

# 2014-2018年中国手持电视 行业竞争状况分析及投资策略研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2014-2018年中国手持电视行业竞争状况分析及投资策略研究报告》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.cction.com/report/201402/101769.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

通过《2014-2018年中国手持电视行业竞争状况分析及投资策略研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

在数据处理方面，报告以调研数据和国家统计局数据、海关进出口数据、公司调研数据等为基础数据，为保证报告的翔实、准确可靠、数据之间具有可比性，报告对统计样本数据进行必要的筛选、分组，将宏观样本数据、微观样本数据紧密结合,并采用定量分析为主（包括经济统计模型的应用），定量与定性分析相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息。同时采用统计图表等多种形式将分析结果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度为企业提供系统完整的参考信息，同时也增加了报告研究结论的客观性和可靠性。

### 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分析

#### 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、手持电视的技术体系

##### 四、手持电视的运营

#### 第三节 手持电视业务范畴及业务特点

##### 一、手持电视业务范畴

##### 二、手持电视业务特点

##### 三、专业术语及研究范畴

#### 第四节 CMMB终端相关概述

##### 一、CMMB终端分类

##### 二、CMMB加密终端形态

##### 三、CMMB终端发展战略

## 第二章2013年国际手持电视市场发展状况分析

### 第一节 2013年世界手持电视产业运营环境分析

### 第二节 2013年世界手持电视产业发展现状分析

#### 一、世界手持电视技术分析

#### 二、国际品牌争食手持电视市场

#### 三、全球手持电视运营市场分析

#### 四、全球手机电视用户规模

#### 五、全球手机电视推广及普及应用情况

### 第三节 2013年欧洲手持电视市场发展情况分析

#### 一、欧洲手机电视市场发展现状

#### 二、欧洲数字广播式手持电视市场发展情况分析

#### 三、欧盟确立手机电视标准

### 第四节 2014-2018年世界手持电视产业发展趋势分析

## 第三章2013年世界部分国家手持电视产业运营现状及经验借鉴

### 第一节 美国

#### 一、美国手机电视业务经营分析

#### 二、美国手机电视市场升温

#### 三、美国普及手机电视分析

#### 四、美国手机电视发展瓶颈分析

### 第二节 日本

#### 一、日本手机电视快速发展的诀窍

#### 二、日本手持电视产业规模分析

#### 三、日本两大运营商爆发手机电视标准战

### 第三节 韩国

#### 一、韩国手持电视发展概况

#### 二、韩国移动流媒体手机电视市场发展分析

#### 三、韩国数字广播式手持电视市场发展分析

## 第四章 中国手持电视行业发展环境分析

### 第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2013年中国宏观经济发展预测分析第二节 中国手持电视行业政策环境分析

## 第五章 2013年中国手持电视市场发展态势分析

### 第一节 2013年中国手持电视市场总况

- 一、市场进入关键期需上下游合作
- 二、手持电视信号覆盖城市分析
- 三、中国手持电视行业发展基本状况及影响因素
- 四、手持电视发展要走差异化道路

### 第二节 2013年中国手持电视分地区发展状况

- 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、2013年五台山风景区CMMB手持电视信号开通

### 第三节 2013年我国手机电视面临的问题分析

- 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 2013年中国手持电视产业市场运营状况分析

### 第一节 2013年中国手持电视产业市场综述

- 一、中国手持电视市场规模分析
- 二、中国手持电视用户规模分析
- 三、中国手持电视用户结构分析
- 四、手持电视潜在用户市场分析
  - 1、娱乐
  - 2、通信
  - 3、资讯

### 第二节 2013年中国手持电视市场现状分析

- 一、中国手持电视终端市场规模初显
- 二、中国手持电视大悬念解析
- 三、中国手持电视终端芯片市场现状分析
- 第三节 2013年中国手持电视产业市场动态分析
  - 一、爱华手持电视获CMMB优秀终端奖
  - 二、中国手持电视覆盖率分析
  - 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 中国手持电视市场主要影响因素分析

### 第一节 有利因素

- 一、潜在用户数量巨大
- 二、手持电视技术日益成熟
- 三、广电新媒体移动增值业务发展需要
- 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 2013年中国手持电视市场调查状况

### 第一节 2013年中国手持电视用户基本特征分析

- 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、用户区域构成
- 六、用户普及率

### 第二节 2013年中国手持电视用户行为

- 一、产品认知
- 二、产品内容

三、产品比较优势

四、使用习惯

第三节 2013年中国手持电视终端购买和使用行为

一、了解购买渠道

二、购买原因分析

三、使用频率分析

四、用户满意率分析

第九章 2013年中国手持电视的技术及实现方式分析

第一节 基于移动蜂窝网络技术

一、流媒体技术

二、蜂窝网广播技术

三、MBMS技术

四、BCMCS技术

第二节 基于地面广播电视网络的技术

一、DVB-H

二、T-DMB

三、MediaFLO

四、ISDB-T

第三节 基于卫星广播网络的技术

一、S-DMB

二、CMMB

第四节 各种实现方式的优缺点比

一、种不同技术的特点

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标准的优缺点分析

第五节 不同技术的应用情况

一、欧洲

二、美国

三、日本、韩国

四、各项手机电视承载技术的试验情况

## 第十章 2013年中国手持电视产业链分析

### 第一节 内容流通环节

一、内容提供商

二、频道运营商

三、广电运营商

四、SP

五、电信运营商

### 第二节 终端生产环节

一、芯片厂商

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 2013年基于移动蜂窝网络的手持电视产业链分析

### 第七节 基于广播网络的手持电视产业链分析

## 第十一章 2013年中国手持电视产业链及企业竞争状况

### 第一节 技术标准的竞争状况

一、手机电视标准竞争

二、CMMB技术标准竞争

三、TMMB技术标准竞争

### 第二节 芯片厂商竞争状况

一、CMMB芯片竞争状况

二、CA芯片竞争状况

### 第三节 终端厂商竞争状况

- 一、诺基亚
- 二、韩国星电子公司
- 三、北京天宇朗通通信设备有限责任公司
- 四、联想移动通信科技公司
- 五、多普达通讯有限公司

#### 第四节 业务运营商竞争状况

- 一、中广移动卫星广播有限公司
- 二、中国移动通信集团公司
- 三、中国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状况

- 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、北京风网信息技术有限公司

## 第十二章 2013年中国手持电视商业模式分析

### 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、盈利空间分析
- 四、商业模式发展演绎

### 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、盈利空间分析
- 四、商业模式发展演绎

### 第三节 融合模式

- 一、商业模式特征
- 二、产品及市场定位
- 三、盈利空间分析
- 四、商业模式发展演绎

## 第四节 2013年中国手持电视商业运营模式比较

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

## 第十三章 国内三家数字广播式手持电视运营商案例分析

### 第一节 南方传媒

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

## 第十四章 2013年中国手持电视业务模式分析

- 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 2013年中国手持电视运营分析
  - 一、目标人群
  - 二、运营模式
  - 三、赢利模式
- 第五节 2013年中国手机电视业务模式的分析
  - 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

图表目录：

- 图表：国内生产总值同比增长速度
- 图表：全国粮食产量及其增速
- 图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
- 图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
- 图表：进出口总额（亿美元）
- 图表：广义货币（M2）增长速度（%）
- 图表：居民消费价格同比上涨情况
- 图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
- 图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
- 图表：农村居民人均收入实际增长速度
- 图表：人口及其自然增长率变化情况
- 图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
- 图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）
- 图表：2013年中国GDP增长预测
- 图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201402/101769.html>