

# 2017-2022年中国车载移动 电视行业前景研究与市场运营趋势报告

## 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

《2017-2022年中国车载移动电视行业前景研究与市场运营趋势报告》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/dianzi/774128YXHP.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

报告目录：

第一章 2014-2016年世界车载移动电视行业整体运营状况分析18

第一节 2014-2016年世界车载移动电视运行环境分析18

第二节 2014-2016年世界车载移动电视产业运营格局23

一、世界车载移动电视产业亮点呈现23

二、全球数字化背景的车载移动电视24

三、世界最先进的车载卫星电视系统研究30

四、全球车载移动电视芯片发展分析37

五、世界车载移动电视技术新进展分析39

第三节 2014-2016年世界主要国家车载移动电视运行分析42

一、美国42

二、德国45

三、日本49

第四节 2017-2022年世界车载移动电视产业发展趋势分析49

第二章 2014-2016年中国车载移动电视产业运行环境分析51

第一节 2014-2016年中国经济环境分析51

一、国民经济运行情况GDP51

二、消费价格指数CPI、PPI53

三、全国居民收入情况63

四、恩格尔系数64

五、工业发展形势65

六、固定资产投资情况69

七、社会消费品零售总额75

八、对外贸易&进出口76

第二节 2014-2016年中国车载移动电视政策环境分析79

一、标准林立市场混乱移动电视亟待标准推进79

二、解析车载GPS移动电视标准CMMB/DAB/DVB-T82

第三节 2014-2016年中国车载移动电视技术环境分析87

一、车载移动电视弥补传统媒体空白87

## 二、车载移动电视双天线分集接收技术88

### 第四节 2014-2016年中国车载移动电视社会环境分析96

#### 一、社会消费品零售96

#### 二、人口规模96

#### 三、年龄结构97

#### 四、居民生活水平提高98

### 第三章 2014-2016年中国移动电视新媒体产业运行分析100

#### 第一节 移动电视媒体的价值剖析100

##### 一、媒体发展的时代背景解读100

##### 二、各种媒体的市场价值分析101

##### 三、移动电视新媒体全效传播特征透析102

#### 第二节 2014-2016年中国移动电视收视率分析102

##### 一、影响电视收视率的因素浅析102

##### 二、电视媒体的收视率面临的不足109

##### 三、电视媒体需要理性看待“收视率”指标110

##### 四、中国电视媒体亟需建立绿色收视率体系112

#### 第三节 2014-2016年中国移动电视新媒体现状综述113

##### 一、新时期移动电视需重视四大生存法则113

##### 二、地铁电视媒体的经营思路分析118

##### 三、车载移动电视媒体的运营思路探讨119

##### 四、公交移动电视的发展状况及改进措施125

#### 第四节 2014-2016年中国电视广告市场透析131

##### 一、中国电视广告发展背景概况131

##### 二、中国电视广告市场发展的特点解析133

##### 三、中国移动电视广告市场规模分析135

##### 四、经济寒流下广告业主青睐移动电视媒体135

##### 五、中国电视广告市场将持续增长137

##### 六、中国电视媒体广告的经营思路探讨144

### 第四章 2014-2016年中国车载移动电视行业市场运行态势剖析148

#### 第一节 中国移动数字电视发展历程148

第二节 2014-2016年中国车载移动电视行业动态分析	148
一、中广移动完成一百五十七城市移动电视网络覆盖	148
二、爱国者WALKTV移动电视成奥运赢家	149
三、尼尔森助力移动电视跻身主流媒体	151
第三节 2014-2016年中国车载移动电视产业现状综述	154
一、中国车载移动电视运行特点分析	154
二、中国车载移动电视覆盖规模分析	155
三、移动电视发展势如破竹	156
四、产业化之路初露端倪	157
第四节 2014-2016年中国车载移动面临的瓶颈分析	159
第五章 2014-2016年中国车载移动电视业市场热点聚焦	161
第一节 2014-2016年中国车载移动电视市场动态	161
一、车载移动电视市场步入发展新阶段	161
二、移动电视用户将达5亿车载娱乐市场大	162
第二节 车载电视市场持续走高三大动因分析	163
第三节 奥运给公交车载电视带来的机遇与挑战	163
第四节 提升公交车载电视发展战略分析	167
一、建立多样化盈利模式	167
二、加强内容建设	168
三、丰富广告产品	168
四、完善传播技术	168
第六章 2014-2016年中国车载移动电视运营模式分析	170
第一节 服务运营模式	170
一、用户主导模式	170
二、新型终端主导模式	170
三、广告主导模式	170
第二节 技术运营模式	171
一、广播网	171
二、卫星网	171
第三节 运营个案分析	172

