

# 中国手机电视内容提供商运营态势与发展模式预测报告(2011-2015年)

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《中国手机电视内容提供商运营态势与发展模式预测报告(2011-2015年)》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/110134110134.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

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

手机终端的普及性和移动性加上电视媒体的主导性，这一强强结合将电视媒体移植到手机终端，开创了一种全新的电视播放形式，手机电视业务正成为电信业和传媒业共同关注的焦点。内容提供商包括电视台、独立影视节目制作商，如中央电视台、凤凰卫视、华谊兄弟传媒公司等，其提供在传统电视媒体以及影院播放的内容资源。

在3G时代，手机媒体化趋势不可避免，目前手机电视业务正是一个极好的切入点。电信运营商在发展手机媒体业务时，不应固守于做一个通道的角色，而应向价值链上游的内容环节延伸。手机电视内容提供商无疑将成为最具潜力和投资价值的行业。

《中国手机电视内容提供商运营态势与发展模式预测报告(2011-2015年)》根据对手机电视内容提供商产品监测统计数据指标体系，通过技术手段，形成的连续性监测数据，反映了一定时期内中国手机电视内容提供商产品生产消费的现状、变化及趋势。本报告以手机电视内容提供商行业作为切入点，通过对手机电视内容提供商行业特征和统计数据的全面分析，确定手机电视内容提供商行业发展概况和基本特征；运用科学的方法和模型，帮助企业掌握市场动向，明确手机电视内容提供商行业竞争趋势。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

