

2016-2022年中国手持电视 市场深度调查与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国手持电视市场深度调查与投资战略咨询报告》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/xiaojiadian/l58532Y8GS.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

手持电视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。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。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国手持电视市场深度调查与投资战略咨询报告》共十七章。首先介绍了手持电视相关概念及发展环境，接着分析了中国手持电视规模及消费需求，然后对中国手持电视市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国手持电视面临的机遇及发展前景。您若想对中国手持电视有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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 手持电视产业相关概述 20

第一节 手持电视的概述 20

一、手持电视的应用 20

二、手持电视的技术体系 21

三、手持电视的运营 21

第二节 手持电视业务范畴及业务特点 22

一、手持电视业务范畴 22

二、手持电视业务特点 24

三、专业术语及研究范畴 25

第二章 2014-2016年国际手持电视市场发展现状分析	26
第一节 2014-2016年世界手持电视产业发展概述	26
一、世界手持电视技术分析	26
二、国际品牌争食手持电视市场	27
三、手持电视价格分析	29
四、全球手机电视用户规模	29
第二节 2014-2016年欧洲手持电视市场发展情况分析	30
一、欧洲基于蜂窝移动网络的手机电视市场发展情况分析	30
二、欧洲数字广播式手持电视市场发展情况分析	30
三、欧盟确立手机电视标准	31
第三节 2016-2022年世界手持电视产业发展趋势分析	32
第三章 2014-2016年世界手持电视主要国家运行态势分析	33
第一节 美国	33
一、美国手机电视业务经营分析	33
二、美国手持电视用户规模	34
三、美国普及手机电视分析	35
第二节 日本	36
一、日本手机电视快速发展的诀窍	36
二、日本手持电视产业规模分析	37
第三节 韩国	38
一、韩国移动流媒体手机电视市场发展分析	38
二、韩国数字广播式手持电视市场发展分析	39
第四章 2014-2016年中国手持电视产业运行环境分析	41
第一节 2014-2016年中国宏观经济环境分析	41
一、中国GDP分析	41
二、消费价格指数分析	42
三、城乡居民收入分析	45
四、社会消费品零售总额	46
五、全社会固定资产投资分析	48
六、进出口总额及增长率分析	49

第二节 2014-2016年中国手持电视产业政策环境分析 51

一、广电及通信行业政府相关政策 51

二、业务管制 52

三、内容管制 54

四、管制政策与产业发展的相互影响 55

第三节 2014-2016年中国手持电视产业社会环境分析 57

一、人口环境分析 57

二、教育环境分析 60

三、文化环境分析 61

四、生态环境分析 62

第五章 2014-2016年中国手持电视市场发展态势分析 65

第一节 2014-2016年中国手持电视市场总体概述 65

一、市场进入关键期需上下游合作 65

二、手持电视信号已覆盖城市分析 68

三、手持电视用户预计 68

第二节 2014-2016年中国手持电视市场启动在即 69

第三节 2014-2016年我国手持电视面临的问题分析 70

一、管制问题 70

二、标准问题 70

三、频率资源问题 71

四、终端问题 72

五、资费问题 72

六、用户认知问题 73

第四节 手持电视国内产品价格走势及影响因素分析 73

一、国内产品2014-2016年价格回顾 73

二、国内产品当前市场价格及评述 74

三、国内产品价格影响因素分析 74

四、2016-2022年国内产品未来价格走势预测 75

第六章 2014-2016年中国手持电视产业市场运行态势分析 76

第一节 2014-2016年中国手持电视产业市场综述 76

一、手持电视市场规模分析	76
1、手持电视行业总体规模	76
2、手持电视产能概况	77
3、2014-2016年产能分析	77
4、2016-2022年产能预测	79
二、手持电视终端市场规模初显	79
三、手持电视品牌分析	80
第二节 2014-2016年基于广播网络的手持电视业务发展分析	80
一、北京悦龙	80
二、上海文广手机电视有限公司	81
三、广东电视移动传播有限公司	82
第七章 2014-2016年中国手持电视的技术及实现方式分析	83
第一节 基于移动蜂窝网络技术	83
第二节 基于地面广播电视网络的技术	85
一、DVB-H	85
二、T-DMB	89
三、MediaFLO	90
四、ISDB-T	92
第三节 基于卫星广播网络的技术	94
一、S-DMB	94
二、CMMB	100
第四节 各种实现方式的优缺点比较	106
一、三种不同技术的特点	106
二、点播式手机电视优劣势	107
三、广播式手机电视优劣势	107
四、T-DMB和DVB-H标准的优缺点分析	108
第五节 不同技术的应用情况	110
一、欧洲	110
二、美国	110
三、日本、韩国	111
四、目前已经开展的各项手机电视承载技术的试验情况	112

