8	湖北省 武汉市	120 万 美元	武汉广电集团 武汉广电数字电视公司	4 万以上	15 万
9	南京	6.77 亿	南京广电网络有限责任公司 江苏省广电网络投资有限公司	2 万以上	70 万
10	北京	12.5 亿	北广传媒数字电视和歌华有线电视网络有限公司	8 万	60 万
11	上海		东方有线网络有限公司（原上海有线网络）	5.3 万	15 万~20 万（不强行整体平移）
12	广东	2.21 亿	广州市有线电视网络工程有限公司	7.6 万	200 万~250 万
13	大连		大连天途有线电视网络股份有限公司	0.5/2 万	15 万（06 年完成 300 万）
14	无锡		无锡太湖明珠广电网络有限公司	2 万户	20 万
15	湖南省		在 3 年内完成		180 万（06 年 300 万）
16	宁波		宁波市广电网络信息公司		70 万
17	成都		四川广电网络公司	5 万户	
18	福建		福建省广播电视网络有限公司	2 万户	（2010 年实现 300 万）
19	济南		济南广电宽带网络技术公司		30 万
20	银川				55 万户（完成平移）
21	江西省	12 亿	江西省广播电视网络传输有限公司		

结合上表内容，近来国内外企业和资本在国内数字电视领域方面的无论“大、小手笔”的动作都可以看出，一方面国内有线数字电视的进一步发展，需要不断的国内外技术、设备、甚至资本的投入，

另一方面，国内外数字电视技术拥有者、相关设备厂商、资本雄厚的投资商都想及早进入国内数字电视领域，占领相关市场，以获得最大化的收益。

注意：限于篇幅原因，以下只节选部分内容，如您感兴趣，请 E-MAIL 至 sales@sunnisky.com 索取。

1. 青岛

“青岛模式”的主要特点就是整体转换（平移），即以小区为单位，免费赠送有线数字机顶盒，在推行数字节目的同时完全停止输送模拟信号，频道数量由 28 套增加到 50 套，还开办了电视信息平台与商务平台等，同时每月向用户加收有线电视费 10 元，总共为 22 元。

“青岛模式”的成功在于把电视机变成了数字多媒体信息终端，使电视机不仅是看电视的工具，也是信息工具、生活工具、服务工具。通过数据广播所提供的阳光政务、教育、游戏、生活资讯等大量增值服务又将大大促进青岛数字电视的发展。“以信息化推动数字化”是青岛模式的核心，其信息化正是通过其第一个所采用的数据广播技术来实现的。

2. 佛山

“佛山模式”则引入了更多市场因素，先把未来利益折算出来，再找投资商，进行利益共享。其特点是市场化运营“一卡一费”，开创了按频道销售的节目运营模式以及多元化合作的引资模式。佛山的“整体转换”的方法，是以合法的节目内容和海量的信息服务来推动数字化发展，推进信息化的家庭终端由计算机转变为电视机，从而实现产业化的运作、集约化的经营。

3. 杭州

杭州模式则吸取了青岛和佛山模式的优点，并做了一定的创新。首先杭州实行广电网和 IP 网的两网并行，率先实现了数字电视的交互应用，这让业界意识到交互数字电视才是有线数字电视发展的方向；杭州推广有线数字电视的目的，不仅仅是让用户看到清晰的画面和更丰富的节目，而是让它真正成为集公共传播、信息服务、文化娱乐、交流互动于一体的家庭多媒体信息终端。

4. 上海

上海推行与数字付费相结合的整体平移的方式。2004 年 7 月 28 日，代表数字电视产业链上各个环节的 8 家企业在上海宣布成立中国首个“数字电视产业推广联盟”，试图冲破数字电视推广瓶颈，给推广数字电视探索一条新路，该联盟由上海信息家电协会和上海有线网络发起，上海文广互动电视、中央数字电视传媒两家数字电视内容提供商，上海广电信息、康佳集团、上海全景公司、天柏宽带网络等四家机顶盒和电视机终端产品提供商，上海交大高清数字科技产业作为技术、网络提供商共同响应。联盟覆盖了网络、技术、节目、运营、终端产品等数字电视产业的各个环节，希望靠产业链的整体力量提供更符合用户需求的解决方案，而不是以往只单纯的卖产品。在国内一种是青岛模式，由政府协调免费给用户机顶盒，企业靠收取用户使用费来逐渐回收成本；另外一种就是上海目前这种推广模式，靠网络运营商自身来推广数字电视的方式。

