

# 2017-2022年中国手机视频 行业监测及投资机遇预测报告

## 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

《2017-2022年中国手机视频行业监测及投资机遇预测报告》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/201611/138683.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

报告目录：

第一篇 手机视频环境篇

第一章 手机视频相关概述

第一节 手机视频产业链

一、手机视频内容提供商

二、手机视频移动网络（GPRS、EDGE、3G、Wifi等网络）

三、手机终端

第二节 手机视频格式

一、3GPP格式

二、MPEG

三、\*.RM

第三节 手机视频收看方式

一、视频下载观

二、即时接收观看

第四节 手机视频其它阐述

一、手机视频转换的通用参数

二、手机视频转码方式的对比

三、主流手机视频播放性能对照表

第二章 2014-2016年世界手机视频行业整体运营状况分析

第一节 2014-2016年世界手机视频领域运行环境浅析

一、世界手机产销情况

二、世界手机浏览器市场透析

三、全球手机电视现状分析

第二节 2014-2016年世界手机视频行业市场格局

一、世界手机视频市场亮点分析

二、世界手机视频用户规模

三、世界手机视频市场发展动态分析

第三节 2017-2022年世界手机视频服务前景预测分析

### 第三章 2014-2016年全球重点国家手机视频业务市场透析

#### 第一节 美国手机视频市场

- 一、美国手机视频收入分析
- 二、美国手机视频用户分析
- 三、美国手机视频需求分析
- 四、美国手机视频盛业模式

#### 第二节 韩国手机视频市场

- 一、韩国手机视频发展状况
- 二、韩国手机视频商业模式
- 三、韩国手机视频运营情况
- 四、韩国手机视频发展的启示

#### 第三节 欧洲手机视频市场

- 一、欧洲手机电视开发的成果
- 二、欧洲手机电视开发的策略
- 三、欧洲手机电视开发的不足
- 四、欧洲手机电视关注的焦点
- 五、欧洲手机电视开发模式的启示
- 五、视频应用在欧美手机市场份额增大

#### 第四节 中国手机视频市场

- 一、手机电视市场发展现状分析
- 二、手机视频娱乐业务发展现状分析
- 三、中国手机影视市场规模
- 四、手机视频影响因素分析
- 五、国外手机视频内容研发的实践与创新
- 六、国外经验借鉴

