

2016-2022年中国手持电视 行业全景调研及投资方向研究报告

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年中国手持电视行业全景调研及投资方向研究报告》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/shuma/K77161DE2V.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

前言

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。

近几年来，国家广播电影电视总局积极利用高新技术发展新兴媒体，精心组织并联合多方面力量建立了中国移动多媒体广播手持电视（CMMB）体系，在关键技术研发、标准体系建立、产业化推进、覆盖网络建设、业务开发等方面取得了重大进展，圆满完成了为2008年北京奥运会提供服务的目标，得到社会各界和中外人士的一致好评。

经过全国“产、学、研、用”各部门联合攻关，中国移动多媒体广播手持电视（CMMB）已经形成了具有自主知识产权的技术标准体系，颁发了移动多媒体广播信道、复用、电子业务指南、紧急广播、数据广播、条件接收、终端、分发信道、安全播出等20个行业标准和规范，形成了端到端的产业链，仅接收终端产品就达200多款。已有220多家企事业单位参与到产业化推进工作中来。

广电总局已经成立中广传播集团公司（原中广卫星移动广播有限公司），专门开展手持电视（CMMB）网络建设与业务运营，以提供“多业务、可管理”服务平台为目标，在开展广播电视类节目播出外，还开发互动、智能交通诱导、实时股票财经、数据广播推送等新业务，全国337个地级将全部实现信号覆盖，逐步形成建立覆盖全国城乡、面向多种终端的服务体系。

手持电视包括了加载了CMMB芯片的各类终端产品，特别是包括了CMMB手机电视。

本手持电视行业研究报告共十八章是智研数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。手持电视行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了手持电视行业市场潜在需求与市场机会，报告对手持电视行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国手持电视行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机

和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 手持电视产业相关概述

第一节 广播电视数字化创新预测

第二节 手持电视的概述

一、手持电视的概念

二、手持电视的应用

三、手持电视的技能体系

四、手持电视的营销

第三节 手持电视业务范畴及业务特征

一、手持电视业务范畴

二、手持电视业务特征

三、专业术语及研究范畴

第四节 CMMB终端相关概述

一、CMMB终端种类

二、CMMB加密终端形态

三、CMMB终端进展策略

第二章 2014年国际手持电视市场进展趋势预测

第一节 2014年全球手持电视产业营销环境条件预测

第二节 2014年全球手持电视产业进展现状透析

一、全球手持电视技能预测

二、国际品牌竞争手持电视市场

三、世界手持电视营销市场预测

四、世界手机电视用户范围

五、世界手机电视推广及普及应用情况

第三节 2014年欧洲手持电视市场进展情况预测

一、欧洲手机电视市场进展现状

二、欧洲数字广播式手持电视市场进展情况预测

三、欧盟确立手机电视标准

第四节2016-2022年全球手持电视产业进展状况预测

第三章2014年全球部分国家手持电视产业营销现状及经验借鉴

第一节mei国

- 一、mei国手机电视业务经营预测
- 二、mei国手机电视市场升温
- 三、mei国普及手机电视预测
- 四、mei国手机电视进展瓶颈预测

第二节riben

- 一、riben手机电视快速进展的诀窍
- 二、riben手持电视产业范围预测
- 三、riben两大营销商爆发手机电视标准战

第三节韩国

- 一、韩国手持电视进展概况
- 二、韩国移动流媒体手机电视市场进展预测
- 三、韩国数字广播式手持电视市场进展预测

第四章2014年国内手持电视产业运行环境条件预测

第一节 2014年国内宏观经济环境条件预测

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI(按月度更新)
- 三、全国居民收入情况(季度更新)
- 四、恩格尔系数(年度更新)
- 五、工业进展形势(季度更新)
- 六、固定资产投资情况(季度更新)
- 七、社会消费品零售总额
- 八、对外贸易&进出口

第二节2014年国内手持电视产业政策环境条件预测

- 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、管制政策与产业进展的相互影响

第三节2014年国内手持电视产业社会环境条件预测

- 一、人口环境条件预测
- 二、教育环境条件预测
- 三、文化环境条件预测
- 四、生态环境条件预测
- 五、国内城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