5. 湖北武汉数字电视扩容加速

在 2004 年 10 月底召开的武汉国际文化博洽会上，湖北省广电局数字电视中心设备工程引资 120 万美元，合作方是摩托罗拉公司，该公司的双向互动数字技术首次进入中国。武汉广电集团现已建成覆盖全市及郊区的多功能高速网，网络覆盖率达 95%，并加快了网络双向升级改造，为有线数字电视、IP 网络电视等多业务的开展打下了坚实的基础。

6. 重庆

重庆有线数字电视的开通就采用了运营商(重庆广播电视网络传输公司)、解决方案提供商(NDS 公司)、设备制造商(康佳集团)三方合作、联合开发的模式，布下中国数字电视产业推广的第一颗种子。

7. 海南

海南从 2004 年 10 月 1 日起在海口以及三亚地区试播有线数字电视，除公共频道的节目之外，专业频道的节目将实行付费收视。

8. 广东

2004 年 12 月 23 日广东省广播电视微波电路数字化改造工程签约，本改造工程由省广播电影电视局承办，南方广播影视传媒集团组织实施。项目由上海贝尔阿尔卡特公司承建，将采用世界先进 SDH 数字微波技术和设备，微波链路改造总长度为 1982.59 公里，总投资 2.21 亿元，于 2005 年底建成并投入使用。预计 2006 年开始，广东省居民通过现有的有线电视网络，即可欣赏到高品质的、象 DVD 一样清晰的数字化广播电视。

9. 深圳

深圳坚持走“文化立市”的道路，实现有线数字电视平移：

一是可以带动社会信息化，促进城市现代化的需要。有线数字电视将社会各界搭建新的信息平台，将为千家万户提供集公共传播、信息服务、文化娱乐、交流互动于一体的多媒体信息终端，将为市委、市政府建立电视政务平台。它是深圳建设数字城市，率先实现城市信息化的最便捷、有效的途径之一。

二是满足市民日益增长的多样化、个性化的精神文化需求，提高公众整体素质、推进精神文明建设的需要。

三是发展文化产业，促进我市经济发展的需要。有线数字电视平移工作符合中央关于深化文化体制改革的总体要求，为新形势下文化产业的繁荣发展带来了机遇，将有力地促进广播电视文化体制改革，带动相关产业的发展，形成新的文化娱乐消费市场和信息平台，促进深圳市经济的发展。

据有关统计分析，深圳市数字电视全面平移，将直接造就机顶盒产业产值 20 亿元，市场需求 17 亿元 / 年，将创造有线电视服务上万个就业岗位，同时直接引导深圳市 IT 产业进入或转向数字电视领域，形成深圳市数字电视产业集群，成为深圳国民经济的又一强劲增长点，并在国内数字电视产业方面占据一席之地。此外，数字电视技术作为交叉技术，其产业化对计算机、通信、软件、集成电路、显示器件等产业具有极强的产业带动性，是信息产业发展的“火车头”。模拟电视向数字电视平移，可以形成新的文化娱乐消费热点，培育新的经济增长点，拉动市场需求，促进信息产业、文化产业的发

展。

10. 珠海：2 亿元两至三年打造珠海数字电视服务平台

按照规划，珠海将用 2 至 3 年的时间，完成有线数字电视服务平台建设，将分三期对全市有线电视用户实施数字化整体转换。该项目总投资约 2 亿元人民币，其中为全市 30 万电视用户免费派送普通型数字机顶盒所需经费将高达 1.8 亿元（600 元/台），此外，设备购置费达 2000 万元，系统集成费 100 万元，工程费 100 万元。届时，市民安坐家中，就可以享受数字电视提供的各种服务。所需 2 亿元的资金主要由珠海电视台通过贷款、融资或项目合作等方式自筹解决。珠海实现有线数字电视整体转换后，来自有线数字电视的主要收入来源有，数字电视节目的扩展、增值业务的开发与应用、通过数字技术杜绝非法偷装用户以及提高电视用户收费率等。

