

2014-2019年手机电视行业 前景研究与投资战略研究报告

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

《2014-2019年手机电视行业前景研究与投资战略研究报告》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/shouji/P28941MK4U.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

第一部分 手机电视行业发展综述

第一章 2013-2014年全球手机电视产业发展分析 1

第一节 国外移动电视节目业发展要素分析 1

一、政策环境和历史背景 1

二、资本运营 2

三、经营理念 3

四、新产品开发 6

五、产权保护 6

第二节 全球手机电视产业发展分析 8

一、2013-2014年欧洲手机电视发展分析 8

二、2013-2014年美国手机电视市场分析 9

三、2013-2014年英国手机电视发展分析 10

四、2013-2014年俄罗斯手机电视发展分析 13

五、2013-2014年澳大利亚手机电视分析 14

六、2013-2014年法国手机电视的发展分析 15

第三节 西方手机电视产业走势分析 15

一、渠道突围 15

二、内容并非“为王” 16

三、全媒体争夺战 18

第二章 中国手机电视产业发展现状 20

第一节 手机电视产业发展概况 20

一、手机电视发展概况 20

二、手机电视发展的新方式 21

三、媒体竞合下的手机电视业前景分析 22

第二节 2013-2014年手机电视产业发展现状 23

一、2013-2014年手机电视广告市场分析 23

二、电视与网络新媒体融合分析 24

三、手机电视品牌价值的市场解析 25

四、不同年龄人群手机电视接触差异分析 25

第三节 传统电视媒体与新媒体的融合分析 26

一、对新媒体的作用 26

二、以客户需求为导向 28

三、加大与新媒体的整合传播 28

第四节 移动电视传媒的符号特征及文化责任 34

一、移动电视传媒的符号特征 34

二、移动电视传媒的价值判断 34

三、移动电视传媒的文化责任 35

四、移动电视传播的文化潜能 36

五、移动电视传播对我国社会的文化意义 37

第二部分 手机电视行业市场分析

第三章 2012-2013年中国手机电视产业链分析 39

第一节 手机电视发展现状与格局 39

一、电视购物对手机电视影响 39

二、2012-2013年中国数字电视发展现状 40

三、广播电视新媒体的发展情况 41

第二节 手机电视发展预测 45

一、2013年中国数字电视用户规模预测 45

二、2013年中国手机电视市场销量预测 45

第三节 中国手机电视产业链结构 45

一、手机电视的价值链 45

二、中国电视剧产业价值链分析 46

三、2012-2013年移动多媒体广播电视产业链分析 48

第四节 电视栏目发展情况 49

一、电视台节目定位分析 49

二、新媒体语境下电视节目生产的发展空间 53

三、收视率对于电视栏目的影响 56

四、主持人对品牌电视栏目的影响 58

五、打造电视栏目的竞争力 60

六、2013年电视节目的发展趋势 61

第五节 各类型电视节目发展情况 65

- 一、我国少儿电视节目发展 65
- 二、电视宣传片发展特色分析 66
- 三、美容时尚类节目的发展 67
- 四、讲坛类电视栏目的发展 68
- 五、电视栏目剧的发展 69
- 六、谈话节目发展现状及趋势 73

