

2017-2022年中国手持电视行业市场发展现状及十三五发展态势预测报告

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《2017-2022年中国手持电视行业市场发展现状及十三五发展态势预测报告》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/guangbo/279132279132.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

手持电视是利用中国移动多媒体广播（CMMB：ChinaMobileMultimediaBroadcasting）技术推出的便携式的移动的多媒体广播电视产品。手持电视是是广播电视数字化创新发展带来的新产品。

手持电视（CMMB）系统采用卫星和地面网络相结合的“天地一体、星网结合、统一标准、全国漫游”方式，实现全国范围移动多媒体广播电视信号的有效覆盖。

手持电视（CMMB）利用大功率S波段卫星覆盖全国100%国土、利用S/U波段增补转发器覆盖卫星信号较弱区（利用UHF地面发射覆盖城市楼房密集区）、利用无线移动通信网络构建回传通道，实现交互，形成单向广播和双向互动相结合、中央和地方相结合的全程全网、无缝覆盖的系统。

中国报告网发布的《2017-2022年中国手持电视行业市场发展现状及十三五发展态势预测报告》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。

第一章手持电视产业相关概述

第一节手持电视的概述

- 一、手持电视的应用
- 二、手持电视的技术体系
- 三、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

第二章2014-2016年国际手持电视市场发展现状分析

第一节2014-2016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、手持电视价格分析

四、全球手机电视用户规模

第二节2014-2016年欧洲手持电视市场发展情况分析

一、欧洲基于蜂窝移动网络的手机电视市场发展情况分析

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2017-2022年世界手持电视产业发展趋势分析

第三章2014-2016年世界手持电视主要国家运行态势分析

第一节美国

一、美国手机电视业务经营分析

二、美国手持电视用户规模

三、美国普及手机电视分析

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

第三节韩国

一、韩国移动流媒体手机电视市场发展分析

二、韩国数字广播式手持电视市场发展分析

第四章2014-2016年中国手持电视产业运行环境分析

第一节2014-2016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2014-2016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2014-2016年中国手持电视产业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

第五章2014-2016年中国手持电视市场发展态势分析

第一节2014-2016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、手持电视信号已覆盖城市分析

三、手持电视用户预计

第二节2014-2016年中国手持电视市场启动在即

第三节2014-2016年我国手持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

第四节手持电视国内产品价格走势及影响因素分析

一、国内产品2014-2016年价格回顾

二、国内产品当前市场价格及评述

三、国内产品价格影响因素分析

四、2017-2022年国内产品未来价格走势预测

第六章2014-2016年中国手持电视产业市场运行态势分析

第一节2014-2016年中国手持电视产业市场综述

一、手持电视市场规模分析

1、手持电视行业总体规模

2、手持电视产能概况

3、2014-2016年产能分析

4、2017-2022年产能预测

二、手持电视终端市场规模初显

三、手持电视品牌分析

第二节2014-2016年基于广播网络的手持电视业务发展分析

一、北京悦龙

二、上海文广手机电视有限公司

三、广东电视移动传播有限公司

第七章2014-2016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

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、目前已经开展的各项手机电视承载技术的试验情况

第八章2014-2016年中国手持电视上下游产业链分析

第一节手持电视行业上下游行业分析

- 一、上游行业分析
- 二、下游行业分析

第二节2014-2016年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、CAS供应商
- 四、终端渠道经销商
- 五、消费用户

第九章2014-2016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

第三节融合模式

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

第十章2014-2016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、利用移动通信网络交换运营数据，广播频率下行视频业务的综合业务