11. 山西太原

2005 年 1 月 5 日，山西广播网络集团公司开始在太原市进行有线电视数字化整体平移试点，首批 2000 多个用户将率先在自己家中看到数字电视节目。

山西广电网络集团公司这次有线电视数字化整体平移试点采取两种方式提供服务：一种是向用户免费发放机顶盒，用户预缴两年服务费；另一种是用户购买机顶盒，服务费按月收取。用户安装机顶盒后可收到 91 套数字电视节目，其中包括 26 套数字付费节目，这些节目来自于各省电视台及国内较大的几家数字电视节目运营商，汇集音乐、游戏、动漫、健康、股票、汽车、影视剧等各种类型，专业性更强，观众选择范围更广泛，同时画面质量更是大大提高。2005 年春节前省广电网络向用户传输的数字节目将达到 108 套，到 2007 年底山西城镇有线电视信号将全部完成由模拟到数字的整体转换。

12. 江苏省和南京市

江苏省将对全省广电网络资源进行整合，江苏省广电系统体制将作了重大调整。根据省委、省政府制定的方案，全省广电系统体制调整、改革将实行“行政整合，市场重组”，以全省广电网络资产为基础，组建江苏省广播电视网络投资有限公司，公司将在全省广电网络实行统一规划、统一建设、统一管理、统一运营，实现省、地（市）、县（市、区）三级贯通，充分利用网络资源，开展多功能综合信息业务。

自 2004 年 6 月南京第一个有线电视数字化试点小区“机电花园”，关闭模拟电视信号，直接为用户开通数字电视频道以来，南京现已有有线数字电视试点小区 50 个，数字电视用户突破 2 万户。并计划在新建小区、高档住宅区、各试点小区和宾馆饭店等地区，加快进行有线电视数字化改造，推广普及机顶盒。数字电视用户每月交 12 元公共节目服务费后，即可收看 61 套公共节目。如还需收看其它节目，则每月再交 8 元钱。而非试点小区用户每月交 20 元数字电视服务费后，即可收看所有 86 套数字电视节目。

13. 福建

早在 2001 年，福建省便组建公司专门负责数字电视的市场推广。从 2003 年开始，福建省便开始了数字电视机顶盒试验，并已在 9 个地级市及晋江、古田、石狮、漳浦进行推广。到 2004 年底，福

建省数字电视用户不过 2 万户。这些用户除了可以收看到数字电视之外，还能接收到“数字福建”的电视网站信息。具体做法为，借鉴“青岛模式”或“佛山模式”做法，在一定行政区的规划范围内，逐渐停播模拟电视信号改播数字电视信号。

14. 北京

2004 年 4 月，歌华有线曾宣布将向北京城八区投入 12.5 亿巨资发展数字电视用户，而资金来源为歌华有线即将在债券市场发行的 12.5 亿可转债。

作为北京数字电视网络商，北京歌华有线计划在 2006 年前完成模拟信号向数字信号转换工作，并打算在 2005 年发展 60 万数字电视用户，到 2006 年底全面实现模拟向数字的转换，到时数字电视用户数将可达 450 万，市场商机达 100 亿元。

随着 2008 年奥运会的临近以及我国数字电视产业发展的提速，歌华有线作为北京地区有线电视的龙头企业，将承担起探索北京数字电视产业商业模式的重任。

15. 广西省“模转数”2006 年完成

在 2005 年后，广西地区将全力推进有线电视数字化，采取增加节目和信息服务项目的方式，进一步提高服务质量，并向用户免费赠送数字机顶盒（每户限赠 1 台，对用户第 2 台及以后的数字机顶盒和其他特殊用户采取销售方式），适时、适度提高收视维护费，主要是用于分期支付购买数字机顶盒所需资金和对广电传输网络分步骤进行技术改造所需的费用。