第四章 影响中国手机电视产业发展因素 76

第一节 有利因素分析 76

- 一、手机电视的优势分析 76
- 二、体制改革与消费升级因素 77

第二节 不利因素分析 79

- 一、进入威胁因素 79
- 二、替代产品压力 80
- 三、买方侃价能力 80
- 四、供方侃价能力 81

第三节 网络多媒体对手机电视的影响 82

- 一、发挥手机电视优势分析 82
- 二、手机电视数字化原则 83
- 三、未来10年互联网对手机电视的影响 84

第四节 跨媒体整合手机电视的情况 85

- 一、目前跨媒体合作模式诞生的背景 85
- 二、目前的合作模式中的得失分析 87
- 三、跨媒体整合中手机电视行业的对策 88

第五章 2013-2014年手机电视产业渠道分析 91

第一节 2013年国内手机电视产品的经销模式 91

- 一、销售模式简介 91
- 二、销售模式分类及特点 91

第二节 手机电视行业国际化营销模式分析 92

第三节 2013年国内手机电视产品生产及销售投资运作模式分析 93

- 一、国内生产企业投资运作模式 93

二、国内营销企业投资运作模式 94

第六章 2013-2014年手机电视行业相关产业分析 95

第一节 手机电视行业产业链概述 95

第二节 手机电视行业上游运行分析 98

一、手机电视行业上游介绍 98

二、手机电视行业上游发展状况分析 99

三、手机电视行业上游对手机电视行业影响力分析 101

第三节 手机电视行业下游运行分析 101

一、手机电视行业下游介绍 101

二、手机电视行业下游发展状况分析 102

三、手机电视行业下游对手机电视行业影响力分析 102

第三部分 手机电视行业竞争格局分析

第七章 手机电视行业竞争分析 103

第一节 手机电视竞争状况 103

一、网络媒体对手机电视的冲击 103

二、地方手机电视核心竞争力 103

三、2013年视频行业与传统手机电视竞争格局 104

四、2013-2014年网络视频与手机电视的竞争 105

第二节 电视传媒竞争的方向分析 107

一、媒体后时代的发展 107

二、电视竞争新格局 108

三、媒体后时代的生存法则 109

四、手机电视的竞争力 110

第三节 省级卫视竞争分析 111

一、我国省级卫视的市场竞争环境分析 111

二、省级卫视竞争格局分析 116

三、2013年省级卫视全国收视分析 123

四、2013年各地晚间黄金段电视剧收视率 123

第四节 2013-2014年中国手机电视行业竞争分析及预测 128

一、2013年手机电视市场竞争情况分析 128

- 二、2014年手机电视市场竞争形势分析 136
- 三、2013-2014年集中度分析及预测 137
- 四、2013-2014年SWOT分析及预测 138
 - 1、优势因素 138
 - 2、劣势因素 140
 - 3、机会因素 142
 - 4、威胁因素 142
- 五、2014-2015年进入退出状况分析及预测 146
- 六、2014-2015年生命周期分析及预测 146

第八章 手机电视企业竞争策略分析 149

第一节 手机电视市场竞争策略分析 149

- 一、2013年手机电视市场增长潜力分析 149
- 二、2013年手机电视主要潜力项目分析 149
- 三、现有手机电视竞争策略分析 150
- 四、手机电视潜力项目竞争策略选择 153
- 五、典型企业项目竞争策略分析 154

第二节 手机电视企业竞争策略分析 155

- 一、2013年手机电视行业竞争格局的变化 155
- 二、2014-2019年我国手机电视市场竞争趋势 157
- 三、2014-2019年手机电视行业竞争格局展望 157
- 四、2014-2019年手机电视行业竞争策略分析 157
- 五、2014-2019年手机电视企业竞争策略分析 160

第九章 手机电视重点企业分析 168

第一节 中广传播公司 168

- 一、基本概况 168
- 二、竞争优势分析 169
- 三、2013-2014年经营状况 169
- 四、2014-2019年发展战略 170

第二节 广东南方广电传媒公司 171

- 一、基本概况 171

二、竞争优势分析	172
三、2013-2014年经营状况	173
四、2014-2019年发展战略	173
第三节 北京悦龙数字广播传媒科技有限责任公司	179
一、基本情况	179
二、竞争优势分析	179
三、2013-2014年经营状况	179
四、2014-2019年发展战略	179
第四节 中国联通	180
一、基本情况	180
二、竞争优势分析	180
三、2013-2014年经营状况	181
四、2014-2019年发展战略	188
第五节 中国移动	190
一、基本情况	190
二、竞争优势分析	191
三、2013-2014年经营状况	191
四、2014-2019年发展战略	192
第六节 杭州华数	195
一、基本情况	195
二、竞争优势分析	195
三、2013-2014年经营状况	197
四、2014-2019年发展战略	201
第七节 中国电信	203
一、基本情况	203
二、竞争优势分析	203
三、2013-2014年经营状况	209
四、2014-2019年发展战略	210
第八节 北京歌华有线电视网络股份有限公司	211
一、基本情况	211
二、竞争优势分析	212
三、2013-2014年经营状况	212

