

2012-2016年中国手机电视 行业调研与战略咨询报告

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

《2012-2016年中国手机电视行业调研与战略咨询报告》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/shouji/5591654XXW.html>

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

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

智妍数据研究中心 <http://www.abaogao.com>

所谓“手机电视”，是指利用广播网络（包括地面数字电视网络、卫星通信广播网络以及具备广播能力的移动通信网络），面向移动通信终端进行数字内容广播（包括音频、视频和数据内容广播）的新型移动多媒体业务。

手机电视是近年来全球关注的一个热点。随着移动数据业务的普及、手机性能的提高以及数字电视技术和网络的迅速发展，手机电视已成为无线应用的新热点，被视为3G时代最有希望的多媒体业务之一。2004年起，中国移动和中国联通相继推出了手机电视业务，广电总局也在上海、北京、广州等地相继进行了试点。2006年10月，国家广电总局正式颁布自主研发的“移动多媒体广播”标准（CMMB），并随之在全国重点城市进行CMMB手机电视免费试播，手机电视的发展进入了规范化的快车道。截至2009年底，CMMB手机电视范围扩大到150个城市，用户量超过300万。手机电视业务逐渐渗入人们的日常生活中。

手机电视产业链横跨多个产业，涉及多个参与主体，形态相对复杂。其产业链由内容提供商、服务提供商、移动运营商、系统技术支持商、终端设备制造商和用户消费群组成。2011年初，上海广播电视台获颁国内首张3G手机电视牌照。手机电视在3G技术的推广与应用背景下，将迎来一个全面大众化推广的契机与机遇。

手机电视被业界视为下一个最有潜质的移动增值业务增长点。3G网络的建设、电信运营以及广电总局CMMB移动电视产业的全力推进，将为手机电视打开巨大的发展空间。手机电视作为新兴产业，有着广阔的发展前景。

智妍数据研究中心发布的《2012-2016年中国手机电视行业调研与战略咨询报告》共八章。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，立足于全球手机电视行业整体发展大势，对中国手机电视行业的发展情况、用户特征、商业运营、技术标准、重点企业等进行了分析及预测，并对未来手机电视行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了手机电视行业今后的发展与投资策略。

本手机电视行业报告，为手机电视企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，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了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。

第一章 手机电视相关概述

第一节 手机电视的概念与特征

- 一、手机电视的定义
- 二、手机电视的个性特点
- 三、手机电视业务的实现方式
- 四、手机电视产业发展的特征

第二节 手机电视完整产业链

- 一、产业链结构分析
- 二、内容提供商
- 三、移动运营商
- 四、系统技术支持商
- 五、终端设备制造商
- 六、用户消费群

第二章 全球手机电视的发展

第一节 全球手机电视产业发展概况

- 一、全球手机电视的启动与发展
- 二、全球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、法国手机电视市场空间广阔

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、中国手机电视市场初具规模
- 二、中国手机电视业务的实践探索
- 三、中国手机电视市场竞争异常激烈

第二节 2010-2012年手机电视市场发展现状

- 一、2010年国标统一手机电视产业发展迎来破局
- 二、2010年奥运因素下中国手机电视市场火爆
- 三、2011年中国手机电视终端市场迅速扩张
- 四、2011年中国免费手机电视成定制热点
- 五、2012年手机电视国内24省份正式上线
- 六、2012年中国移动手机电视业务G3正式商用
- 七、2012年中国手机电视业务竞争格局分析
- 八、2012年中国手机电视终端厂商竞争分析
- 九、2012年中国手机电视突破垄断进军国外市场

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时代加快手机电视发展速度分析
- 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、2011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手机电视的运营定位
- 五、CMMB手机电视面临的挑战
- 六、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、手机电视发展面临六大问题
- 三、我国手机电视市场发展面临的问题
- 四、手机电视领域政府合作上面临的难题
- 五、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、促进手机电视市场发展的建议
- 二、手机电视健康发展的对策建议
- 三、中国手机电视发展策略分析