广西将分步骤地实施有线电视数字化，其中，南宁市、梧州市在 2006 年底以前完成有线电视向数字化过渡，其它条件成熟的市、县（区）在 2008 年底以前基本完成有线电视向数字化过渡；2010 年底，全区各县（市、区）基本实现有线电视向数字化过渡；2015 年底，全区有线电视实现模拟用户向数字用户的整体平移，并关闭所有模拟电视传输发射设备。

16. 山东淄博

山东淄博是国内继青岛、佛山之后，2005 年又一个启动并实施数字电视整体平移的城市。但是，实施方式与青岛、佛山有所不同，数字机顶盒由淄博广电青鸟信息网络公司直接出资购买，向消费者免费送机，预收收视费，和目前流行的手机销售方式类似，整个工程预计 2006 年底之前完成。据推算，全市数字电视数字机顶盒总需求量在 50 万户以上，由隶属于淄博广电局的淄博广电青鸟信息网络有限公司承担该项工程，在对国内多家数字电视制造企业进行全面考察、评估之后，最后决定选择 TCL。2005 年 1 月 28 日，TCL 与淄博广电青鸟信息网络有限公司数字电视机顶盒合作签约仪式在 TCL 位于深圳的科学研究院举行，根据协议，2005 年 TCL 将为山东淄博市供应 20 万台以上数字电视机顶盒，用于该市数字电视整体平移工程，该项合同金额超过 1.5 亿元人民币，执行分批交货、分批现金结算的方法，并且首批两万台机顶盒 2 月底之前要交付使用。TCL 的数字电视技术在全球居于领先地位，已经形成中国、美国（印地安那州的 TTE 数字技术中心）、德国、新加坡四地五大研发中心的布局，且已经形成高、中、低全系列数字机顶盒生产和供应能力；2005 年 TCL 数字机顶盒销售目标是 5 亿元人民币，并逐步把产业领域扩展到手持数字电视和数字电视一体机。

17. 沈阳

2003 年 10 月 1 日沈阳开始试播数字信号电视，“数字化平移”的筹备工作已在 2004 年展开，如果进展顺利，2005 年沈阳的模拟信号电视将转化为数字信号电视。为了推广数字电视，尽快普及机顶盒成了市有关部门着力进行的工作之一。现在沈阳的数字电视节目已经达到了 54 套，其中包括各电视台的上星卫视、专业频道和央视的收费频道，省城的数字电视用户数量在 5000 户左右。沈阳地区还未决定是否采用“免费送机顶盒的整体平移”方式，所以当地消费者目前仍然需要自己掏钱购买价值千元左右的有线数字机顶盒。

18. 大连

2004 年 12 月 3 日，大连市滨海大厦、华能宾馆两个试点酒店的 228 个终端接收数字电视信号试点播，拉开了大连市有线电视数字化整体转换序幕。2005 年在对转换试点小区工作总结和改进后，大连市将全面开展整体转换工作，市内用户终端转换工作将在 2005 年底前完成。调查摸底后，大连市内现在需要整体转换的有线电视用户终端 70.5 万个，共计需要安装机顶盒的用户终端 78.5 万个。预计到 2007 年现有的 70.5 万个终端和新发展的终端全部安装完毕。相应地，有线数字电视的收视维护费也要相应提高，最后的价格待市民听证会后由市物价部门批准。

19. 陕西

陕西广电网络在全国率先完成资产重组、体制创新后，新增有线电视用户 100 万户，2004 年实现经营收入 3.5 亿元，是全网整合初期的三倍。

2004 年 12 月 28 日数字电视开播后，用户收看的电视节目由原先的 40 多套增加到 100 多套。另外，数字电视用户还可享受互动影院、家庭教育、电子政务、电子商务、证券信息、生活资讯等多功能和个性化服务，即用户可任意选择、点播自己喜欢的节目，克服模拟电视所固有的电视台播什么用户只能被动的看什么的缺陷。鉴于陕西城乡居民消费水平不同，陕西数字电视首先面向中等以上消费水平的家庭营销付费电视，暂不加入数字电视网的用户可继续收看原有的模拟电视节目，到 2015 年按国家广电总局规定，整体转换为数字电视。陕西用户在办理数字电视开户手续时，仍需缴纳包括机顶盒和智能卡在内的数字电视安装工料费。

