

2016-2022年中国移动多媒体市场现状调查及十三五发展策略研究报告

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年中国移动多媒体市场现状调查及十三五发展策略研究报告》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/yinxiang/248780248780.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

移动多媒体是一种可便携式移动的设备，该设备是计算机和视频技术的融合，是使两种或两种以上以上的媒体进行的一种人机交互信息交流和传播的媒介。

简单来讲，我们现在广泛使用的手机就是移动多媒体的一个载体，涵盖的功能包括：网络、音乐、电影、信息、图片等等就是可移动的多媒体。如现在地铁里、公交上、飞机上、的士上可见的电影、音乐、游戏、电shi节目等等这种移动载体式实现的一种移动多媒体形式。

中国报告网发布的《2016-2022年中国移动多媒体市场现状调查及十三五发展策略研究报告》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：

第一章 移动多媒体技术与标准

第一节 世界手机电shi标准

一、欧洲DVB-H标准

二、美国MEDIAFLO标准

三、日本ISDB-T标准

四、韩国T-DMB标准

第二节 中国手机电shi标准

一、CMMB

二、TMMB

三、DAB

四、TD-MBMS

第二章 2014年世界移动多媒体产业发展状况分析

第一节 2014年世界移动多媒体产业运行概况

一、世界移动多媒体产业特点分析

二、世界移动多媒体市场分析

三、世界移动多媒体产业竞争分析

第二节 2014年世界移动多媒体产业主要国家运行情况分析

一、美国

二、日本

三、韩国

第三节 2016-2022年世界移动多媒体产业发展趋势分析

第三章 2014年中国移动多媒体产业发展环境分析

第一节 2014年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入分析

三、全社会固定资产投资分析

四、进出口总额及增长率分析

五、社会消费品零售总额

第二节 2014年中国移动多媒体产业发展政策环境分析

一、产业政策分析

二、相关产业政策影响分析

三、产业发展规划

第三节 2014年中国移动多媒体产业发展社会环境分析

第四章 2014年中国移动多媒体产业链运行形势分析

第一节 2014年中国移动多媒体产业链分析

一、内容提供商

二、业务提供商

三、移动通信网络运营商

四、广电网络运营商

五、系统设备提供商

六、终端厂商

七、用户

第二节 2014年中国移动多媒体运营模式分析

一、广电主导

二、电信主导

三、广电、电信合作

第五章 2014年中国移动多媒体广播电shi业务市场状况分析

第一节 2014年中国移动多媒体广播电shi的运营主体

一、DAB运营主体

二、liu媒体手机电shi运营主体

三、中国移动多媒体广播电shi (CMMB) 运营主体

第二节2014年中国移动多媒体广播电shi运营业务发展状况分析

一、DAB运营业务发展状况

二、liu媒体手机电shi运营业务发展状况

三、中国移动多媒体广播电shi (CMMB) 运营发展状况

第六章 2014年中国移动多媒体广播电shi (CMMB) 运营分析

第一节2014年中国移动多媒体广播电shi运营模式

一、广电独立运营模式

二、合作运营模式

第二节2014年中国移动多媒体广播电shi盈利模式

一、用户订阅模式

二、广告盈利模式

三、增值服务模式

第三节2014年中国移动多媒体广播电shi收费模式

一、与终端捆绑销售的模式

二、与电信运营商合作收费模式

三、电子商务收费模式

第四节2014年中国移动多媒体广播电shi (CMMB) 运营的优势

第五节2014年中国移动多媒体广播电shi (CMMB) 运营的劣势

第七章 2014年中国移动多媒体广播 (CMMB) 产业运行态势分析

第一节 2014年中国移动多媒体广播 (CMMB) 产业动态分析

一、中国移动、中广移动争抢CMMB产业链话语权

二、CMMB天津资费方案出炉 睛彩体验活动开始

三、全国zui大CMMB体验中心落户重庆

第二节 2014年中国移动多媒体广播 (CMMB) 运行综述

一、CMMB产业化加速 SMD解密或成zui大推手

二、CMMB产业运营步伐不断加快

三、移动多媒体广播覆盖情况

四、移动集成TD+CMMB 明年G3上网本规模达百万

第三节 2014年中国移动多媒体广播 (CMMB) 网络建设分析

一、网络建设规划

二、网络建设现状

第四节2014年中国移动多媒体广播 (CMMB) 产业化进展分析

一、总况

二、CMMB城市进展

三、其他城市发展

第五节2014年中国移动多媒体广播（CMMB）业务与服务模式

一、公共服务平台

二、基本业务平台

三、扩展业务平台

四、服务模式

第八章 2014年中国移动多媒体广播（CMMB）产业运行运行解析

第一节2014年中国DAB网络建设分析

一、网络建设规划

二、网络建设现状

三、中国DAB产业化进展分析

第二节 2014年中国TMMB的发展现状分析

一、TMMB发展只能走多方合作道路

二、TMMB发展取决于移动运营商态度

三、TMMB与HSDPA并驾齐驱

四、2014年中国TMMB产业化进展分析

第三节2014年中国TD-MBMS的发展现状分析

一、TD-MBMS标准趋于完善

二、TD-MBMS系统架构与关键技术

三、TD-MBMS手机电shi标准持续演进

第九章 2014年中国CMMB移动电shi运营分析

第一节 2014年中国CMMB移动电shi运营推进

一、完善的技术体系

二、网络覆盖有序推进

三、产业链结构初步建成

四、商业规模化试验进行成功

第二节 2014年中国CMMB移动电shi商业模式分析

一、商业模式现状分析

二、商业模式评估

三、商业模式建议

第三节2014年中国CMMB手持电shi运营与业务发展

一、地面网络覆盖

二、运营支撑系统

三、文化业务形态

1、广播电视频道业务

2、紧急广播业务

3、数字内容业务

四、终端产品推广

1、终端产品类型

2、终端产品推广

五、深度业务合作

六、推动产业发展

第四节 2015-2016年中国CMMB运营商分析

一、运营目标

二、战略规划

三、组织架构分析

四、业务运营分析

五、投融资分析

六、网络规划

七、市场推广规划

八、运营支撑系统

第十章 2014年中国CMMB 芯片市场运行分析

第一节 CMMB芯片市场发展现状

一、CMMB芯片厂欲通吃产业链

二、TD手机将加载CMMB芯片

三、CMMB与国际厂商合作取得新进展

第二节 2014年中国CMMB芯片市场运行分析

一、CMMB芯片售出140万片数据业务为目前研究重点

二、CMMB芯片厂商开始加速产品更新换代

第四节 2014年中国CMMB芯片厂商部分运行商分析

一、北京创毅视讯科技有限公司

二、北京泰和志恒科技有限公司

三、展讯通信有限公司

四、Siano

五、苏州中科半导体（灵芯集成）

六、中科院微电子

七、瑞芯微电子有限公司

八、杭州爱浦多数码技术有限公司

第十一章 2014年中国CMMB终端市场运行透析

第一节 2014年中国CMMB终端市场运行动态分析

一、CMMB终端今起大规模面市

二、CMMB功能成TD手机标配

三、CMMB手机“曲线救国”

