

2016-2022年中国手机电视市场运营格局现状及十三五竞争策略分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国手机电视市场运营格局现状及十三五竞争策略分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/shoujidianhua/246993246993.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

手机电视（Mobile TV），就是利用具有操作系统和流媒体视频功能的智能手机以及支持HTTP或者RTSP的非智能机子都能观看电视的业务。虽然手机电视业务前景是美好的，但其发展历程也不可能一马平川。仔细分析一下以往一些移动数据业务的发展历程，可以发现所走的路几乎都是曲折的。综合考虑技术、市场、内容与用户等多方面的因素，国内手机电视业务在发展过程中将主要面临政策、认知、终端、操作、内容、标准、网络和资费等方面的障碍。

中国报告网发布的《2016-2022年中国手机电视市场运营格局现状及十三五竞争策略分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 行业发展综述

第一章 2014-2015年全球手机电视产业发展分析

第一节 国外移动电视节目业发展要素分析

一、政策环境和历史背景

二、资本运营

三、经营理念

四、新产品开发

五、产权保护

第二节 全球手机电视产业发展分析

一、2014-2015年欧洲手机电视发展分析

二、2014-2015年美国手机电视市场分析

三、2014-2015年英国手机电视发展分析

四、2014-2015年俄罗斯手机电视发展分析

五、2014-2015年澳大利亚手机电视分析

六、2014-2015年法国手机电视的发展分析

第三节 西方手机电视产业走势分析

- 一、渠道突围
- 二、内容并非"为王"
- 三、全媒体争夺战

第二章 中国手机电视产业发展现状

第一节 手机电视产业发展概况

- 一、手机电视发展概况
- 二、手机电视发展的新方式
- 三、媒体竞合下的手机电视业前景分析

第二节 2014-2015年手机电视产业发展现状

- 一、2014-2015年手机电视广告市场分析
- 二、电视与网络新媒体融合分析
- 三、手机电视品牌价值的市场解析
- 四、不同年龄人群手机电视接触差异分析

第三节 传统电视媒体与新媒体的融合分析

- 一、对新媒体的作用
- 二、以客户需求为导向
- 三、加大与新媒体的整合传播

第四节 移动电视传媒的符号特征及文化责任

- 一、移动电视传媒的符号特征
- 二、移动电视传媒的价值判断
- 三、移动电视传媒的文化责任
- 四、移动电视传播的文化潜能
- 五、移动电视传播对我国社会的文化意义

第二部分 行业市场分析

第三章 2014-2015年中国手机电视产业链分析

第一节 手机电视发展现状与格局

- 一、电视购物对手机电视影响
- 二、2014-2015年中国数字电视发展现状
- 三、广播电视新媒体的发展情况

第二节 手机电视发展预测

- 一、2015年中国数字电视用户规模预测
- 二、2015年中国手机电视市场销量预测

第三节 中国手机电视产业链结构

- 一、手机电视的价值链
- 二、中国电视剧产业价值链分析
- 三、2014-2015年移动多媒体广播电视产业链分析
- 第四节 电视栏目发展情况
 - 一、电视台节目定位分析
 - 二、新媒体语境下电视节目生产的发展空间
 - 三、收视率对于电视栏目的影响
 - 四、主持人对品牌电视栏目的影响
 - 五、打造电视栏目的竞争力
 - 六、2015年电视节目的发展趋势
- 第五节 各类型电视节目发展情况
 - 一、我国少儿电视节目发展
 - 二、电视宣传片发展特色分析
 - 三、美容时尚类节目的发展
 - 四、讲坛类电视栏目的发展
 - 五、电视栏目剧的发展
 - 六、谈话节目发展现状及趋势
- 第四章 影响中国手机电视产业发展因素
 - 第一节 有利因素分析
 - 一、手机电视的优势分析
 - 二、体制改革与消费升级因素
 - 第二节 不利因素分析
 - 一、进入威胁因素
 - 二、替代产品压力
 - 三、买方侃价能力
 - 四、供方侃价能力
 - 第三节 网络多媒体对手机电视的影响
 - 一、发挥手机电视优势分析
 - 二、手机电视数字化原则
 - 三、未来10年互联网对手机电视的影响
 - 第四节 跨媒体整合手机电视的情况
 - 一、目前跨媒体合作模式诞生的背景
 - 二、目前的合作模式中的得失分析
 - 三、跨媒体整合中手机电视行业的对策
- 第五章 2014-2015年手机电视产业渠道分析