20. 江苏镇江

2005 年 1 月 2 日镇江市有线数字电视正式开通，64 套数字电视节目将逐渐步入市民的家庭，这是继南京、苏州、无锡、常州、南通、盐城之后，江苏省内第 7 个开通有线数字电视的地级市。并计划到 2005 年底将推出 100 多套左右的电视节目供用户选择。

21. 河北宜昌

湖北楚天广电网络宜昌分公司对外宣布，从 2005 年 1 月起，宜昌市数字电视将进入试营业阶段，广大市民只需要添置有线数字电视机顶盒就可以收看到 40 多个全新数字电视频道的节目，享受数字电视带来的无穷乐趣。到 2010 年，全市将完成有线电视数字化全面过渡，数字电视用户将达到 10 到 20 万户。

22. 诸暨市

经过一年的紧张筹备，在当地市政府的监管下，最终完成了数字电视平台的建设，并于 2005 年

1月13日，诸暨市重点工程有线数字电视正式开通，并将在春节期间进行免费3个月的数字电视试播，同时推出了94套节目，其中含33套中央台的数字电视节目。

23. 宁夏地区银川市

宁夏广播电视网络公司宣布说，到2004年底，已有3万户数字电视用户，2000多个有线通宽带用户，这两项数字化服务人群比例均居全国城市前列。2004年，宁夏有线电视网络公司在数据广播及视频点播业务方面开通了电子节目指南（EPG）、准视频点播（NVOD）和数据广播（包括证券、图文信息广播）等数字电视增值业务。除将原来开展的模拟电视扩充到44套节目外，还在原有有线电视网基础上再次开通数字电视新业务，传输70余套数字节目，同时开通数据信息服务，即公众信息广播，视频点播及专业个性化频道。今后还将全面完成了机顶盒的升级及数据广播的改版工作，并在银川地区开展“有线通”互联网的接入服务。

24. 香港

香港九仓有线公司于2004年6月10日就已关闭模拟电视，全网66万用户一次就完成了数字整体转换。

与此对应的是，就在2003年底专业调查机构针对全国只有16.7万户的数字电视用户来看，并分析后认为，从生产制造商、前端平台运营商、用户服务销售商、第三方软件商和市场需求等5大要素来看，那时国内的39家具有有线数字机顶盒DVB-C STB生产许可证的、约80家生产商，以及106个有线数字电视DTV前端平台（包括与投资方合作的）基本全部失败，当时得出的结论是“经营和运营理念需要进一步的改进”。

经过2003年的“摸着石头过河”，最后找到青岛模式的“整体平移”数字电视转换道路，进而开始了“吵吵嚷嚷”的中国数字电视成长的2004年。在这一年里，伴随着“电子信息发展每18个月技术发展翻一翻的摩尔定律”的又一次验证，使有线（数字）电视必须时刻面临着飞速发展的IPTV（或WebTV）网络电视、直播卫星、地面无线数字电视广播和移动数字电视的挑战和竞争；而且随着整个数字电视产业链的数字化升级、传输运营领域广电与电信的相互渗透、终端接收领域如手机、家电、电脑功能之间的模糊，以及全新市场监管模式的建立、新的产业标准的确立，都呼唤着并一直还在持续进行的一场市场化的革命。这是每一个市场参与者都想知道的事，即在2004年有线数字电视市场喧嚣的背后，到底发生了什么呢？2005年的中国有线数字电视又将走向何处呢？

（本文完成于2005年3月30日）



北京阳天宽频网络技术有限公司

Beijing Sunnisky B. N. T. Co. Ltd

电话:010-82645460 传真:010-82645461

E-Mail:sales@sunnisky.com

www.sunnisky.com