四、2014-2019年发展战略 212

第九节 上海东方龙 213

一、基本情况 213

二、竞争优势分析 213

三、2013-2014年经营状况 213

四、2014-2019年发展战略 214

第十节 东方明珠 214

一、基本情况 214

二、竞争优势分析 214

三、2013-2014年经营状况 216

四、2014-2019年发展战略 217

第十一节 京视传媒 218

一、基本情况 218

二、竞争优势分析 218

三、2013-2014年经营状况 218

四、2014-2019年发展战略 219

第十章 2013-2014年中国手机电视区域发展透析 220

第一节 东北地区 220

一、辽宁 220

二、吉林 220

三、黑龙江 220

第二节 华北沿海地区 221

一、北京 221

二、天津 221

三、河北 221

四、山东 222

第三节 黄河中游地区 222

一、河南 222

二、山西 222

三、陕西 223

四、内蒙古 223

第四节 华东沿海地区 223

一、上海 223

二、江苏 224

三、浙江 224

第五节 华南沿海地区 224

一、福建 224

二、广东 225

三、广西 225

四、海南 225

第六节 长江中游地区 225

一、湖北 226

二、湖南 226

三、江西 226

四、安徽 226

第七节 西南地区 227

一、重庆 227

二、四川 227

三、贵州 227

四、云南 228

第八节 西北地区 228

一、甘肃 228

二、青海 228

三、宁夏 229

第四部分 手机电视行业发展趋势分析

第十一章 中国手机电视产业趋势分析 230

第一节 2013年手机电视产业发展趋势 230

一、中国电视传媒发展的方向分析 230

二、2011-2013年手机电视发展趋势 231

三、2014年电视广告形势的预测 233

四、“十二五”广电行业规划及影响 235

第二节 手机电视产业走向分析 238

一、电视传媒产业动力机制 238

二、电视节目创新趋势 241

三、电视节目策划趋势 243

四、电视新闻发展趋势 244

第三节 手机电视产业运行趋势 248

一、传播趋势 248

二、运营的创新 250

三、整合营销方式 254

四、产业链模式 254

五、开展SP业务策略 256

六、节目体系的创新 257

第四节 中国手机电视的转型与创新 258

一、影响手机电视转型的因素 258

二、手机电视转型的内涵 260

第十二章 手机电视行业发展趋势预测 262

第一节 2014-2019年手机电视市场趋势分析 262

一、2013-2014年手机电视市场趋势总结 262

二、2014-2019年手机电视发展趋势分析 262

三、2014-2019年手机电视市场发展空间 264

四、2014-2019年手机电视产业政策趋向 264

五、2014-2019年手机电视价格走势分析 265

第二节 2014-2019年手机电视市场预测 265

一、2014-2019年手机电视市场结构预测 265

二、2014-2019年手机电视市场需求前景 267

三、2014-2019年手机电视市场价格预测 268

四、2014-2019年手机电视行业集中度预测 268

第五部分 手机电视行业投资价值分析

第十三章 手机电视行业投资现状分析 269

第一节 2013年手机电视行业投资情况分析 269

第二节 2013年手机电视行业投资情况分析 269

第十四章 手机电视行业投资环境分析 271

第一节 经济发展环境分析 271

- 一、2013年我国宏观经济运行情况 271
- 二、2014-2019年我国宏观经济形势分析 278
- 三、2014-2019年投资趋势及其影响预测 281