### 第一章 2010-2011年全球手机电视内容提供行业运行情况分析

#### 第一节 2010-2011年全球手机电视产业运行概况

- 一、全球手机电视用户规模分析
- 二、全球手机电视技术及业务分析

#### 第二节 2010-2011年全球手机电视内容提供运行概况

- 一、全球手机电视内容提供运行特点分析
- 二、全球手机电视业务发展现状透视
- 三、全球手机电视内容提供商市场分析

#### 第三节 2010-2011年全球手机电视内容提供商主要国家运行情况分析

- 一、印度
- 二、韩国
- 三、德国

#### 第四节 2011-2015年全球手机电视内容提供商发展趋势分析

### 第二章 2010-2011年中国手机电视内容提供商发展环境分析

#### 第一节 2010-2011年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额

## 五、全社会固定资产投资分析

## 六、进出口总额及增长率分析

### 第二节 2010-2011年中国手机电视内容提供商发展政策环境分析

#### 一、广播电视管理条例

#### 二、互联网等信息网络传播视听节目管理办法

#### 三、信息网络传播权保护条例

### 第三节 2010-2011年中国手机电视内容提供商发展社会环境分析

#### 一、就业与人才分析

#### 二、城市化进程分析

#### 三、人口密度分析

#### 四、年龄结构分析

#### 五、居民消费

#### 六、消费观念

## 第三章 2010-2011年中国手机电视产业形势分析

### 第一节 2010-2011年中国手机电视发展概述

#### 一、中国手机电视市场初具规模

#### 二、手机电视在中国市场日渐渗透

#### 三、中国手机电视业务的实践探索

#### 四、中国手机电视市场竞争异常激烈

#### 五、手机电视城市覆盖情况

#### 六、手机电视运营模式确定

### 第二节 2010-2011年手机电视市场发展现状

#### 一、国标统一手机电视产业发展迎来破局

#### 二、国内手机电视终端市场迅速扩张

#### 三、奥运因素下中国手机电视市场火爆

#### 四、中国手机电视发展热点透析

#### 五、国内终端厂商逐鹿手机电视市场

### 第三节 2010-2011年中国手机电视产业存在的问题

#### 一、制约手机电视业务增长的若干因素

#### 二、中国手机电视发展存在的不足

#### 三、中国手机电视产业面临的主要挑战

#### 四、手机电视领域政府合作上面临的难题

#### 五、中国手机电视亟待解决的重要问题

### 第四节 2010-2011年中国手机电视产业发展的对策

#### 一、促进手机电视业务发展的建议

- 二、手机电视产业持续增长的策略
- 三、手机电视发展壮大需要政策上的合作
- 四、中国手机电视业务发展的出路选择
- 五、中国手机电视的市场制胜策略探讨
- 六、手机电视产业发展的关键在于掌握核心技术
- 七、手机电视的营销策略分析
- 第四章 2010-2011年中国手机电视内容提供商运行形势分析
  - 第一节 2010-2011年中国手机电视内容提供商发展概况
    - 一、手机电视内容提供现状分析
    - 二、手机电视内容提供技术分析
    - 三、手机电视内容提供行业特征分析
  - 第二节 2010-2011年中国手机电视内容提供市场运行分析
    - 一、手机电视内容提供商供给情况分析
    - 二、手机电视内容提供商需求分析
    - 三、手机电视内容提供市场供需平衡分析
  - 第三节 2010-2011年中国手机电视内容提供商存在的问题分析
- 第五章 2011年4月中国手机电视市场的用户调查分析
  - 第一节 中国手机电视用户特征
    - 一、用户普及率
    - 二、年龄
    - 三、性别
    - 四、学历
    - 五、从业性质
    - 六、地区
  - 第二节 中国手机电视用户行为
    - 一、产品认知
    - 二、产品内容
    - 三、产品比较优势
    - 四、使用习惯
    - 五、非手机电视用户
  - 第三节 2011年4月中国手机网民调查分析
    - 一、手机网民概况
    - 二、手机网民上网目的调查
    - 三、手机网民年龄层次调查
    - 四、手机网民学历层次调查