- 一、东方明珠172
- 二、北广传媒173
- 三、深圳力合174
- 四、上海高清175
- 五、世通华纳176
- 六、华视传媒177

#### 第四节 车载移动电视运营策略探讨178

### 第七章 2014-2016年中国车载移动电视市场竞争格局透析185

#### 第一节 2014-2016年中国车载移动电视市场竞争总况185

- 一、巨头分食移动电视市场格局初定185
- 二、车载电视&mdash;群雄逐鹿186
- 三、手机电视&mdash;广电PK电信186
- 四、电信重组和3G发牌压缩广电空间187
- 五、抢占移动电视棒市场制高点188

#### 第二节 2014-2016年中国车载移动电视重点地区竞争透析190

- 一、上海移动电视190
- 二、北京移动电视192
- 三、湖南移动电视194
- 四、河南移动电视197

#### 第三节 DAB CMMB良性竞争加速国内WEB TV发展198

#### 第四节 2017-2022年中国车载移动电视行业竞争趋势分析199

### 第八章 2014-2016年中国车载移动电视地区发展透析202

#### 第一节 东北地区202

- 一、辽宁202
- 二、吉林202
- 三、黑龙江202

#### 第二节 华北沿海地区203

- 一、北京203
- 二、天津203
- 三、河北203

#### 四、山东204

#### 第三节 黄河中游地区204

##### 一、河南204

##### 二、山西204

##### 三、陕西205

##### 四、内蒙古205

#### 第四节 华东沿海地区205

##### 一、上海205

##### 二、江苏206

##### 三、浙江206

#### 第五节 华南沿海地区206

##### 一、福建206

##### 二、广东207

##### 三、广西207

##### 四、海南207

#### 第六节 长江中游地区208

##### 一、湖北208

##### 二、湖南208

##### 三、江西208

##### 四、安徽209

#### 第七节 西南地区209

##### 一、重庆209

##### 二、四川209

##### 三、贵州210

##### 四、云南210

#### 第八节 西北地区210

##### 一、甘肃210

##### 二、青海211

##### 三、宁夏211

### 第九章 2014-2016年中国移动电视优势运营企业竞争力及关键性数据分析212

#### 第一节 上海东方明珠(集团)股份有限公司212

- 一、企业概况212
- 二、企业主要经济指标分析214
- 三、企业盈利能力分析214
- 四、企业偿债能力分析214
- 五、企业运营能力分析215
- 六、企业成长能力分析215
- 第二节 深圳市同洲电子股份有限公司215
  - 一、企业概况215
  - 二、企业主要经济指标分析216
  - 三、企业盈利能力分析216
  - 四、企业偿债能力分析217
  - 五、企业运营能力分析217
  - 六、企业成长能力分析217
- 第三节 北京歌华有线电视网络股份有限公司218
  - 一、企业概况218
  - 二、企业主要经济指标分析219
  - 三、企业盈利能力分析220
  - 四、企业偿债能力分析220
  - 五、企业运营能力分析220
  - 六、企业成长能力分析221
  
- 第十章 中国车载户外电视内容供应市场222
  - 第一节 车载户外电视内容提供222
    - 一、内容提供现状222
    - 二、内容提供特征223
    - 三、内容提供趋势223
  - 第二节 车载户外电视广告提供223
    - 一、车载户外电视广告现状223
    - 二、车载户外电视广告特征226
    - 三、车载户外电视广告趋势227
  