第二节 政策法规环境分析 283

- 一、2013年手机电视行业政策环境 283
- 二、2013年国内宏观政策对其影响 283
- 三、2013年行业产业政策对其影响 283

第三节 社会发展环境分析 287

- 一、国内社会环境发展现状 287
- 二、2013年社会环境发展分析 289
- 三、2014-2019年社会环境对行业的影响分析 291

第十五章 手机电视行业投资机会与风险 294

第一节 手机电视行业投资效益分析 294

- 一、2013-2014年手机电视行业投资状况分析 294
- 二、2014-2019年手机电视行业投资效益分析 294
- 三、2014-2019年手机电视行业投资趋势预测 294
- 四、2014-2019年手机电视行业的投资方向 295
- 五、新进入者应注意的障碍因素分析 295

第二节 影响手机电视行业发展的主要因素 296

- 一、2014-2019年影响手机电视行业运行的有利因素分析 296
- 二、2014-2019年影响手机电视行业运行的稳定因素分析 296
- 三、2014-2019年影响手机电视行业运行的不利因素分析 297
- 四、2014-2019年我国手机电视行业发展面临的挑战分析 297
- 五、2014-2019年我国手机电视行业发展面临的机遇分析 299

第三节 手机电视行业投资风险及控制策略分析 301

- 一、2014-2019年手机电视行业市场风险及控制策略 301
- 二、2014-2019年手机电视行业政策风险及控制策略 301
- 三、2014-2019年手机电视行业经营风险及控制策略 302

四、2014-2019年手机电视同业竞争风险及控制策略 302

五、2014-2019年手机电视行业其他风险及控制策略 302

第十六章 手机电视行业投资战略研究 304

第一节 手机电视行业发展战略研究 304

一、战略综合规划 304

二、业务组合战略 304

三、区域战略规划 308

四、产业战略规划 317

五、营销品牌战略 319

六、竞争战略规划 321

第二节 对手机电视品牌的战略思考 324

一、企业品牌的重要性 324

二、手机电视实施品牌战略的意义 325

三、手机电视企业品牌的现状分析 329

四、手机电视企业的品牌战略 330

五、手机电视品牌战略管理的策略 330

第三节 投资建议 332

一、2014-2019年手机电视行业投资战略 332

二、2014-2019年细分行业投资战略 333

第十七章 手机电视行业发展策略分析 337

第一节 手机电视活动营销策略 337

一、活动营销概述 337

二、活动营销现状 338

三、活动营销问题 340

四、活动营销策略 343

第二节 手机电视广告经营的品牌化战略 347

一、理念定位 347

二、机制创新 347

三、形象整合 349

第三节 电视新闻在新媒体环境下的发展策略 349

- 一、数字化浪潮下的新媒体时代 349
- 二、新媒体环境下电视新闻的外延 350
- 三、新媒体下的电视新闻制胜路径 352
- 第四节 传统电视的新媒体发展策略 354
 - 一、新媒体对传统电视的影响 354
 - 二、传统电视的新媒体发展策略 360
 - 三、手机电视经营战略转型分析 365

图表目录

- 图表：全球网络下载速度澳大利亚居首 14
- 图表：手机电视产业链 95
- 图表：手机电视产业运行流程 97
- 图表：2012-2013年网络视频用户数及使用率 106
- 图表：2012-2013年手机网络视频用户数及使用率 107
- 图表：2011-2012年卫星全天平均市场份额排名 117
- 图表：2011-2012年省级卫视全天平均市场份额比例 117
- 图表：2013年中国省级卫视收视率排名 123
- 图表：2012年和2013年一季度同期晚间黄金段TOP20电视剧收视率 124
- 图表：2012年和2013年一季度同期晚间黄金段TOP50电视剧卫视分布统计数据 124
- 图表：2012年和2013年一季度同期晚间黄金段TOP50电视剧卫视分布统计图 125
- 图表：2012年和2013年一季度同期晚间黄金段TOP20电视剧卫视分布统计 126
- 图表：2012年和2013年一季度同期晚间黄金段TOP20电视剧卫视分布统计 127
- 图表：2012年和2013年一季度同期晚间黄金段各大卫视入围TOP20电视剧比例分布统计 127
- 图表：手机电视业务准入情况 129
- 图表：中国移动手机电视业务类型及合作伙伴 133
- 图表：中国联通手机电视分发业务种类 135
- 图表：中国移动互联网视频类APP总下载类 137
- 图表：视频类APPtop5下载量 137
- 图表：2011-2013年中国联通成长能力指标分析 185
- 图表：2011-2013年中国联通盈利能力指标分析 186
- 图表：2011-2013年中国联通盈利质量指标分析 186
- 图表：2011-2013年中国联通运营能力指标分析 186