第四节2014-2016年中国手持电视运营分析

一、目标人群

二、运营模式

三、赢利模式

第五节2014-2016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

第十一章2014-2016年中国手机电视产业市场运行态势分析

第一节2014-2016年手机电视市场发展现状分析

一、我国手持电视行业发展现状

二、中国手持电视产品技术分析

三、中国手持电视行业存在的问题

四、对中国手持电视市场的分析及思考

第二节2014-2016年CMMB手机电视的发展分析

一、奥运后CMMB手机电视面临的局面剖析

二、CMMB手机电视进入大规模商用阶段

三、CMMB手机电视收费模式的思考

四、CMMB手机电视的运营与定位

五、CMMB手机电视的市场前景探析

第十二章2017-2022年中国手持电视产业发展前景展望分析

第一节2017-2022年中国手持电视的用户预测分析

一、全球手机电视终端市场发展预测

二、我国手持电视的用户预测

三、手机电视运营市场预测

第二节2017-2022年中国手持电视行业发展前景预测分析

一、2017-2022年中国手持电视行业发展预测分析

二、未来手持电视发展分析

三、未来手持电视行业技术开发方向

四、总体行业“十三五”整体规划及预测

第三节2017-2022年中国手持电视行业市场前景分析

一、产品差异化是企业发展的方向

二、渠道重心下沉

第十三章2017-2022年中国手持电视行业投资战略研究

第一节2014-2016年中国手持电视行业投资策略分析

一、手持电视投资策略

二、手持电视投资筹划策略

三、2016年手持电视品牌竞争战略

第二节2017-2022年中国手持电视行业品牌建设策略

一、手持电视的规划

二、手持电视的建设

三、手持电视业成功之道

第十四章市场指标预测及行业项目投资建议

第一节中国手持电视行业市场发展趋势预测

第二节手持电视产品投资机会

第三节手持电视产品投资趋势分析

第四节项目投资建议

一、行业投资环境考察

二、投资风险及控制策略

三、产品投资方向建议

四、项目投资建议

1、技术应用注意事项

2、项目投资注意事项

3、生产开发注意事项

4、销售注意事项

第十五章手持电视行业市场竞争策略分析

第一节行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节手持电视市场竞争策略分析

一、手持电视市场增长潜力分析

二、手持电视产品竞争策略分析

三、典型企业产品竞争策略分析

第三节手持电视企业竞争策略分析

一、2017-2022年我国手持电视市场竞争趋势

二、2017-2022年手持电视行业竞争格局展望

三、2017-2022年手持电视行业竞争策略分析

第十六章手持电视国内重点生产厂家分析

第一节爱国者数码科技有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二节中兴通讯股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第三节联想集团

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四节长虹电子集团有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第五节创维集团有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第六节中国长城计算机深圳股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十七章手持电视地区销售分析

第一节中国手持电视区域销售市场结构变化

第二节手持电视“东北地区”销售分析

一、2014-2016年东北地区销售规模

二、东北地区“规格”销售分析

三、2017-2022年东北地区“规格”销售规模分析

第三节手持电视“华北地区”销售分析

一、2014-2016年华北地区销售规模

二、华北地区“规格”销售分析

三、2017-2022年华北地区“规格”销售规模分析

第四节手持电视“华南地区”销售分析

一、2014-2016年华南地区销售规模

二、华南地区“规格”销售分析

三、2017-2022年华南地区“规格”销售规模分析

第五节手持电视“华东地区”销售分析

一、2014-2016年华东地区销售规模

二、华东地区“规格”销售分析

三、2017-2022年华东地区“规格”销售规模分析

图表目录：

图表1美国移动VOD消费量以及移动电视和VOD用户数量的预测

图表21998-2016年国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表32000-2016年居民消费价格指数（上年同月=100）

图表42006-2016年农村居民人均纯收入及其增长速度

图表52006-2016年城镇居民人均可支配收入及其增长速度

图表62000-2016年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表72001-2016年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表82000-2016年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）

图表9 2006-2016年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表10 移动多媒体广播电视系统总体构成

图表11 2015年中国集成电路产量分省市统计

图表12 2016年我国集成电路产量分省市统计

图表13 融合运营模式模拟图

图表14 电信和广电在IPTV市场上的SWTO分析

图表15 我国网民对便携式电子产品移动互联网功能和价格的选择分析

图表16 台电M55

图表17 OPPO K39

图表18 长城C31

图表19 飞利浦SA065

图表20 纽曼CTV50

图表21 爱国者CM5228

(GYZX)

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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guangbo/279132279132.html>