第八章 2014-2016年中国手持电视上下游产业链分析 114

第一节 手持电视行业上下游行业分析 114

一、上游行业分析 114

二、下游行业分析 122

第二节 2014-2016年基于广播网络的手持电视产业链分析 127

一、芯片制造商 127

二、终端厂商 133

三、CAS供应商 137

四、终端渠道经销商 139

五、消费用户 141

第九章 2014-2016年中国手持电视商业模式分析 143

第一节 移动主导模式 143

一、商业模式特征 143

二、产品及市场定位 143

三、盈利空间分析 144

四、商业模式发展演绎 144

第二节 广电主导模式 145

第三节 融合模式 146

第四节 商业模式的比较 148

一、电信运营商与广电运营商的SWOT分析 148

二、三种商业模式的比较 151

第十章 2014-2016年中国手持电视业务模式分析 154

第一节 手机电视商业化进程介绍 154

第二节 手持电视的业务实现方式 156

第三节 手机电视业务实现模式介绍 160

一、基于移动通信网络开展业务 160

二、利用广播频率开展业务 161

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 164

第四节 2014-2016年中国手持电视运营分析 166

一、目标人群	166
二、运营模式	166
三、赢利模式	167
第五节 2014-2016年中国手机电视业务模式的分析	169
一、免费广播业务模式	169
二、用户付费业务模式	170
三、手机电视购物业务模式	170
四、手机电视互动业务盈利模式	171
第十一章 2014-2016年中国手机电视产业市场运行态势分析	174
第一节 2014-2016年手机电视市场发展现状分析	174
一、我国手持电视行业发展现状	174
二、中国手持电视产品技术分析	179
三、中国手持电视行业存在的问题	194
四、对中国手持电视市场的分析及思考	196
第二节 2014-2016年CMMB手机电视的发展分析	208
一、奥运后CMMB手机电视面临的局面剖析	208
二、CMMB手机电视进入大规模商用阶段	209
三、CMMB手机电视收费模式的思考	210
四、CMMB手机电视的运营与定位	211
五、CMMB手机电视的市场前景探析	211
第十二章 2016-2022年中国手持电视产业发展前景展望分析	213
第一节 2016-2022年中国手持电视的用户预测分析	213
一、全球手机电视终端市场发展预测	213
二、我国手持电视的用户预测	214
三、手机电视运营市场预测	215
第二节 2016-2022年中国手持电视行业发展前景预测分析	215
一、2016-2022年中国手持电视行业发展预测分析	215
二、未来手持电视发展分析	215
三、未来手持电视行业技术开发方向	219
四、总体行业“十三五”整体规划及预测	220