第一节 2015年国内手机电视产品的经销模式

一、销售模式简介

二、销售模式分类及特点

第二节 手机电视行业国际化营销模式分析

第三节 2015年国内手机电视产品生产及销售投资运作模式分析

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

第六章 2014-2015年手机电视行业相关产业分析

第一节 手机电视行业产业链概述

第二节 手机电视行业上游运行分析

一、手机电视行业上游介绍

二、手机电视行业上游发展状况分析

三、手机电视行业上游对手机电视行业影响力分析

第三节 手机电视行业下游运行分析

一、手机电视行业下游介绍

二、手机电视行业下游发展状况分析

三、手机电视行业下游对手机电视行业影响力分析

第三部分 竞争格局分析

第七章 手机电视行业竞争分析

第一节 手机电视竞争状况

一、网络媒体对手机电视的冲击

二、地方手机电视核心竞争力

三、2015年视频行业与传统手机电视竞争格局

四、2014-2015年网络视频与手机电视的竞争

第二节 电视传媒竞争的方向分析

一、媒体后时代的发展

二、电视竞争新格局

三、媒体后时代的生存法则

四、手机电视的竞争力

第三节 省级卫视竞争分析

一、我国省级卫视的市场竞争环境分析

二、省级卫视竞争格局分析

三、2015年省级卫视全国收视分析

四、2015年各地晚间黄金段电视剧收视率

第四节 2014-2015年中国手机电视行业竞争分析及预测

- 一、2015年手机电视市场竞争情况分析
- 二、2015年手机电视市场竞争形势分析
- 三、2014-2015年集中度分析及预测
- 四、2014-2015年SWOT分析及预测
 - 1、优势因素
 - 2、劣势因素
 - 3、机会因素
 - 4、威胁因素
- 五、2014-2015年进入退出状况分析及预测
- 六、2014-2015年生命周期分析及预测
- 第八章 手机电视企业竞争策略分析
 - 第一节 手机电视市场竞争策略分析
 - 一、2015年手机电视市场增长潜力分析
 - 二、2015年手机电视主要潜力项目分析
 - 三、现有手机电视竞争策略分析
 - 四、手机电视潜力项目竞争策略选择
 - 五、典型企业项目竞争策略分析
 - 第二节 手机电视企业竞争策略分析
 - 一、2015年手机电视行业竞争格局的变化
 - 二、2016-2022年我国手机电视市场竞争趋势
 - 三、2016-2022年手机电视行业竞争格局展望
 - 四、2016-2022年手机电视行业竞争策略分析
 - 五、2016-2022年手机电视企业竞争策略分析
- 第九章 手机电视重点企业分析
 - 第一节 中广传播公司
 - 一、基本概况
 - 二、竞争优势分析
 - 三、2014-2015年经营状况
 - 四、2016-2022年发展战略
 - 第二节 广东南方广电传媒公司
 - 一、基本概况
 - 二、竞争优势分析
 - 三、2014-2015年经营状况
 - 四、2016-2022年发展战略
 - 第三节 北京悦龙数字广播传媒科技有限责任公司

一、基本概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第四节 中国联通

一、基本概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第五节 中国移动

一、基本概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第六节 杭州华数

一、基本概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第七节 中国电信

一、基本概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第八节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

一、基本概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第九节 上海东方龙

一、基本概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第十节 东方明珠

一、基本概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第十一节 京视传媒

一、基本概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第十章 2014-2015年中国手机电视区域发展透析

