

# 2010-2015年中国手机电视行业市场调研与发展前景前景咨询报告

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《2010-2015年中国手机电视行业市场调研与发展前景前景咨询报告》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/8432784327.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

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

### 摘要

手机电视（无流量的）即CMMB手机电视，它是中国移动通信公司和中广传播公司共同利用CMMB技术推出的电视产品，其市场推广名为“手机电视”。它是利用中国移动多媒体广播（CMMB：China Mobile Multimedia Broadcasting）技术推出的便携式的移动的多媒体广播电视产品，因为用的是无线广播电视网的广播式传输方式，所以不会产生任何流量费，与传统的流媒体电视有本质的不同。

### 目录

#### 第一章 手机电视相关概述

##### 1.1 手机电视的概念与特征

###### 1.1.1 手机电视的定义

###### 1.1.2 手机电视的个性特点

###### 1.1.3 手机电视业务的实现方式

###### 1.1.4 手机电视产业发展的特征

##### 1.2 手机电视完整产业链

###### 1.2.1 产业链结构分析

###### 1.2.2 内容提供商

###### 1.2.3 服务提供商

###### 1.2.4 移动运营商

###### 1.2.5 系统技术支持商

###### 1.2.6 终端设备制造商

###### 1.2.7 用户消费群

##### 1.3 手机电视的比较分析

###### 1.3.1 与传统电视的比较

###### 1.3.2 与CMMB的区别

###### 1.3.3 与IPTV的比较

#### 第二章 2009-2010年全球手机电视产业发展状况综述

##### 2.1 2009-2010年全球手机电视产业发展概况

###### 2.1.1 全球手机电视的启动与发展

###### 2.1.2 全球手机电视市场进入发展黄金期

###### 2.1.3 全球手机电视用户激增

###### 2.1.4 亚洲手机电视产业发展迅猛

###### 2.1.5 欧洲积极推动手机电视业务发展

##### 2.2 2009-2010年主要国家手机电视业务的发展分析

#### 2.2.1 日本手机电视市场发展特点解析

#### 2.2.2 日本手机电视快速发展的诀窍

#### 2.2.3 韩国手机电视业务显露颓势

#### 2.2.4 法国手机电视市场空间广阔

### 2.3 国际广播方式手机电视业发展综述

#### 2.3.1 总体状况

#### 2.3.2 欧洲

#### 2.3.3 日本

#### 2.3.4 韩国

#### 2.3.5 美国

## 第三章 2009-2010年中国手机电视业运行环境分析

### 3.1 2009-2010年中国宏观经济环境分析

#### 3.1.1 GDP历史变动轨迹分析

#### 3.1.2 固定资产投资历史变动轨迹分析

#### 3.1.3 2010年中国宏观经济发展预测分析

### 3.2 2009-2010年中国手机电视业政策环境分析

#### 3.2.1 广播电视管理条例

#### 3.2.2 互联网等信息网络传播视听节目管理办法

#### 3.2.3 信息网络传播权保护条例

### 3.3 2009-2010年中国手机电视业社会环境分析

## 第四章 2009-2010年中国手机电视产业运行态势分析

### 4.1 2009-2010年中国手机电视发展概述

#### 4.1.1 中国手机电视市场初具规模

#### 4.1.2 手机电视在中国市场日渐渗透

#### 4.1.3 中国手机电视业务的实践探索

#### 4.1.4 中国手机电视市场竞争异常激烈

### 4.2 2009-2010年中国手机电视产业存在的问题分析

#### 4.2.1 制约手机电视业务增长的若干因素

#### 4.2.2 中国手机电视发展存在的不足

#### 4.2.3 中国手机电视产业面临的主要挑战

#### 4.2.4 手机电视领域政府合作上面临的难题

#### 4.2.5 中国手机电视亟待解决的重要问题

### 4.3 2009-2010年中国手机电视产业发展的对策分析

#### 4.3.1 