第三节 2016-2022年中国手持电视行业市场前景分析 222

一、产品差异化是企业发展的方向 222

二、渠道重心下沉 224

第十三章 2016-2022年中国手持电视行业投资战略研究 227

第一节 2014-2016年中国手持电视行业投资策略分析 227

一、手持电视投资策略 227

二、手持电视投资筹划策略 228

三、2016年手持电视品牌竞争战略 231

第二节 2016-2022年中国手持电视行业品牌建设策略 233

一、手持电视的规划 233

二、手持电视的建设 234

三、手持电视业成功之道 234

第十四章 市场指标预测及行业项目投资建议 235

第一节 中国手持电视行业市场发展趋势预测 235

第二节 手持电视产品投资机会 235

第三节 手持电视产品投资趋势分析 235

第四节 项目投资建议 236

一、行业投资环境考察 236

二、投资风险及控制策略 237

三、产品投资方向建议 237

四、项目投资建议 238

1、技术应用注意事项 238

2、项目投资注意事项 239

3、生产开发注意事项 242

4、销售注意事项 243

第十五章 手持电视行业市场竞争策略分析 245

第一节 行业竞争结构分析 245

一、现有企业间竞争 245

二、潜在进入者分析 245

- 三、替代品威胁分析 246
- 四、供应商议价能力 246
- 五、客户议价能力 247
- 第二节 手持电视市场竞争策略分析 248
 - 一、手持电视市场增长潜力分析 248
 - 二、手持电视产品竞争策略分析 249
 - 三、典型企业产品竞争策略分析 250
- 第三节 手持电视企业竞争策略分析 251
 - 一、2016-2022年我国手持电视市场竞争趋势 251
 - 二、2016-2022年手持电视行业竞争格局展望 251
 - 三、2016-2022年手持电视行业竞争策略分析 252

第十六章 手持电视国内重点生产厂家分析 254

第一节 爱国者数码科技有限公司 254

- 一、企业基本概况 254
- 二、2014-2016年企业经营与财务状况分析 256
 - (一) 企业偿债能力分析 256
 - (二) 企业运营能力分析 258
 - (三) 企业盈利能力分析 261
- 三、2014-2016年企业竞争优势分析 262
- 四、企业未来发展战略与规划 265

第二节 中兴通讯股份有限公司 266

- 一、企业基本概况 266
- 二、2014-2016年企业经营与财务状况分析 266
 - (一) 企业偿债能力分析 266
 - (二) 企业运营能力分析 268
 - (三) 企业盈利能力分析 271
- 三、2014-2016年企业竞争优势分析 272
- 四、企业未来发展战略与规划 274

第三节 联想集团 275

- 一、企业基本概况 275
- 二、2014-2016年企业经营与财务状况分析 276

(一) 企业偿债能力分析	276
(二) 企业运营能力分析	278
(三) 企业盈利能力分析	281
三、2014-2016年企业竞争优势分析	282
四、企业未来发展战略与规划	282
第四节 长虹电子集团有限公司	283
一、企业基本情况	283
二、2014-2016年企业经营与财务状况分析	284
(一) 企业偿债能力分析	284
(二) 企业运营能力分析	286
(三) 企业盈利能力分析	289
三、2014-2016年企业竞争优势分析	290
四、企业未来发展战略与规划	293
第五节 创维集团有限公司	294
一、企业基本情况	294
二、2014-2016年企业经营与财务状况分析	295
(一) 企业偿债能力分析	295
(二) 企业运营能力分析	297
(三) 企业盈利能力分析	300
三、2014-2016年企业竞争优势分析	301
四、企业未来发展战略与规划	302
第六节 中国长城计算机深圳股份有限公司	302
一、企业基本情况	302
二、2014-2016年企业经营与财务状况分析	303
(一) 企业偿债能力分析	303
(二) 企业运营能力分析	305
(三) 企业盈利能力分析	308
三、2014-2016年企业竞争优势分析	310
四、企业未来发展战略与规划	311
第十七章 手持电视地区销售分析	312(ZY WZY)
第一节 中国手持电视区域销售市场结构变化	312

第二节 手持电视“东北地区”销售分析	312
一、2014-2016年东北地区销售规模	312
二、东北地区“规格”销售分析	313
三、2016-2022年东北地区“规格”销售规模分析	313
第三节 手持电视“华北地区”销售分析	313
一、2014-2016年华北地区销售规模	313
二、华北地区“规格”销售分析	314
三、2016-2022年华北地区“规格”销售规模分析	314
第四节 手持电视“华南地区”销售分析	315
一、2014-2016年华南地区销售规模	315
二、华南地区“规格”销售分析	315
三、2016-2022年华南地区“规格”销售规模分析	315
第五节 手持电视“华东地区”销售分析	316
一、2014-2016年华东地区销售规模	316
二、华东地区“规格”销售分析	316
三、2016-2022年华东地区“规格”销售规模分析	316
第六节 手持电视“华中地区”销售分析	317
一、2014-2016年华中地区销售规模	317
二、华中地区“规格”销售分析	317
三、2016-2022年华中地区“规格”销售规模分析	318
第七节 手持电视“西北地区”销售分析	318
一、2014-2016年西北地区销售规模	318
二、西北地区“规格”销售分析	318
三、2016-2022年西北地区“规格”销售规模分析	319
第八节 手持电视“西南地区”销售分析	319
一、2014-2016年西南地区销售规模	319
二、西南地区“规格”销售分析	320
三、2016-2022年西南地区“规格”销售规模分析	320

