

# 2010-2015年中国手机电视 市场深度评估及投资发展分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2010-2015年中国手机电视市场深度评估及投资发展分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/shouji/C8716184XL.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

2010-2015年中国手机电视市场深度评估及投资发展分析报告 内容介绍：

本研究咨询报告主要依据国家统计局、国家广播电影电视总局、中国广播电视协会、主要手机电视运营商、国内外相关刊物的基础信息以及手机电视行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界手机电视市场进入发展黄金期

三、全球手机电视用户激增

四、亚洲手机电视产业发展迅猛

五、欧洲积极推动手机电视业务发展

第二节 主要国家手机电视业务的发展

一、日本手机电视市场发展特点解析

二、日本手机电视快速发展的诀窍

三、韩国手机电视业务显露颓势

四、法国手机电视市场调研市场空间广阔

第三节 国际广播方式手机电视业发展综述

一、总体状况

二、欧洲

三、日本

四、韩国

五、美国

第三章 中国手机电视产业分析

第一节 中国手机电视发展概述

一、中国手机电视发展热点透析

五、2009年国内终端厂商逐鹿手机电视市场

五、2010年手机电视业务G3在全国正式商用

第三节 3G助力手机电视业务发展

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、3G手机电视业务发展的深入思考

第四节 CMMB手机电视的发展

- 一、奥运后CMMB手机电视面临的局面剖析
- 二、2009年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

#### 第五节 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

#### 第六节 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 手机电视市场规模预测

- 三、2010-2015年全球手机电视用户规模预测

#### 第二节 2010-2015年中国手机电视业发展前景展望

- 一、文化产业振兴规划给手机电视带来机遇
- 二、2010-2015年中国手机电视(手机电视市场分析)市场规模预测
- 三、2010-2015年中国手机电视(手机电视市场分析)市场发展趋势透析
- 四、TD-MBMS手机电视未来前景看好

#### 附录

附录一：广播电视管理条例

附录二：互联网等信息网络传播视听节目管理办法

附录三：信息网络传播权保护条例

#### 部分图表目录

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

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shouji/C8716184XL.html>