第一节 东北地区

一、辽宁

二、吉林

三、黑龙江

第二节 华北沿海地区

一、北京

二、天津

三、河北

四、山东

第三节 黄河中游地区

一、河南

二、山西

三、陕西

四、内蒙古

第四节 华东沿海地区

一、上海

二、江苏

三、浙江

第五节 华南沿海地区

一、福建

二、广东

三、广西

四、海南

第六节 长江中游地区

一、湖北

二、湖南

三、江西

四、安徽

第七节 西南地区

一、重庆

二、四川

三、贵州

四、云南

第八节 西北地区

一、甘肃

二、青海

三、宁夏

第四部分 发展趋势分析

第十一章 中国手机电视产业趋势分析

第一节 2015年手机电视产业发展趋势

一、中国电视传媒发展的方向分析

二、2013-2015年手机电视发展趋势

三、2015年电视广告形势的预测

四、“十三五”广电行业规划及影响

第二节 手机电视产业走向分析

一、电视传媒产业动力机制

二、电视节目创新趋势

三、电视节目策划趋势

四、电视新闻发展趋势

第三节 手机电视产业运行趋势

一、传播趋势

二、运营的创新

三、整合营销方式

四、产业链模式

五、开展SP业务策略

六、节目体系的创新

第四节 中国手机电视的转型与创新

一、影响手机电视转型的因素

二、手机电视转型的内涵

第十二章 手机电视行业发展趋势预测

第一节 2016-2022年手机电视市场趋势分析

- 一、2014-2015年手机电视市场趋势总结
- 二、2016-2022年手机电视发展趋势分析
- 三、2016-2022年手机电视市场发展空间
- 四、2016-2022年手机电视产业政策趋向
- 五、2016-2022年手机电视价格走势分析

第二节 2016-2022年手机电视市场预测

- 一、2016-2022年手机电视市场结构预测
- 二、2016-2022年手机电视市场需求前景
- 三、2016-2022年手机电视市场价格预测
- 四、2016-2022年手机电视行业集中度预测

第五部分 投资价值分析

第十三章 手机电视行业投资现状分析

第一节 2015年手机电视行业投资情况分析

第二节 2015年手机电视行业投资情况分析

第十四章 手机电视行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2015年我国宏观经济运行情况
- 二、2016-2022年我国宏观经济形势分析
- 三、2016-2022年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2015年手机电视行业政策环境
- 二、2015年国内宏观政策对其影响
- 三、2015年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2015年社会环境发展分析
- 三、2016-2022年社会环境对行业的影响分析

第十五章 手机电视行业投资机会与风险

第一节 手机电视行业投资效益分析

- 一、2014-2015年手机电视行业投资状况分析
- 二、2016-2022年手机电视行业投资效益分析
- 三、2016-2022年手机电视行业投资趋势预测
- 四、2016-2022年手机电视行业的投资方向
- 五、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响手机电视行业发展的主要因素

- 一、2016-2022年影响手机电视行业运行的有利因素分析
- 二、2016-2022年影响手机电视行业运行的稳定因素分析
- 三、2016-2022年影响手机电视行业运行的不利因素分析
- 四、2016-2022年我国手机电视行业发展面临的挑战分析
- 五、2016-2022年我国手机电视行业发展面临的机遇分析

第三节 手机电视行业投资风险及控制策略分析

- 一、2016-2022年手机电视行业市场风险及控制策略
- 二、2016-2022年手机电视行业政策风险及控制策略
- 三、2016-2022年手机电视行业经营风险及控制策略
- 四、2016-2022年手机电视同业竞争风险及控制策略
- 五、2016-2022年手机电视行业其他风险及控制策略

第十六章 手机电视行业投资战略研究

第一节 手机电视行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、业务组合战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