第五章2014年国内手持电视市场进展态势预测

第一节2014年国内手持电视市场总况

- 一、市场进入关键期需上下游合作
- 二、手持xinhao覆盖城市预测
- 三、国内手持电视行业进展基本趋势及影响因素
- 四、手持电视进展要走差异化道路

第二节2014年国内手持电视分区域进展趋势

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

第三节2014年我国手机电视面临的问题预测

- 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2014年国内手持电视产业市场营销趋势预测

第一节2014年国内手持电视产业市场综述

- 一、国内手持电视市场范围预测
- 二、国内手持电视用户范围预测
- 三、国内手持电视用户结构预测
- 四、手持电视潜在用户市场预测

- 1、娱乐
- 2、通信
- 3、资讯

第二节2014年国内手持电视市场现状透析

- 一、国内手持电视终端市场范围初显
- 二、国内手持电视大悬念解析
- 三、国内手持电视终端芯片市场现状透析

第三节2014年国内手持电视产业市场走势预测

- 一、爱华手持电视获CMMB优秀终端奖
- 二、国内手持电视覆盖率预测
- 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

第七章国内手持电视市场主要影响因素预测

第一节有利因素

- 一、潜在用户数量巨大
- 二、手持电视技能日益成熟
- 三、广电新媒体移动增值业务进展需要
- 四、国家政策对三网融合支持

第二节不利因素

- 一、消费者需求不明确
- 二、标准缺失
- 三、终端各类及价格
- 四、广电及电信的博弈

第八章2014年国内手持电视市场趋势

第一节2014年国内手持电视用户基本特征预测

- 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、用户地区构成

六、用户普及率

第二节2014年国内手持电视用户行为

一、产品认知

二、产品内容

三、产品比较优点

四、使用习惯

第三节2014年国内手持电视终端购买和使用行为

一、了解购买渠道

二、购买理由预测

三、使用频率预测

四、用户满意率预测第九章

第九章2014年国内手持电视的技能及实现方式预测

第一节基于移动蜂窝网络技能

一、流媒体技能

二、蜂窝网广播技能

三、MBMS技能

四、BCMCS技能

第二节基于地面广播电视网络的技能

一、DVB-H

二、T-DMB

三、MediaFLO

四、ISDB-T

第三节基于weixing广播网络的技能

一、S-DMB

二、CMMB

第四节各种实现方式的优缺点比

一、种不同技能的特征

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标准的优缺点预测

第五节不同技能的应用情况

- 一、欧洲
- 二、mei国
- 三、riben、韩国
- 四、各项手机电视承载技能的试验情况

第十章2014年国内手持电视产业链预测

第一节内容流通环节

- 一、内容提供商
- 二、频道营销商
- 三、广电营销商
- 四、SP
- 五、电信营销商

第二节终端生产环节

- 一、芯pian厂商
- 二、终端制造商
- 三、销售渠道

第三节CAS/DRM提供商

第四节消费者

第五节产业链主导因素

- 一、平台的中介特性
- 二、网络外部性
- 三、垄断势力
- 四、双边市场
- 五、多边市场

第六节2014年基于移动蜂窝网络的手持电视产业链预测

第七节基于广播网络的手持电视产业链预测

第十一章2014年国内手持电视产业链及公司竞争趋势

第一节技能标准的竞争趋势

- 一、手机电视标准竞争
- 二、CMMB技能标准竞争
- 三、TMMB技能标准竞争

第二节芯片厂商竞争趋势

一、CMMB芯片竞争趋势

二、CA芯片竞争趋势

第三节终端厂商竞争趋势

一、诺基亚

二、韩国星电子企业

三、北京天宇朗通通信设备有限责任公司

四、联想移动通信科技企业

五、多普达通讯有限公司

第四节业务营销商竞争趋势

一、中广移动weixing广播有限公司

二、国内移动通信集团企业

三、国内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趋势

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、北京风网信息技能有限公司

第十二章2014年国内手持电视商业模式预测

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、盈利空间预测

四、商业模式进展演绎

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、盈利空间预测