五、手机网民月收入调查

六、手机网民上网付费方式调查

七、手机网民上网频率调查

八、手机网民上网地点调查

九、手机网民手机上网时间调查

十、手机网民最常登陆网站调查

十一、手机网民各类移动增值服务调查

十二、手机网民对手机电视内容期望调查

十三、手机网民手机搜索信息需求调查

第六章 2010-2011年中国手机电视内容提供商市场竞争格局分析

第一节 2010-2011年中国手机电视内容提供商竞争现状分析

一、手机电视内容提供商技术竞争分析

二、手机电视内容提供商网络竞争分析

三、手机电视内容提供商设备竞争情况分析

四、手机电视内容提供商节目内容竞争分析

第二节 2010-2011年中国重点城市手机电视内容提供商格局分析

一、北京

二、上海

三、广东

第三节 2010-2011年中国手机电视内容提供商提升竞争力的策略分析

第七章 2010-2011年中国手机电视内容服务商运营情况分析——电视台

第一节 上海文广

一、发展背景及历程

二、节目内容

三、业务范围

第二节 中央电视台

第三节 广东南方传媒

第四节 中央广播电台

第五节 国际台（国视通讯）

第六节 热度传媒

第八章 2010-2011年中国手机电视内容服务商运营情况分析——通讯社

第一节 新华社

一、公司基本概况

二、运营情况分析

三、公司发展优势分析

## 第二节 华文新闻通讯社

- 一、公司基本概况
- 二、运营情况分析
- 三、公司发展优势分析

## 第九章 2010-2011年中国手机电视内容服务商运营情况分析——独立的内容制造商

### 第一节 东方龙

- 一、发展背景及历程
- 二、节目内容
- 三、支持终端
- 四、业务范围

### 第二节 空中网

- 一、发展背景及历程
- 二、节目内容
- 三、支持终端
- 四、业务范围

### 第三节 北京风网

- 一、发展背景及历程
- 二、节目内容
- 三、业务范围
- 四、业务发展

### 第四节 乐视移动

- 一、发展背景及历程
- 二、节目内容
- 三、支持终端
- 四、业务范围

## 第十章 2010-2011年中国电信运营商行业运行态势分析

### 第一节 2010-2011年中国电信运营商运行走势分析

- 一、电信运营商增值服务分析
- 二、电信运营商运行分析
- 三、电信运营商布局手机电视

### 第二节 2010-2011年中国主要电信运营商手机电视分析

- 一、中国移动
- 二、中国联通
- 三、中国卫通

### 第三节 2011-2015年中国电信运营商发展趋势分析

## 第十一章 2011-2015年中国手机电视内容提供商发展前景预测分析

### 第一节 2011-2015年中国手机电视市场规模预测分析

一、2010-2011年CMMB手机电视有望成为主流应用

二、中国手机电视用户规模发展预测分析

三、中国PDA、PMP用户情况预测分析

四、中国手机增值业务增长情况预测分析

### 第二节 2011-2015年中国手机电视内容提供商发展趋势分析

一、移动内容服务具有良好收益前景

二、手机视频内容市场前景分析

三、手机电视内容提供客户需求预测分析

### 第三节 2011-2015年中国手机电视内容提供商盈利预测分析

## 第十二章 2011-2015年中国手机电视内容提供投资机会与风险分析

### 第一节 2011-2015年中国手机电视内容提供商投资环境分析

### 第二节 2011-2015年中国手机电视内容提供商投资机会分析

### 第三节 2011-2015年中国手机电视内容提供商投资风险分析

一、市场竞争风险

二、技术风险

三、政策风险

四、进入退出风险

### 第四节 专家观点

### 图表目录

图表：韩国TUMedia公司股份分布情况

图表：TUMedia的手机电视服务组网方案图

图表：TUMedia公司提供的终端种类

图表：TU Media公司提供的内容服务

图表：TUMedia手机电视用户的性别构成情况

图表：TUMedia手机电视用户的年龄构成情况

图表：2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010年前三季度中国三产业增加值结构图

图表：2009-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图



- 图表：2009-2010年我国工业增加值分季度增速
- 图表：2005-2010年我国全社会固定资产投资额走势图
- 图表：2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图
- 图表：2005-2010年我国财政收入支出走势图
- 图表：2009年1月-2010年7月人民币兑美元汇率中间价
- 图表：2010年10月人民币汇率中间价对照表
- 图表：2009-2010年中国货币供应量统计表 单位：亿元
- 图表：2009-2010年中国货币供应量月度增速走势图
- 图表：2001-2009年中国外汇储备走势图
- 图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图
- 图表：2010年10月20日中国人民银行利率调整表
- 图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表
- 图表：2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图
- 图表：2005-2010年我国货物进出口总额走势图
- 图表：2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图
- 图表：2005-2009年中国就业人数走势图
- 图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图
- 图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图
- 图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图
- 图表：2009年人口数量及其构成
- 图表：2005-2009年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图
- 图表：2001-2009年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图
- 图表：1978-2009年中国城镇化率走势图
- 图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图
- 图表：通过广播网络实现手机电视的主要技术
- 图表：主要的电视手机技术比较
- 图表：上海文广节目一览表
- 图表：新华社机构设置
- 图表：手机登陆进入东方手机电视
- 图表：东方手机电视栏目
- 图表：中国电信业务收入构成
- 图表：中国电信各项业务收入同比增长率
- 图表：手机网民与互联网网民上网目的比较
- 图表：中国手机网民与互联网网民年龄层次对比
- 图表：中国手机网民与传统网民学历层次对比

图表：中国手机网民与互联网网民月收入情况对比

图表：中国手机网民手机上网付费方式

图表：中国手机网民月均手机上网资费支出

图表：中国手机网民每周手机上网频次

图表：中国手机网民手机上网地点分布

图表：中国手机网民手机上网时间分布

图表：中国手机网民最常登陆无限网网站

图表：最常登陆无线互联网网站网民年龄分布

图表：中国手机网民使用各类移动增值服务概况

图表：中国手机网民对手机电视内容期望

图表：中国手机网民手机搜索信息需求

图表：2005-2010基于移动蜂窝网的手机电视用户规模发展情况

图表：2006-2010年中国基于数字多媒体广播网络的手持电视用户规模发展情况

图表：2005-2010年中国手持电视总用户规模发展情况

《中国手机电视内容提供商运营态势与发展模式预测报告(2011-2015年)》系统全面的调研了手机电视的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shoujidianhua/110134110134.html>