第二节 2014年中国CMMB终端细分市场运行分析

一、CMMB手机市场分析

二、CMMB MP4市场分析

三、CMMB GPS市场分析

第三节 2014年中国CMMB外接设备市场分析

一、CMMB SD卡市场分析

二、CMMBUSB电shi棒市场分析

第四节 中国CMMB终端重点厂商分析

一、天宇朗通

二、联想移动通信科技公司

三、宇龙

四、海尔

五、新邮通

六、华旗资讯

七、蓝魔

八、中国电子

九、新科

十、君奥

十一、欣广视

十二、深圳市中冠通科技有限公司

十三、中兴通讯股份有限公司

十四、航天信息股份有限公司

第十二章 中国移动多媒体业务运营状况解析

第一节 中国移动多媒体内容制作分析

第二节 中国移动多媒体内容集成分析

第三节 中国移动多媒体内容分类及分析

一、新闻资讯

二、体育节目

三、公益宣传

四、生活服务

五、影视剧类节目

六、娱乐类节目

七、广告

第四节 中国移动多媒体内容保护分析

第五节 中国移动多媒体收费模式分析

第十三章 中国移动多媒体内容/服务提供商运行格局分析

第一节 上海文广

一、企业基本概况

二、企业运营情况分析

三、企业重点资讯分析

第二节 东方龙

一、企业基本概况

二、企业运营情况分析

三、企业重点资讯分析

第三节 央视国际

一、企业基本概况

二、企业运营情况分析

三、企业重点资讯分析

第四节 中国国际广播电台（CRI）

一、企业基本概况

二、企业运营情况分析

三、企业重点资讯分析

第五节 中央人民广播电台（CNR）

一、企业基本概况

二、企业运营情况分析

三、企业重点资讯分析

第六节 北京中投视讯文化传媒有限公司

一、企业基本概况

二、企业运营情况分析

三、企业重点资讯分析

第七节 乐视移动

一、企业基本概况

二、企业运营情况分析

三、企业重点资讯分析

第八节 中交星网

一、企业基本概况

二、企业运营情况分析

三、企业重点资讯分析

第十四章2016-2022年中国移动多媒体产业发展趋势研究

第一节2016-2022年中国移动多媒体发展前景分析

一、移动多媒体技术发展趋势

二、移动多媒体发展新模式

三、移动多媒体的经营趋势分析

四、未来三年CMMB将飞速发展

五、CMMB商业前景探讨

第二节 2016-2022年中国手机电shi产业运行预测分析

一、手机用户规模及预测

二、手机电shi终端用户需求分析

三、中国手机电shi用户规模及预测

四、中国手机电shi服务市场规模及预测

第三节2016-2022年中国移动多媒体产业盈利预测分析

第十五章2016-2022年中国移动多媒体产业投资机会与风险分析

第一节2016-2022年中国移动多媒体产业投资概况

一、移动多媒体产业投资特性分析

二、移动多媒体投资价值分析

三、移动多媒体投资政策解读

第二节2016-2022年中国移动多媒体产业投资机会分析

一、区域投资机会分析

二、投资热点分析

第三节2016-2022年中国移动多媒体产业投资风险分析

一、政策风险

二、市场风险

三、技术风险

图表目录

图表：日本ISDB-T发展时间表

图表：CMMB网络总体架构图

图表：TMMB系统网络结构图

图表：DAB系统网络结构图

图表：TD-MBMS组网结构图

图表：联想CMMB产品价格趋势图

图表：天宇朗通CMMB产品价格趋势图

图表：华旗资讯CMMB产品价格趋势图

图表：新科CMMB产品价格趋势图

图表：AOCOS CMMB产品价格趋势图

图表：蓝魔CMMB产品价格趋势图

图表：中国电子CMMB产品价格趋势图

图表：航天信息CMMB产品价格趋势图

图表：中恒CMMB产品价格趋势图

图表：三诺CMMB产品价格趋势图

图表：CMMB推送式业务系统体系结构图

图表：节目集成及播出前端

图表：DAB全国建网城市分布图

图表：iriver DAB产品价格趋势图