第二节 对手机电视品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、手机电视实施品牌战略的意义
- 三、手机电视企业品牌的现状分析
- 四、手机电视企业的品牌战略
- 五、手机电视品牌战略管理的策略

第三节 投资建议

- 一、2016-2022年手机电视行业投资战略
- 二、2016-2022年细分行业投资战略

第十七章 手机电视行业发展策略分析

第一节 手机电视活动营销策略

- 一、活动营销概述
- 二、活动营销现状
- 三、活动营销问题
- 四、活动营销策略

第二节 手机电视广告经营的品牌化战略

一、理念定位

二、机制创新

三、形象整合

第三节 电视新闻在新媒体环境下的发展策略

一、数字化浪潮下的新媒体时代

二、新媒体环境下电视新闻的外延

三、新媒体下的电视新闻制胜路径

第四节 传统电视的新媒体发展策略

一、新媒体对传统电视的影响

二、传统电视的新媒体发展策略

三、手机电视经营战略转型分析

图表目录：

图表：全球网络下载速度澳大利亚居首

图表：手机电视产业链

图表：手机电视产业运行流程

图表：2014-2015年网络视频用户数及使用率

图表：2014-2015年手机网络视频用户数及使用率

图表：2013-2015年卫星全天平均市场份额排名

图表：2013-2015年省级卫视全天平均市场份额比例

图表：2015年中国省级卫视收视率排名

图表：2015年和2015年二季度同期晚间黄金段TOP20电视剧收视率

图表：2015年和2015年二季度同期晚间黄金段TOP50电视剧卫视分布统计数据

图表：2015年和2015年二季度同期晚间黄金段TOP50电视剧卫视分布统计图

图表：2015年和2015年二季度同期晚间黄金段TOP20电视剧卫视分布统计

图表：2015年和2015年二季度同期晚间黄金段TOP20电视剧卫视分布统计

图表：2015年和2015年二季度同期晚间黄金段各大卫视入围TOP20电视剧比例分布统计

图表：手机电视业务准入情况

图表：中国移动手机电视业务类型及合作伙伴

图表：中国联通手机电视分发业务种类

图表：中国移动互联网视频类APP总下载类

图表：视频类APPtop5下载量

图表：2013-2015年中国联通成长能力指标分析

图表：2013-2015年中国联通盈利能力指标分析

图表：2013-2015年中国联通盈利质量指标分析

图表：2013-2015年中国联通运营能力指标分析

图表：2013-2015年中国联通财务风险指标分析

图表：2015年中国联通资产负债表

图表：2015年中国联通利润表

图表：2015年中国联通现金流量表

图表：2015年华数传媒主营构成分析

图表：2013-2015年华数传媒成长能力指标分析

图表：2013-2015年华数传媒盈利能力指标分析

图表：2013-2015年华数传媒盈利质量指标分析

图表：2013-2015年华数传媒运营能力指标分析

图表：2013-2015年华数传媒财务风险指标分析

图表：2015年华数传媒资产负债表

图表：2015年华数传媒利润表

图表：2015年华数传媒现金流量表

图表：2015年前二季度移动互联网东北沿海地区视频类APP下载量

图表：2015年前二季度移动互联网华北沿海地区视频类APP下载量

图表：2015年前二季度移动互联网黄河中游地区视频类APP下载量

图表：2015年前二季度移动互联网华东沿海地区视频类APP下载量

图表：2015年前二季度移动互联网华南沿海地区视频类APP下载量

图表：2015年前二季度移动互联网长江中游地区视频类APP下载量

图表：2015年前二季度移动互联网西南地区视频类APP下载量

图表：2015年前二季度移动互联网西北地区视频类APP下载量

图表：用户付费业务盈利模式

图表：免费业务盈利模式

图表：手机电视投票业务盈利模式

图表：手机电视购物业务盈利模式

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域SWOT战略分析图

图表：品牌在不同阶段品牌的特点图

略.....

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。（GY KWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shoujidianhua/246993246993.html>