- 第十一章 中国车载户外电视设备供应229



## 第一节 车载户外电视发射设备229

### 一、发射设备市场现状229

### 二、发射设备产品构成229

### 三、发射设备技术特征230

### 四、发射设备市场规模231

### 五、发射设备市场竞争231

### 六、发射设备企业分析231

## 第二节 车载户外电视转发设备市场235

### 一、转发设备市场现状235

### 二、转发设备应用领域236

### 三、转发设备技术特征236

### 四、转发设备市场竞争236

### 五、转发设备生产企业236

## 第三节 中国车载户外电视芯片提供现状240

### 一、芯片市场现状240

### 二、芯片发展特征241

### 三、芯片市场竞争242

### 四、芯片企业分析242

## 第四节 车载户外电视接收机市场244

### 一、接收机市场现状244

### 二、接收机发展特征244

### 三、接收机市场规模244

### 四、接收机市场竞争245

### 五、接收机企业分析245

## 第十二章 2017-2022年中国车载移动电视行业发展趋势与前景展望248

### 第一节 2017-2022年中国车载移动电视产业前景预测分析248

#### 一、渐成为投资商和广告主的新宠248

#### 二、车载数字移动电视产业潜力巨大248

#### 三、中国车载移动电视的市场将持续升温249

### 第二节 2017-2022年中国车载移动电视新趋势探析249

#### 一、分众化成为必然趋势分析249

二、移动电视的发展趋势及技术挑战250

三、机顶盒芯片演绎新趋势254

第三节 2017-2022年中国车载移动电视行业市场预测分析254

一、未来全国移动电视市场规模预测分析254

二、中国车载视听系统终端累计数量预测分析255

三、2017-2022年中国车载电视市场容量预测分析255

第四节 2017-2022年中国车载移动电视市场盈利预测分析256

第十三章 2017-2022年中国车载移动电视行业投资战略研究257 ( ZYYF )

第一节 2017-2022年中国车载移动电视行业投资周期分析257

第二节 2017-2022年中国车载移动电视行业投资机会分析257

一、移动电视商业价值凸现257

二、投资热点分析258

三、区域投资潜力分析259

第三节 2017-2022年中国车载移动电视行业投资风险预警260

一、宏观调控政策风险260

二、市场竞争风险--车载电视SWOT分析261

三、服务问题风险263

四、市场运营机制风险264

第四节 专家投资建议264

图表目录：

图表 1 2016年国内生产总值初步核算数据51

图表 2 GDP环比增长速度52

图表 3 2016年全国居民消费价格涨跌幅53

图表 4 2016年12月份居民消费价格同类别同比涨跌幅55

图表 5 2016年12月份居民消费价格分类别环比涨跌幅56

图表 6 2016年12月居民消费价格主要数据56

图表 7 2016年工业生产者出厂价格涨跌幅60

图表 8 2016年工业生产者购进价格涨跌幅60

图表 9 2016年12月份工业生产者价格主要数据62

图表 10 中国城乡居民家庭恩格尔系数 (%) 64

- 图表 11 2016年规模以上工业增加值同比增长速度65
- 图表 12 2016年12月份规模以上工业生产主要数据66
- 图表 13 2016年固定资产投资（不含农户）同比增速69
- 图表 14 2016年分地区投资相邻两月累计同比增速70
- 图表 15 2016年1-12月份固定资产投资（不含农户）主要数据71
- 图表 16 2014-2016年社会消费品总额分月同比增长速度75
- 图表 17 2016年12月份社会消费品零售总额主要数据75
- 图表 18 2008-2016年我国进出口总额（亿美元）77
- 图表 19 2016年我国外贸进出口统计情况78
- 图表 20 DVB-T移动接收中多径信号衰落88
- 图表 21 DVB-T移动接收中多普勒频移89
- 图表 22 三种合并方式比较90
- 图表 23 天线分集技术来提高DVB-T性能的解决方案91
- 图表 24 DIBCOM的分集接受的最大比值合并算法93
- 图表 25 Media1.0生产模型100
- 图表 26 Media2.0生产模型100
- 图表 27 信息传播的模式102
- 图表 28 中央级卫视的覆盖人口逐年增长138
- 图表 29 地方卫视的覆盖人口仍保持较高增速138
- 图表 30 省级地面频道本省平均覆盖率保持上升态势139
- 图表 31 电视依然是电视人口媒介接触率最高的媒体139
- 图表 32 电视观众中35-65岁人群占比最大，且中老年人收视时间最长139
- 图表 33 《中国好声音》随着其收视上升及传播效应不断扩大，广告价格亦节节上扬140
- 图表 34 几大卫视2013广告资源招标情况基本乐观141
- 图表 35 对比美国，我国的电视广告无论是在收入（亿美元）还是占GDP比重都存在巨大差距142
- 图表 36 美国部分电视剧2012-13年的广告价格（万元/30秒）142
- 图表 37 美国部分节目2012-13年的广告价格（万元/30秒）143
- 图表 38 预计2013年的电视广告市场将回暖144
- 图表 39 爱国者WALKTV移动电视外观图150
- 图表 40 各个车型车载移动电视的有效覆盖人数对比表155
- 图表 41 工作日移动电视公交车的客流量变化和移动电视有效覆盖人数变化图155

图表 42 周末移动电视公交车的客流量变化和移动电视有效覆盖人数变化图156

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/dianzi/774128YXHP.html>