图表：北京交广DAB产品价格趋势图

图表：北广电子DAB产品价格趋势图

图表：艾维特DAB产品价格趋势图

图表：菱科DAB产品价格趋势图

图表：手机用户是否听说过CMMB手机电shi

图表：手机用户是否听说过TD-SCDMA手机电shi

图表：手机用户是否愿意开通电shi业务

图表：用户希望看到的手机电shi的内容

图表：2014-2015-2016年中国手机用户数发展

图表：世界各国开展DVB-H的相关移动电shi业务测试情况

图表：中国移动多媒体广播配套标准

图表：国家广电总局颁布的移动多媒体广播配套标准（截至2013年2月）

图表：中国开通CMMB信号的150个城市（数据截至2013年2月）

图表：部分开通CMMB城市具体情况

图表：天宇朗通CMMB产品

图表：中兴通讯CMMB产品

图表：宇龙通信CMMB产品

图表：华旗资讯CMMB产品

图表：新科CMMB产品

图表：方正科技CMMB产品

图表：AOCOS CMMB产品

图表：索爱CMMB产品

图表：蓝魔CMMB产品

图表：台电科技CMMB产品

图表：中国电子CMMB产品

图表：航天信息CMMB产品

图表：尼欧CMMB产品

图表：欣万和CMMB产品

图表：中恒 CMMB产品

图表：洲讯电子CMMB产品

图表：盈科创展CMMB产品

图表：天敏CMMB产品

图表：三诺电子CMMB产品

图表：部分开通DAB信号城市具体情况

图表：iriver DAB产品

图表：北京交广DAB产品

图表：北广电子DAB产品

图表：艾维特DAB产品

图表：菱科DAB产品

图表：国家通信标准化协会颁布的TD-MBMS配套标准

图表：东方手机电shi资费标准

图表：CCTV手机电shi的资费标准

图表：CRI手机电shi各频道的资费标准

图表：海尔主营收入分布情况

图表：海尔偿zhai比率分析

图表：海尔获利能力分析

图表：海尔运营能力分析

图表：海尔财务能力分析

图表：2014-2015年中兴通讯股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2014-2015年中兴通讯股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2014-2015年中兴通讯股份有限公司利润率走势图

图表：2014-2015年中兴通讯股份有限公司成长能力指标表

图表：2014-2015年中兴通讯股份有限公司经营能力指标表

图表：2014-2015年中兴通讯股份有限公司盈利能力指标表

图表：2014-2015年中兴通讯股份有限公司偿zhai能力指标表

图表：2014-2015年航天信息股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2014-2015年航天信息股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2014-2015年航天信息股份有限公司利润率走势图

图表：2014-2015年航天信息股份有限公司成长能力指标表

图表：2014-2015年航天信息股份有限公司经营能力指标表

图表：2014-2015年航天信息股份有限公司盈利能力指标表

图表：2014-2015年航天信息股份有限公司偿zhai能力指标表

图表：2016-2022年中国手机用户规模及预测

图表：2016-2022年中国手机电shi终端用户需求分析

图表：2016-2022年中国手机电shi用户规模及预测

图表：2016-2022年中国手机电shi服务市场规模及预测

图表：2016-2022年中国移动多媒体产业盈利预测分析

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/yinxiang/248780248780.html>