四、手机电视挖掘综合商用价值是关键

五、手机电视的营销策略分析

第四章 手机电视市场的用户分析

第一节 手机电视用户特征

一、用户普及率

二、年龄

三、性别

四、学历

五、从业性质

六、地区

第二节 手机电视用户行为

一、产品认知

二、产品内容

三、产品比较优势

四、使用习惯

五、非手机电视用户

第三节 CMMB手机电视用户调查

第五章 手机电视的商业运营分析

第一节 手机电视的商业模式剖析

一、基本商业模式盘点

二、移动运营商主导的商业模式透析

三、广电运营商主导的商业模式透析

四、融合运营商业模式透析

第二节 国内外手机电视典型商业模式介绍

一、Sprint模式分析

二、TU

三、诺基亚模式分析

四、上海文广模式分析

第三节 手机电视商业模式的完整构建

一、确定标准

二、业务定位

三、市场细分

四、运营模式

五、盈利模式

六、推广模式

第四节 电信运营商手机电视运营策略探究

一、两条腿走路

二、与内容提供商进行合作

三、打造品牌节目

四、创新广告收入模式

第五节 手机电视业务的内容链建设路径

一、手机电视的内容生产方式简析

二、手机电视的内容特点剖析

三、手机电视内容的详细构建方案

第六章 手机电视的技术标准分析

第一节 浅析手机电视的技术实现方式

一、基于移动网络技术

二、基于地面数字广播网技术

三、基于卫星传输技术

第二节 手机电视技术标准与业务平台

一、手机电视标准

二、手机电视面临的问题

三、我国制定手机电视标准的建议

第三节 中国手机电视技术标准的制定

一、CMMB与TMMB标准的比较分析

二、手机电视两大标准市场反响不一

三、CDMB标准的优势与功能分析

四、我国手机电视国标的争议剖析

第四节 CMMB手机电视系统平台研究

一、系统特点简述

二、信源压缩技术解析

三、复用协议解析

四、电子业务指南（ESG）

五、CMMB系统的优劣势评析

第五节 手机电视承载技术综合剖析

一、总体概述

二、利用移动网络实现的方式

三、利用卫星网络实现的方式

四、利用数字地面广播实现的方式

五、三种方式的性能比较

第六节 深入剖析手机电视在移动网络中的应用

一、移动多媒体对网络的深层次要求

二、移动网络的承载性能透析

三、移动网络的运行模式和系统平台

四、移动网络版权保护模式的探讨

第七章 手机电视重点企业

第一节 运营商分析

一、中国移动通信集团公司

二、中国联合网络通信集团有限公司

三、上海东方明珠（集团）股份有限公司

五、中广传播集团有限公司

第二节 内容提供商分析

一、东方龙移动信息有限公司

二、北京中交星网宽频网络服务有限公司

三、北京风网信息技术有限公司

第三节 系统厂商分析

一、广州富年电子科技有限公司

二、西伯尔联合通信科技（北京）有限公司

第四节 终端厂商分析

一、韩国三星电子公司

二、韩国LG集团

三、多普达通讯有限公司

第八章 2012-2016年手机电视产业发展前景分析

第一节 2012-2013年全球手机电视产业前景预测

一、手机电视持续增长的驱动力分析

二、2012-2012年全球手机电视市场规模预测

三、2012-2013年全球手机电视用户规模预测

第二节 2012-2016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、手机电视应用条件及发展前景

三、2012-2012年中国手机电视市场规模预测

四、2015年基础用户与增值业务用户规划

五、2012-2016年我国手机电视市场发展趋势透析

六、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

图表目录

图表：手机电视产业链构成

图表：2007-2012年全球手机电视市场规模及增长

图表：2006-2012年中国手机市场规模及预测

图表：CMMB手机市场价格分析

图表：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：CMMB认知度

图表：用户对CMMB产生流量费的了解

图表：搭载手持电视的终端产品调查

图表：搭载手持电视的终端产品调查

图表：用户普遍接受CMMB手持电视产品价格

图表：CMMB手持电视产品购买场所

图表：CMMB手持电视关心的内容调查

图表：CMMB手持电视用户收费模式调查

图表：针对不同时间段不同场合推送对应CMMB节目

图表：CMMB手机电视用户节目内容和数据服务关心度

图表：手机电视融合运营商业模式模拟图

图表：融合运营商业模式关系示意图

图表：手机电视标准比较

图表：手机电视运营模式

图表：CMMB手机电视系统平台示意图

图表：CMMB手机电视系统

图表：移动多媒体广播音频编码器逻辑框图

图表：CMMB复用协议示意图

图表：CMMB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广播方式业务流程

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

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：2010 - 2012年中国手机电视用户规模与增长

图表：2010 - 2012年中国手机电视业务市场规模增长及预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shouji/5591654XXW.html>