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 34

图表2 1998-2016年国内生产总值季度累计同比增长率(%) 41

- 图表3 2000-2016年居民消费价格指数（上年同月=100） 44
- 图表4 2006-2016年农村居民人均纯收入及其增长速度 45
- 图表5 2006-2016年城镇居民人均可支配收入及其增长速度 46
- 图表6 2000-2016年社会消费品零售总额月度同比增长率（%） 47
- 图表7 2001-2016年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%） 48
- 图表8 2000-2016年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%） 50
- 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60
- 图表10 移动多媒体广播电视系统总体构成 77
- 图表11 2015年中国集成电路产量分省市统计 115
- 图表12 2016年我国集成电路产量分省市统计 116
- 图表13 融合运营模式模拟图 147
- 图表14 电信和广电在IPTV市场上的SWTO分析 151
- 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175
- 图表16 台电 M55 197
- 图表17 OPPO K39 198
- 图表18 长城 C31 201
- 图表19 飞利浦 SA065 202
- 图表20 纽曼CTV50 203
- 图表21 爱国者 CM5228 204
- 图表22 近3年爱国者数码科技有限公司资产负债率变化情况 256
- 图表23 近3年爱国者数码科技有限公司产权比率变化情况 257
- 图表24 近3年爱国者数码科技有限公司固定资产周转次数情况 258
- 图表25 近3年爱国者数码科技有限公司流动资产周转次数变化情况 259
- 图表26 近3年爱国者数码科技有限公司总资产周转次数变化情况 260
- 图表27 近3年爱国者数码科技有限公司销售毛利率变化情况 261
- 图表28 近3年中兴通讯股份有限公司资产负债率变化情况 267
- 图表29 近3年中兴通讯股份有限公司产权比率变化情况 268
- 图表30 近3年中兴通讯股份有限公司固定资产周转次数情况 269
- 图表31 近3年中兴通讯股份有限公司流动资产周转次数变化情况 270
- 图表32 近3年中兴通讯股份有限公司总资产周转次数变化情况 271
- 图表33 近3年中兴通讯股份有限公司销售毛利率变化情况 272
- 图表34 近3年联想集团资产负债率变化情况 276

图表35	近3年联想集团产权比率变化情况	277
图表36	近3年联想集团固定资产周转次数情况	278
图表37	近3年联想集团流动资产周转次数变化情况	279
图表38	近3年联想集团总资产周转次数变化情况	280
图表39	近3年联想集团销售毛利率变化情况	281
图表40	近3年长虹电子集团有限公司资产负债率变化情况	284
图表41	近3年长虹电子集团有限公司产权比率变化情况	285
图表42	近3年长虹电子集团有限公司固定资产周转次数情况	286
图表43	近3年长虹电子集团有限公司流动资产周转次数变化情况	287
图表44	近3年长虹电子集团有限公司总资产周转次数变化情况	288
图表45	近3年长虹电子集团有限公司销售毛利率变化情况	289
图表46	近3年创维集团有限公司资产负债率变化情况	295
图表47	近3年创维集团有限公司产权比率变化情况	296
图表48	近3年创维集团有限公司固定资产周转次数情况	297
图表49	近3年创维集团有限公司流动资产周转次数变化情况	298
图表50	近3年创维集团有限公司总资产周转次数变化情况	299
图表51	近3年创维集团有限公司销售毛利率变化情况	300
图表52	近3年中国长城计算机深圳股份有限公司资产负债率变化情况	304
图表53	近3年中国长城计算机深圳股份有限公司产权比率变化情况	305
图表54	近3年中国长城计算机深圳股份有限公司固定资产周转次数情况	306
图表55	近3年中国长城计算机深圳股份有限公司流动资产周转次数变化情况	307
图表56	近3年中国长城计算机深圳股份有限公司总资产周转次数变化情况	308
图表57	近3年中国长城计算机深圳股份有限公司销售毛利率变化情况	309
图表58	2012-2016年我国手持电视区域销售市场结构占比	312