图表：2011-2013年中国联通财务风险指标分析 186

图表：2013年中国联通资产负债表 187

图表：2013年中国联通利润表 187

图表：2013年中国联通现金流量表 188

图表：2013年华数传媒主营构成分析 198

图表：2011-2013年华数传媒成长能力指标分析 198

图表：2011-2013年华数传媒盈利能力指标分析 198

图表：2011-2013年华数传媒盈利质量指标分析 198

图表：2011-2013年华数传媒运营能力指标分析 199

图表：2011-2013年华数传媒财务风险指标分析 199

图表：2013年华数传媒资产负债表 199

图表：2013年华数传媒利润表 200

图表：2013年华数传媒现金流量表 201

图表：2013年前三季度移动互联网东北沿海地区视频类APP下载量 220

图表：2013年前三季度移动互联网华北沿海地区视频类APP下载量 221

图表：2013年前三季度移动互联网黄河中游地区视频类APP下载量 222

图表：2013年前三季度移动互联网华东沿海地区视频类APP下载量 223

图表：2013年前三季度移动互联网华南沿海地区视频类APP下载量 224

图表：2013年前三季度移动互联网长江中游地区视频类APP下载量 225

图表：2013年前三季度移动互联网西南地区视频类APP下载量 227

图表：2013年前三季度移动互联网西北地区视频类APP下载量 228

图表：用户付费业务盈利模式 251

图表：免费业务盈利模式 251

图表：手机电视投票业务盈利模式 252

图表：手机电视购物业务盈利模式 252

图表：区域发展战略咨询流程图 314

图表：区域SWOT战略分析图 316

图表：品牌在不同阶段品牌的特点图 327

o:p p n J /p>

图表目录

图表：2009-2014年世界经济增长趋势 17

图表：2009-2014年世界商品贸易增长趋势	20
图表：1990-2012年全球直接投资主要指标	21
图表：我国微波通信设备品牌企业情况概览	31
图表：2006-2013年国内生产总值及其增长速度	35
图表：2012-2013年国内生产总值增长速度（累计同比）	35
图表：2008-2013年社会消费品零售总额及其增长速度	37
图表：2012-2013年全国人口变化	48
图表：2012-2013年中国人口性别变化	48
图表：2012-2013年中国人口各年龄段变化	49
图表：2012-2013年中国人口城乡结构变化	49
图表：2012-2013年全国人户分离人口变化	50
图表：2012-2013年全国流动人口变化	50
图表：2012-2013年中国农村人均收入变化	51
图表：2012-2013年中国城镇人均收入变化	51
图表：2012-2013年中国恩格尔系数变化情况	52
图表：2012-2013年全国参加城镇职工基本养老保险情况	52
图表：2012-2013年全国参加城镇基本医疗保险情况	53
图表：2012-2013年中国参加失业保险情况	53
图表：2012-2013年中国参加工伤保险情况	54
图表：2012-2013年中国参加生育保险情况	54
图表：2012-2013年中国农村扶贫对象人数情况	55
图表：2012-2013年全国艺术系统情况	72
图表：2012-2013年全国影视制作情况	72
图表：2012-2013年全国出版物情况	73
图表：2012下半年微波通信上游原材料全国各月产量	84
图表：2011-2012年我国主要电子元器件产量变化	86
图表：2012年微波通信周边附属产业产量表	87
图表：2008-2012年全球移动通信设备市场容量	88
图表：2008-2012年全球移动基站设备市场容量	89
图表：2008-2012年全球基站天线市场容量	90
图表：2008-2012年全球微波天线市场容量	91
图表：2009-2013年通信设备工业总产值	92

