

2016-2022年中国手持电视行业竞争态势及未来前景分析报告

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年中国手持电视行业竞争态势及未来前景分析报告》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/dianshi/237135237135.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国手持电视行业竞争态势及未来前景分析报告》首先介绍了手持电视行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

【报告大纲】

第一章 手持电视产业相关概述

第一节 手持电视的概述

- 一、手持电视的概念
- 二、手持电视的应用
- 三、手持电视的技术体系
- 四、手持电视的运营

第二节 手持电视业务范畴及业务特点

- 一、手持电视业务范畴
- 二、手持电视业务特点
- 三、专业术语及研究范畴

第三节 CMMB终端相关概述

- 一、CMMB终端分类
- 二、CMMB加密终端形态
- 三、CMMB终端发展战略

第二章 2009-2014年国际手持电视市场发展现状分析

第一节 2009-2014年世界手持电视产业发展概述

- 一、世界手持电视技术分析
- 二、国际品牌争食手持电视市场
- 三、全球手持电视运营市场分析
- 四、全球手机电视用户规模

第二节 2009-2014年欧洲手持电视市场发展情况分析

- 一、欧洲手机电视市场发展现状
- 二、欧洲数字广播式手持电视市场发展情况分析
- 三、欧盟确立手机电视标准

第三节 2015-2019年世界手持电视产业发展趋势分析

第三章 2009-2014年世界手持电视主要国家运行态势分析

一、美国手机电视业务经营分析

二、2014年美国手机电视市场升温

三、美国普及手机电视分析

四、美国手机电视发展瓶颈分析

第二节 日本

一、日本手机电视快速发展的诀窍

二、日本手持电视产业规模分析

三、2014年日本两大运营商爆发手机电视标准战

第三节 韩国

一、韩国手持电视发展概况

二、韩国移动流媒体手机电视市场发展分析

三、韩国数字广播式手持电视市场发展分析

第四章 2009-2014年中国手持电视产业运行环境分析

第一节 2014年中国宏观经济环境分析

一、2014年中国GDP增长情况分析

二、2014年中国居民消费价格走势

三、2014年城乡居民收入与消费分析

四、2014年中国社会消费品零售总额

五、2014年全社会固定资产投资分析

六、2014年进出口总额及增长率分析

第二节 2009-2014年中国手持电视产业政策环境分析

一、广电及通信行业政府相关政策

二、业务管制

三、内容管制

四、管制政策与产业发展的相互影响

第三节 2009-2014年中国手持电视产业社会环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

第五章 2009-2014年中国手持电视市场发展态势分析

第一节 2009-2014年中国手持电视市场总体概述

一、市场进入关键期需上下游合作

二、2014年手持电视信号覆盖城市分析

三、中国手持电视行业发展基本状况及影响因素

四、手持电视发展要走差异化道路

第二节 2009-2014年中国手持电视分地区发展状况

- 一、2014年广州CMMB手持电视用户突破10万
- 二、2014年山西广电局举行手持电视开播仪式
- 三、2011年五台山风景区CMMB手持电视信号开通

第三节 2009-2014年我国手机电视面临的问题分析

- 一、管制问题
- 二、标准问题
- 三、频率资源问题
- 四、终端问题
- 五、资费问题
- 六、用户认知问题

第六章 2009-2014年中国手持电视产业市场运行态势分析

第一节 2009-2014年中国手持电视产业市场综述

- 一、2014年中国手持电视市场规模分析
- 二、2014年中国手持电视用户规模分析
- 三、2014年中国手持电视用户结构分析

第二节 2009-2014年中国手持电视市场现状分析

- 一、2009年中国手持电视终端市场规模初显
- 二、2014年中国手持电视三大悬念解析
- 三、2014年中国手持电视终端芯片市场现状分析

第三节 2009-2014年中国手持电视产业市场动态分析

- 一、2014年爱华手持电视获CMMB优秀终端奖
- 二、2014年中国手持电视覆盖率分析
- 三、手持电视产业加速全国性布局
- 四、CMMB手持电视出征海外市场