四、商业模式进展演绎

第三节融合模式

- 一、商业模式特征
- 二、产品及市场定位
- 三、盈利空间预测
- 四、商业模式进展演绎

第四节2014年国内手持电视商业营销模式比较

- 一、内容
- 二、传输通道
- 三、用户管理及收费
- 四、客户fuwu
- 五、终端类型
- 六、终端销售渠道

第十三章中国三家数字广播式手持电视营销商案例预测

第一节南方传媒

- 一、目标消费群
- 二、价值定位
- 三、销售渠道
- 四、客户fuwu
- 五、主要优点
- 六、盈利模式

第二节北京悦龙

- 一、目标消费群
- 二、价值定位
- 三、销售渠道
- 四、客户fuwu
- 五、主要优点
- 六、盈利模式

第三节上海文广

- 一、目标消费群
- 二、价值定位
- 三、销售渠道
- 四、客户fuwu

五、主要优点

六、盈利模式

第十四章2014年国内手持电视业务模式预测

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2014年国内手持电视营销预测

一、目标人群

二、营销模式

三、赢利模式

第五节2014年国内手机电视业务模式的预测

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

第十五章2014年国内手机电视产业市场运行态势预测

第一节2014年手机电视市场进展现状透析

一、国内手机电视市场范围

二、国标统手机电视产业进展迎来破局

三、中国手机电视终端市场迅速扩张

四、江西CMMB手机电视用户进展势头迅猛

五、2010年国内手机电视正式商用

六、互动电视购物开创手机电视新时代

第二节2014年3G助力手机电视业务进展预测

一、3G技能的基本介绍

二、3G技能为手机电视进展带来良机

三、3G时代手机电视进展的优劣势评析

四、2014年首张3G手机电视牌照落户上海

五、3G手机电视业务进展的深入思考

六、国内3G手机电视的进展战略

第三节2014年CMMB手机电视的进展预测

一、CMMB手机电视进入大范围商用阶段

二、2012年CMMB市场运行预测

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手机电视的营销与定位

七、CMMB手机电视的市场未来探析

八、2016-2022年CMMB进展规划

第四节2014年国内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、国内手机电视进展存在的不足

三、国内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、国内手机电视亟待解决的重要问题

第五节2014年国内手机电视产业进展的对策

一、促进手机电视业务进展的意见

二、手机电视产业持续增长的战略

三、手机电视进展壮大需要政策上的合作

四、国内手机电视业务进展的出路选择

五、国内手机电视的市场制胜战略探讨

六、掌握核心技能是手机产业进展的关键

七、手机电视的市场运营战略预测

第十六章2014年国内其他手持电视终端市场进展预测

第一节国内车载移动电视市场特征预测

第二节国内车载移动电视市场结构预测

一、产品结构

二、城市层次结构

三、地区结构

第三节国内车载移动电视市场范围预测

第四节国内车载视听系统市场竞争趋势

第五节国内车载移动电视市场未来预测

第十七章2016-2022年国内手持电视产业进展未来预测预测

第一节2016-2022年国内手持电视的市场进展预测

一、2016-2022年世界手机电视终端市场进展分析

二、2016-2022年国内手持电视用户范围分析

三、2016-2022年国内手机电视市场范围分析

第二节2016-2022年国内手持电视进展未来和状况

一、国内手机电视市场技能进展状况

二、国内手持电视进展未来分析

三、文化产业振兴规划给手持电视带来机遇

四、TD-MBMS手机电视前景未来看好

第十八章2016-2022年国内手持电视行业投资策略研究

第一节2016-2022年国内手持电视行业投资环境条件预测

一、宏观经济进展为手持电视产业奠定基础

二、科技的进展推动手持电视终端的扩容

三、目内容提供商不断创新带动市场进展

第二节2016-2022年国内手持电视行业投资机会预测

一、手持电视投资潜力预测

二、手持电视投资吸引力预测

第三节2016-2022年国内手持电视行业投资风险剖析

一、宏观调控风险

二、政策风险剖析

三、技能风险剖析

四、商业模式风险剖析

第四节2016-2022年国内手持电视行业投资意见

一、两大系统合作的重要性

二、手持电视产业链的完善

三、OEM和原创技能并举

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shuma/K77161DE2V.html>