表格目录：

表格1	近4年爱国者数码科技有限公司资产负债率变化情况	256
表格2	近4年爱国者数码科技有限公司产权比率变化情况	257
表格3	近4年爱国者数码科技有限公司固定资产周转次数情况	258
表格4	近4年爱国者数码科技有限公司流动资产周转次数变化情况	259
表格5	近4年爱国者数码科技有限公司总资产周转次数变化情况	260
表格6	近4年爱国者数码科技有限公司销售毛利率变化情况	261

表格7 近4年中兴通讯股份有限公司资产负债率变化情况 266

表格8 近4年中兴通讯股份有限公司产权比率变化情况 267

表格9 近4年中兴通讯股份有限公司固定资产周转次数情况 268

表格10 近4年中兴通讯股份有限公司流动资产周转次数变化情况 269

表格11 近4年中兴通讯股份有限公司总资产周转次数变化情况 270

表格12 近4年中兴通讯股份有限公司销售毛利率变化情况 271

表格13 近4年联想集团资产负债率变化情况 276

表格14 近4年联想集团产权比率变化情况 277

表格15 近4年联想集团固定资产周转次数情况 278

表格16 近4年联想集团流动资产周转次数变化情况 279

表格17 近4年联想集团总资产周转次数变化情况 280

表格18 近4年联想集团销售毛利率变化情况 281

表格19 近4年长虹电子集团有限公司资产负债率变化情况 284

表格20 近4年长虹电子集团有限公司产权比率变化情况 285

表格21 近4年长虹电子集团有限公司固定资产周转次数情况 286

表格22 近4年长虹电子集团有限公司流动资产周转次数变化情况 287

表格23 近4年长虹电子集团有限公司总资产周转次数变化情况 288

表格24 近4年长虹电子集团有限公司销售毛利率变化情况 289

表格25 近4年创维集团有限公司资产负债率变化情况 295

表格26 近4年创维集团有限公司产权比率变化情况 296

表格27 近4年创维集团有限公司固定资产周转次数情况 297

表格28 近4年创维集团有限公司流动资产周转次数变化情况 298

表格29 近4年创维集团有限公司总资产周转次数变化情况 299

表格30 近4年创维集团有限公司销售毛利率变化情况 300

表格31 近4年中国长城计算机深圳股份有限公司资产负债率变化情况304

表格32 近4年中国长城计算机深圳股份有限公司产权比率变化情况 305

表格33 近4年中国长城计算机深圳股份有限公司固定资产周转次数情况306

表格34 近4年中国长城计算机深圳股份有限公司流动资产周转次数变化情况307

表格35 近4年中国长城计算机深圳股份有限公司总资产周转次数变化情况308

表格36 近4年中国长城计算机深圳股份有限公司销售毛利率变化情况309

表格37 2014-2016年同期东北地区手持电视行业产销能力 312

表格38 2014-2016年东北地区手持电视行业盈利能力表 313

表格39 2016-2022年同期东北地区手持电视行业市场规模预测313
表格40 2014-2016年同期华北地区手持电视行业产销能力 313
表格41 2014-2016年华北地区手持电视行业盈利能力表 314
表格42 2016-2022年同期华北地区手持电视行业市场规模预测314
表格43 2014-2016年同期华南地区手持电视行业产销能力 315
表格44 2014-2016年华南地区手持电视行业盈利能力表 315
表格45 2016-2022年同期华南地区手持电视行业市场规模预测315
表格46 2014-2016年同期华东地区手持电视行业产销能力 316
表格47 2014-2016年华东地区手持电视行业盈利能力表 316
表格48 2016-2022年同期华东地区手持电视行业市场规模预测316
表格49 2014-2016年同期华中地区手持电视行业产销能力 317
表格50 2014-2016年华中地区手持电视行业盈利能力表 317
表格51 2016-2022年同期华中地区手持电视行业市场规模预测318
表格52 2014-2016年同期西北地区手持电视行业产销能力 318
表格53 2014-2016年西北地区手持电视行业盈利能力表 318
表格54 2016-2022年同期西北地区手持电视行业市场规模预测319
表格55 2014-2016年同期西南地区手持电视行业产销能力 319
表格56 2014-2016年西南地区手持电视行业盈利能力表 320
表格57 2016-2022年同期西南地区手持电视行业市场规模预测320

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/l58532Y8GS.html>