促进手机电视业务发展的建议

#### 4.3.2 手机电视产业持续增长的策略

#### 4.3.3 手机电视发展壮大需要政策上的合作

#### 4.3.4 中国手机电视业务发展的出路选择

#### 4.3.5 中国手机电视的市场制胜策略探讨

#### 4.3.6 手机电视产业发展的关键在于掌握核心技术

#### 4.3.7 手机电视的营销策略分析

### 第五章 2009-2010年中国手机电视市场运行走势分析

#### 5.1 2009-2010年中国手机电视市场发展现状分析

##### 5.1.1 2009年中国手机电视发展热点透析

##### 5.1.2 2009年国内终端厂商逐鹿手机电视市场

##### 5.1.3 奥运因素下中国手机电视市场火爆

#### 5.2 3G助力手机电视业务发展

##### 5.2.1 3G技术的基本介绍

##### 5.2.2 3G技术为手机电视发展带来良机

##### 5.2.3 3G时代手机电视发展的优劣势评析

##### 5.2.4 3G手机电视业务发展的深入思考

#### 5.3 CMMB手机电视的发展

##### 5.3.1 奥运后CMMB手机电视面临的局面剖析

##### 5.3.2 2009年CMMB手机电视进入大规模商用阶段

##### 5.3.3 CMMB手机电视收费模式的思考

##### 5.3.4 CMMB手机电视的运营与定位

##### 5.3.5 CMMB手机电视的市场前景探析

### 第六章 2009-2010年手机电视市场的用户分析

#### 6.1 手机电视用户特征

##### 6.1.1 用户普及率

##### 6.1.2 年龄

##### 6.1.3 性别

##### 6.1.4 学历

##### 6.1.5 从业性质

##### 6.1.6 地区

#### 6.2 手机电视用户行为

##### 6.2.1 产品认知

##### 6.2.2 产品内容

##### 6.2.3 产品比较优势

##### 6.2.4 使用习惯

##### 6.2.5 非手机电视用户

## 第七章 2009-2010年中国手机电视的商业运营分析

### 7.1 2009-2010年手机电视的商业模式剖析

#### 7.1.1 基本商业模式盘点

#### 7.1.2 移动运营商主导的商业模式透析

#### 7.1.3 广电运营商主导的商业模式透析

#### 7.1.4 融合运营商业模式透析

### 7.2 2009-2010年国内外手机电视典型商业模式介绍

#### 7.2.1 Sprint模式分析

#### 7.2.2 TU Media模式分析

#### 7.2.3 诺基亚模式分析

#### 7.2.4 上海文广模式分析

### 7.3 2009-2010年手机电视商业模式的完整构建

#### 7.3.1 确定标准

#### 7.3.2 业务定位

#### 7.3.3 市场细分

#### 7.3.4 运营模式

#### 7.3.5 盈利模式

#### 7.3.6 推广模式

### 7.4 电信运营商手机电视运营策略探究

#### 7.4.1 两条腿走路

#### 7.4.2 与内容提供商进行合作

#### 7.4.3 打造品牌节目

#### 7.4.4 创新广告收入模式

### 7.5 2009-2010年手机电视业务的内容链建设路径

#### 7.5.1 手机电视的内容生产方式简析

#### 7.5.2 手机电视的内容特点剖析

#### 7.5.3 手机电视内容的详细构建方案

## 第八章 2009-2010年手机电视的技术标准分析

### 8.1 2009-2010年手机电视的技术实现方式浅析

#### 8.1.1 基于移动网络技术

#### 8.1.2 基于地面数字广播网技术

#### 8.1.3 基于卫星传输技术

### 8.2 手机电视技术标准与业务平台

#### 8.2.1 传输技术标准

#### 8.2.2 音频编解码标准

### 8.2.3 平台基本组成

## 8.3 中国手机电视技术标准的制定

### 8.3.1 CMMB与TMMB标准的比较分析

### 8.3.2 手机电视两大标准市场反响不一

### 8.3.3 CDMB标准的优势与功能分析

### 8.3.4 我国手机电视国标的争议剖析

## 8.4 CMMB手机电视系统平台研究

### 8.4.1 系统特点简述

### 8.4.2 信源压缩技术解析

### 8.4.3 复用协议解析

### 8.4.4 电子业务指南 ( ESG )

### 8.4.5 CMMB系统的优劣势评析

## 8.5 