

# 2008中国移动电视市场发展分析研究专题报告

## 报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2008中国移动电视市场发展分析研究专题报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/dianshi/1570215702.html>

报告价格：电子版: 15500元 纸介版：16000元 电子和纸介版: 16800

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

### 报告目录

#### 1、定义及媒体特征

##### 1.1定义与市场分类

##### 1.2媒体特征

##### 1.3专业术语

#### 2、移动电视市场现状

##### 3.1产业链及商业模式

##### 3.2市场规模发展现状

##### 3.3移动电视终端发展现状

##### 3.4区域发展现状

##### 3.5市场竞争态势

#### 3、移动电视市场环境

##### 2.1 PEST

##### 2.2技术发展及趋势

##### 2.3市场大事记

#### 4、各细分市场

##### 4.1 公交市场

##### 4.2 地铁市场

##### 4.3 出租车市场

#### 5、移动电视媒体价值

##### 5.1媒体价值概述

##### 5.2受众媒体接触时间及偏好

##### 5.3传统电视与公交移动电视比较

##### 5.4公交/地铁移动电视与其他户外电子屏媒介比较

#### 6、移动电视市场发展趋势

##### 6.1市场发展预期

##### 6.2 市场发展促进及阻碍因素

##### 6.2.1 促进因素

##### 6.2.2 阻碍因素

##### 6.3 市场发展规模预测

#### 7、厂商

##### 7.1东方明珠移动电视（MMTV）

##### 7.2 华视传媒（VISN）

7.3 世通华纳 ( TOWANA )

7.4 巴士在线 ( Bus-Online )

7.5 数码媒体集团 ( DMG )

7.6 北广传媒移动电视 ( BAMC )

图表目录

图 目 录

图2-1 PEST模型

图2-2地面数字电视传输技术示意图

图2-3定点网络下载技术示意图

图2-4中国移动电视市场发展里程碑

图3-1中国移动电视产业链

图3-2 2007年-2008年第2季度中国户外电子屏市场规模

图3-3 2007年-2008年第2季度中国移动电视广告市场规模

图3-4 2007年-2008年第2季度中国移动电视广告市场规模占比

图3-5 2007年-2008年第2季度中国移动电视终端数量

图3-6 截至2008年第2季度中国移动电视终端分布城市情况 ( 按数量 )

图3-7 截至2008年第2季度中国移动电视终端分布区域情况

图3-8 2008年第2季度中国移动电视厂商收入份额

图3-9 2008年第2季度中国移动电视厂商终端份额

图3-10 2008年第2季度一线城市移动电视终端分布情况

图3-11 2008年第2季度二线城市移动电视终端分布情况

图3-12 2008年第2季度三线城市移动电视厂商终端分布情况

图4-1 2007年-2008年第2季度中国移动电视细分市场比例

图4-2 2008年第2季度中国移动电视各细分市场比例 25

图4-3 2007年-2008年第2季度中国公交移动电视市场规模

图4-4

2007年-2008年第2季度中国地铁移动电视市场规模图4-5开展地铁移动电视业务的城市

图4-6 2007年-2008年第2季度中国出租车移动电视市场规模

图5-1媒介价值评价方法

图5-2用户媒体接触时间

图5-3用户对于各媒体的接触度与偏好程度

图5-4各媒介CPM对比

图5-5不同时段用户接触电视和公交移动电视情况

图5-6移动电视与传统电视的比较

图5-7一线城市移动电视和传统电视CPM对比

图5-8用户在户外电子屏媒体接触频度

图5-9用户对于户外电子屏媒体的接触度与偏好程度

图5-10移动电视与其他户外电子屏的比较

图5-11 一线城市移动电视和其他户外电子屏媒体CPM对比

图6-1 2008年-2011年中国移动电视市场规模预测

图6-2 2008年-2011年中国移动电视终端规模预测

图7-1 2007年-2008年第2季度东方明珠收入规模

图7-2东方明珠移动 SWOT

图7-3 2008年第2季度华视传媒移动电视终端分布情况

图7-4 华视传媒广告营收增长趋势

图7-5 华视传媒广告客户数

图7-6 华视传媒广告时长/每播出小时

图7-7 华视传媒广告时长发展趋势

图7-8 华视传媒平均每播出小时的广告收入

图7-9 华视传媒电子屏数量

图7-10华视传媒SWOT

图7-11 2007年-2008年第2季度世通华纳收入规模

图7-12 2007年-2008年第2季度世通华纳累计广告主数量

图7-13 2008年第2季度世通华纳移动电视终端分布情况

图7-14 世通华纳 SWOT

图7-15 巴士在线网络布局

图7-16 2008年第2季度巴士在线移动电视终端分布情况

图7-17 巴士在线SWOT

图7-18 DMG SWOT

图7-19北广传媒SWOT

表 目 录

表1-1中国移动电视广告市场分类说明

表2-1 2007年-2008年移动电视市场大事记

表3-1 截至2008年上半年已开展移动电视的城市列表（包括预录系统）

表3-2移动电视城市分级（包括预录系统）

表7-1东方明珠移动电视主要节目类别

表7-2东方明珠移动电视大事记

表7-3华视传媒大事记（签署时间）

表7-4世通华纳大事记

表7-5巴士在线大事记

表7-6 DMG移动电视覆盖情况

表7-7 DMG大事记

表7-8北广传媒移动电视大事记

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianshi/1570215702.html>