图表：2009-2013年通信设备主营业务收入	93
图表：2009-2013年（中小）PDH设备需求	94
图表：2009-2013年SDH设备需求	94
图表：光纤、微波传输方式比较	96
图表：2009-2013年通信设备出口总额	119
图表：2009-2013年通信设备出口总额增长情况	119
图表：2009-2013年通信设备进口总额	120
图表：2009-2013年通信设备进口总额增长情况	120
图表：2009-2013年微波通信设备产量	121
图表：2009-2013年微波通信设备产量增长情况	121
图表：2009-2013年微波终端机产量	122
图表：2009-2013年微波终端机产量增长情况	122
图表：2009-2013年北京市微波通信设备产量	123
图表：2009-2013年天津市微波通信设备产量	123
图表：2009-2013年浙江省微波通信设备产量	124
图表：2009-2013年安徽省微波通信设备产量	124
图表：2009-2013年福建省微波通信设备产量	125
图表：2009-2013年广东省微波通信设备产量	125
图表：2009-2013年广西省微波通信设备产量	126
图表：2009-2013年重庆市微波通信设备产量	126
图表：2009-2013年陕西省微波通信设备产量	127
图表：2009-2013年通信设备企业数变动情况	128
图表：2009-2013年通信设备全部从业人员平均人数	129
图表：2009-2013年通信设备全部从业人员平均人数增长情况	129
图表：2009-2013年通信设备资产合计变动情况	130
图表：2009-2013年通信设备资产合计增长情况	130
图表：2009-2013年通信设备产成品存货变动情况	131
图表：2009-2013年通信设备产成品存货同比变动情况	131
图表：2009-2013年微波通信设备销售收入	132
图表：2009-2013年微波通信设备销售收入增长情况	132
图表：2009-2013年通信设备工业销售产值	133
图表：2009-2013年通信设备销售产值增长情况	133

图表：2009-2013年微波通信设备销售成本	134
图表：2009-2013年微波通信设备销售成本增长情况	134
图表：2009-2013年微波通信设备营业费用	135
图表：2009-2013年微波通信设备营业费用增长情况	135
图表：2009-2013年微波通信设备管理费用	136
图表：2009-2013年微波通信设备管理费用增长情况	136
图表：2009-2013年微波通信设备利润总额	137
图表：2009-2013年微波通信设备利润总额增长情况	137
图表：华为公司财务概要	139
图表：2009-2013年中兴通讯成长能力	142
图表：2009-2013年中兴通讯盈利能力	142
图表：2009-2013年中兴通讯盈利质量指标	142
图表：2009-2013年中兴通讯运营能力	142
图表：2009-2013年中兴通讯财务风险指标	143
图表：2012-2013年京信通信财务指标	146
图表：2012-2013年京信通信财务摘要	146
图表：2013年NEC公共业务情况	154
图表：2013年NEC企业业务情况	154
图表：2013年电信运营商业务情况	154
图表：2013年系统平台业务	155
图表：2013年NEC其他业务情况	155
图表：2013年上海普天邮通科技股份有限公司主营构成	161
图表：2013年广东盛路通信科技股份有限公司主营构成	163
图表：2013年奥维通信股份有限公司主营构成	172
图表：2013年南京熊猫电子股份有限公司主营构成	173
图表：2013年烽火通信科技股份有限公司主营构成	185
图表：2013年南京普天通信股份有限公司主营构成	186
图表：2013年大唐电信科技股份有限公司主营构成	193
图表：2013年中国联通公司主营构成	195
图表：2014-2019年中国微波通信设备市场规模预测	209
图表：2009年各个通信设备厂商的无线通信设备全球市场份额	214
图表：通信设备制造企业的SWOT分析	241

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shouji/P28941MK4U.html>