手机电视承载技术综合剖析

### 8.5.1 总体概述

### 8.5.2 利用移动网络实现的方式

### 8.5.3 利用卫星网络实现的方式

### 8.5.4 利用数字地面广播实现的方式

### 8.5.5 三种方式的性能比较

## 8.6 深入剖析手机电视在移动网络中的应用

### 8.6.1 移动多媒体对网络的深层次要求

### 8.6.2 移动网络的承载性能透析

### 8.6.3 移动网络的运行模式和系统平台

### 8.6.4 移动网络版权保护模式的探讨

## 第九章 2009-2010年中国手机电视重点企业分析

### 9.1 运营商分析

#### 9.1.1 中国移动通信集团公司

#### 9.1.2 中国联合网络通信集团有限公司

#### 9.1.3 上海东方明珠 ( 集团 ) 股份有限公司

### 9.2 内容提供商分析

#### 9.2.1 东方龙移动信息有限公司

#### 9.2.2 北京中交星网宽频网络服务有限公司

#### 9.2.3 北京风网信息技术有限公司

### 9.3 系统厂商分析

#### 9.3.1 广州富年电子科技有限公司

#### 9.3.2 西伯尔联合通信科技 ( 北京 ) 有限公司

## 9.4 终端厂商分析

### 9.4.1 韩国三星电子公司

### 9.4.2 韩国LG集团

### 9.4.3 多普达通讯有限公司

## 第十章 2010-2015年中国手机电视产业发展前景分析

### 10.1 2010-2015年全球手机电视产业前景预测

#### 10.1.1 手机电视持续增长的驱动力分析

#### 10.1.2 2012年全球手机电视市场规模预测

#### 10.1.3 全球手机电视用户规模预测

### 10.2 2010-2015年中国手机电视业发展前景展望

#### 10.2.1 2011年中国手机电视市场规模预测

#### 10.2.2 我国手机电视市场发展趋势透析

#### 10.2.3 文化产业振兴规划给手机电视带来机遇

#### 10.2.4 TD-MBMS手机电视未来前景看好

### 图表目录：（部分）

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：手机电视的完整产业链

图表：半年内使用过手机电视的用户比例

图表：手机电视用户与非手机电视用户的年龄比较

图表：手机电视用户与非手机电视用户的性别比较

图表：手机电视用户与非手机电视用户学历比较

图表：手机电视用户与非手机电视用户从业性质比较

图表：手机电视用户与非手机电视用户地区比较

图表：用户对手机电视业务的了解渠道

图表：用户没有使用过手机电视服务的原因分析

图表：不考虑阻碍因素而愿意定制手机电视的用户比例

图表：影响用户订阅手机电视的阻碍因素比较

图表：用户关注的手机电视节目内容



- 图表：用户对手机电视操作便利性认知
- 图表：手机电视发展的内容影响因素
- 图表：用户对手机电视的使用场景
- 图表：用户平均每天观看手机电视节目时长
- 图表：非手机电视用户观看互联网电视的比例
- 图表：非手机电视用户在互联网上关注的内容
- 图表：非手机电视用户观看互联网电视直播的频率
- 图表：移动运营商单独运营模式
- 图表：广播网络运营商单独运营模式
- 图表：融合运营商业模式模拟图
- 图表：融合运营商业模式的关系链
- 图表：美国Sprint商业模式图
- 图表：韩国TU Media商业模式图
- 图表：CMMB系统结构图
- 图表：T-DMB、TMMB框图
- 图表：CMMB复用框图
- 图表：电子业务指南框图
- 图表：利用流媒体技术实现的手机电视业务网络结构
- 图表：MBMS网络结构
- 图表：MBMS宏分集技术
- 图表：MBMS组播方式业务流程图
- 图表：MBMS广播方式业务流程图
- 图表：S-DMB网络结构
- 图表：DVB-H网络结构
- 图表：ISDB-T分层传播方式
- 图表：HSDPA与1x EV-DO的参数比较
- 图表：仿真的七种情况
- 图表：Monte Carlo仿真分析
- 图表：各种情况下的导频均值
- 图表：业务覆盖预测
- 图表：移动网络的基本业务运行模式
- 图表：常用的综合短信平台
- 图表：比较流行的版权保护商业模式
- 图表：DRM2.0的安全信任模型
- 图表：中国联通手机电视收费标准

图表：2011年中国手机电视用户规模预测

图表：2011年中国手机电视用户收入预测

图表：略.....

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shoujidianhua/8432784327.html>