第七章 2009-2014年中国手持电视市场调查状况

第一节 2009-2014年中国手持电视用户基本特征分析

- 一、用户年龄构成
- 二、用户性别构成
- 三、用户学历构成
- 四、用户从业性质
- 五、用户区域构成
- 六、用户普及率

第二节 2009-2014年中国手持电视用户行为

- 一、产品认知
- 二、产品内容

三、产品比较优势

第三节 2009-2014年中国手持电视终端购买和使用行为

一、了解购买渠道

二、购买原因分析

三、使用频率分析

四、用户满意率分析

第八章 2009-2014年中国手持电视的技术及实现方式分析

第一节 基于移动蜂窝网络技术

一、流媒体技术

二、蜂窝网广播技术

三、MBMS技术

四、BCMCS技术

第二节 基于地面广播电视网络的技术

一、DVB-H

二、T-DMB

三、MediaFLO

四、ISDB-T

第三节 基于卫星广播网络的技术

一、S-DMB

二、CMMB

第四节 各种实现方式的优缺点比较

一、三种不同技术的特点

二、点播式手机电视优劣势

三、广播式手机电视优劣势

四、T-DMB和DVB-H标准的优缺点分析

第五节 不同技术的应用情况

一、欧洲

二、美国

三、日本、韩国

四、各项手机电视承载技术的试验情况

第九章 2009-2014年中国手持电视上下游产业链分析

第一节 2009-2014年基于移动蜂窝网络的手持电视产业链分析

一、芯片制造商

二、终端厂商

三、移动运营商

四、内容提供商

五、服务提供商

五、DRM技术提供商

六、消费用户

第二节 基于广播网络的手持电视产业链分析

一、芯片制造商

二、终端厂商

三、内容提供商与内容集成商

四、CAS供应商

五、终端渠道经销商

第十章 2009-2014年中国手持电视产业链及企业竞争状况

第一节 技术标准的竞争状况

一、手机电视标准竞争

二、CMMB技术标准竞争

三、TMMB技术标准竞争

第二节 芯片厂商竞争状况

一、CMMB芯片竞争状况

二、CA芯片竞争状况

第三节 终端厂商竞争状况

一、诺基亚

二、韩国三星电子公司

三、北京天宇朗通通信设备有限责任公司

四、联想移动通信科技公司

五、多普达通讯有限公司

第四节 业务运营商竞争状况

一、中广移动卫星广播有限公司

二、中国移动通信集团公司

三、中国联合网络通信集团有限公司

第五节 内容制作及集成商竞争状况

一、上海文广新闻传媒集团

二、上海东方明珠（集团）股份有限公司

三、东方龙移动信息有限公司

四、北京中交星网宽频网络服务有限公司

五、北京风网信息技术有限公司

第十一章 2009-2014年中国手持电视商业模式分析

第一节 移动主导模式

- 一、商业模式特征
- 二、产品及市场定位
- 三、盈利空间分析
- 四、商业模式发展演绎

第二节 广电主导模式

- 一、商业模式特征
- 二、产品及市场定位
- 三、盈利空间分析
- 四、商业模式发展演绎

第三节 融合模式

- 一、商业模式特征
- 二、产品及市场定位
- 三、盈利空间分析
- 四、商业模式发展演绎

第四节 商业模式的比较

- 一、电信运营商与广电运营商的SWOT分析
- 二、三种商业模式的比较

第十二章 2009-2014年中国手持电视业务模式分析

第一节 手机电视商业化进程介绍

第二节 手持电视的业务实现方式

第三节 手机电视业务实现模式介绍

- 一、基于移动通信网络开展业务
- 二、利用广播频率开展业务
- 三、综合业务

第四节 2009-2014年中国手持电视运营分析

- 一、目标人群
- 二、运营模式

第五节 2009-2014年中国手机电视业务模式的分析

- 一、免费广播业务模式
- 二、用户付费业务模式
- 三、手机电视购物业务模式
- 四、手机电视互动业务盈利模式

第十三章 2009-2014年中国手机电视产业市场运行态势分析

第一节 2009-2014年手机电视市场发展现状分析

- 一、2014年中国手机电视市场规模
- 二、国标统一手机电视产业发展迎来破局
- 三、国内手机电视终端市场迅速扩张
- 四、江西CMMB手机电视用户发展势头迅猛
- 五、2014年中国手机电视正式商用
- 六、互动电视购物开创手机电视新时代

第二节 2009-2014年3G助力手机电视业务发展分析

- 一、3G技术的基本介绍
- 二、3G技术为手机电视发展带来良机
- 三、3G时代手机电视发展的优劣势评析
- 四、2011年首张3G手机电视牌照落户上海
- 五、3G手机电视业务发展的深入思考
- 六、中国3G手机电视的发展策略

第三节 2009-2014年CMMB手机电视的发展分析

- 一、CMMB手机电视进入大规模商用阶段
- 二、2010 年CMMB 市场运行分析
- 三、2014年CMMB终端建设情况
- 四、2014年CMMB与TD打造G3手机电视全程直播
- 五、CMMB手机电视收费模式的思考
- 六、CMMB手机电视的运营与定位
- 七、CMMB手机电视的市场前景探析
- 八、2015-2019年CMMB发展规划

第四节 2009-2014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

第五节 2009-2014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、掌握核心技术是手机产业发展的关键

七、手机电视的营销策略分析

第十四章 2009-2014年中国其他手持电视终端市场发展分析

第一节 中国车载移动电视市场特点分析

第二节 中国车载移动电视市场结构分析

一、产品结构

二、城市层次结构

三、区域结构

第三节 中国车载移动电视市场规模分析

第四节 中国车载视听系统市场竞争状况

第五节 中国车载移动电视市场前景展望

第十五章 2015-2019年中国手持电视产业发展前景展望分析

第一节 2015-2019年中国手持电视的市场发展分析

一、2015-2019年全球手机电视终端市场发展预测

二、2015-2019年中国手持电视用户规模预测

三、2015-2019年中国手机电视市场规模预测

第二节 2015-2019年中国手持电视发展前景和趋势

一、中国手机电视市场技术发展趋势

二、中国手持电视发展前景预测

三、文化产业振兴规划给手持电视带来机遇

四、TD-MBMS手机电视未来前景看好

第十六章 2015-2019年中国手持电视行业投资机会与风险分析

第一节 2015-2019年中国手持电视行业投资环境分析

一、宏观经济发展为手持电视产业奠定基础

二、科技的发展推动手持电视终端的扩容

三、节目内容提供商不断创新带动市场发展

第二节 2015-2019年中国手持电视行业投资机会分析

一、手持电视投资潜力分析

二、手持电视投资吸引力分析

第三节 2015-2019年中国手持电视行业投资风险分析

一、宏观调控风险

二、政策风险分析

三、技术风险分析

四、商业模式风险分析

第四节 济研：2015-2019年中国手持电视行业投资建议

一、两大系统合作的重要性

二、手持电视产业链的完善

三、OEM和原创技术并举

图表目录

图表 1 CMMB终端分类

图表 2 2006-2014年全球手机电视用户规模

图表 3 韩国移动运营商采用3G制式标准

图表4 2005-2014年中国国内生产总值及增长速度

图表7 2004-2014年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图

图表9 2004-2014年中国农村居民家庭恩格尔系数

图表10 2004-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度

特别说明：中国报告网所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianshi/237135237135.html>