### 第四章 2014-2016年中国手机视频产业运行环境解究

#### 第一节 2014-2016年中国手机视频政策环境

- 一、我国信息产业五年规划
- 二、我国电信管理法规
- 三、我国邮电通信业税收政策
- 四、电视手机的标准及挑战

## 第二节 2014-2016年中国手机视频技术环境

- 一、中国手机发展方向
- 二、多媒体手机技术发展
- 三、手机电视技术与应用的发展

## 第三节 2014-2016年中国手机视频业务社会环境分析

- 一、手机客户端市场商业模式分析
- 二、全球免费手机电视用户情况
- 三、3G市场对手机市场的影响

## 第四节 2014-2016年中国宏观经济环境分析

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

## 第二篇 中国手机视频动态聚焦

### 第五章 2014-2016年中国手机视频行业市场运行态势剖析

#### 第一节 2014-2016年中国手机视频行业动态聚焦

- 一、中国最大手机视频基地在上海开建 总投资达五亿元
- 二、中移动推手机视频整合营销活动

#### 第二节 2014-2016年中国手机视频市场现状综述

- 一、中国手机视频业务市场规模
- 二、中国手机视频布局开始

#### 第三节 2016年中国手机视频产业面临的壁垒

### 第六章 2014-2016年中国手机视频用户调研

#### 第一节 用户特征

- 一、年龄
- 二、性别

三、学历

四、从业性质

五、地区

第二节 用户行为分析

一、产品认知

二、产品内容

三、产品比较优势

四、使用习惯

第三篇 商业模式运作监测

第七章 2014-2016年中国手机视频商业模式调研

第一节 手机电视商业模式分析

一、移动运营商单独运营模式

二、广播公司单独运营模式

三、合作运营模式

第二节 手机视频的业务模式（内容来源的角度划分）

一、电影公司主导模式

二、视频许可企业主导模式

三、用户主导模式

第三节 手机视频商业模式分析

一、手机视频服务与商业模式

二、3G时代手机视频商业模式

三、手机视频监控商业模式分析

第四节 手机电视商业模式透析

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、定价模式

七、推广模式

## 第八章 手机视频商业模式可行性评估

### 第一节 以无线移动通信技术为基础的商业模式

#### 一、模式特征

#### 二、可行性分析

### 第二节 以数字无线广播技术为基础的商业模式

#### 一、模式特征

#### 二、可行性分析

### 第三节 融合运营商业模式

#### 一、模式特征

#### 二、可行性分析

### 第四节 手机电视商业模式可行性评估

#### 一、商业模式介绍

#### 二、盈利方式分析

#### 三、可操作性分析

#### 四、政策风险分析

### 第五节 3G手机视频网站模式商业化可行性探讨

## 第九章 手机视频产业典型商业模式现状研究

### 第一节 运营商为主导

#### 一、商业模式内涵

#### 二、商业模式的发展现状

#### 三、商业模式面临的问题

#### 四、商业模式发展前景

### 第二节 PC视频为主导

### 第三节 内容商位主导

### 第四节 SP为主导

## 第十章 2014-2016年国内外手机视频典型商业模式解构

### 第一节 中国移动

#### 一、企业概况

#### 二、发展战略

#### 三、经营状况

#### 四、手机视频动态

#### 五、中移动手机视频用户年增长情况

##### 第二节 激动网

##### 第三节 优酷网

##### 第四节 空中网

##### 第五节 3G门户

##### 第六节 乐视网

### 第十一章 2014-2016年中国手机视频内容提供商运营情况分析

#### 第一节 电视台

##### 一、上海文广

###### 1、发展背景及历程

###### 2、节目内容

###### 3、业务范围

##### 二、中央电视台

##### 三、广东南方传媒

##### 四、中央广播电台

##### 五、国际台（国视通讯）

##### 六、热度传媒

#### 第二节 通讯社

##### 一、新华社

##### 二、华文新闻通讯社

#### 第三节 独立的内容制造商

##### 一、东方龙

###### 1、发展背景及历程

###### 2、节目内容

###### 3、支持终端

###### 4、业务范围

##### 二、空中网

##### 三、北京风网

##### 四、乐视移动



## 第四篇 手机视频关联产业透析

### 第十二章 2014-2016年中国手机浏览器产业深度剖析

#### 第一节 2014-2016年中国手机浏览器行业发展概述

- 一、手机浏览的主要模式
- 二、3G推动中国手机浏览器行业兴起
- 三、国内第三方手机浏览器市场发展状况分析
- 四、国内手机浏览器行业平台化发展态势明显

#### 第二节 2014-2016年中国手机浏览器行业发展分析

- 一、中国手机浏览器市场运行特点回顾
- 二、我国手机浏览器行业市场规模快速增长
- 三、我国手机浏览器市场用户规模分析

#### 第三节 2014-2016年中国手机浏览器行业竞争综况分析

- 一、手机浏览器的主要竞争者及进入门槛
- 二、我国手机浏览器市场竞争概况
- 三、“入口优势”成为手机浏览器行业竞争的导火索
- 四、我国手机浏览器行业竞争焦点逐渐转移
- 五、我国手机浏览器行业推广渠道竞争日趋明显

#### 第四节 2014-2016年中国主流手机浏览器透析

- 一、Opera手机浏览器
- 二、爱可信NF手机浏览器
- 三、UC WEB手机浏览器
- 四、QQ手机浏览器
- 五、GO手机浏览器
- 六、其它手机浏览器

### 第十三章 2014-2016年中国手机电视产业发展新格局探析

#### 第一节 手机电视完整产业链

- 一、产业链结构分析
- 二、内容提供商
- 三、服务提供商
- 四、移动运营商
- 五、系统技术支持商

六、终端设备制造商

七、用户消费群

第二节 2014-2016年中国手机电视发展总况

一、中国手机电视市场初具规模

二、手机电视在中国市场日渐渗透

三、中国手机电视业务的实践探索

四、中国手机电视市场竞争异常激烈

第三节 2014-2016年中国手机电视市场动态聚焦

一、国标统一手机电视产业发展迎来破局

二、国内手机电视终端市场迅速扩张

三、国内终端厂商逐鹿手机电视市场

四、3G助力手机电视业务发展

五、CMMB手机电视的发展

六、中国手机电视产业存在的问题

第四节 2014-2016年中国手机电视领域主体分析

一、手机电视市场的用户分析

1、手机电视用户特征

2、手机电视用户行为

二、手机电视的商业运营分析

1、运营商分析

2、内容提供商分析

3、系统厂商分析

4、终端厂商分析

第五篇 手机视频市场前景与投资价值点评

第十四章 2017-2022年中国手机视频行业发展趋势与前景展望

第一节 2017-2022年中国手机视频行业发展前景分析

一、未来手机应用视频受追捧直播前景最好

二、手机视频监控前景

三、手机视频网站的前景

第二节 2017-2022年中国手机视频业务的发展趋势浅谈

第三节 2017-2022年中国手机视频行业市场预测分析

一、中国手机视频市场规模预测分析

二、中国手机视频用户规模预测

第四节 2017-2022年中国手机视频市场盈利预测分析

第十五章 2017-2022年中国手机视频商业模式发展建议

第一节 商业模式策略性建议

一、3G手机电视发展策略建议

二、手机视频行业发展建议

三、对运营商发展的建议

第二节 商业模式运营性建议

一、运营模式策略建议

二、政策管制方面建议

三、运营主要环节 建议

四、手机终端方面建议

五、内容及收费的建议

第十六章 2017-2022年中国手机视频行业投资价值研究

第一节 2014-2016年中国手机视频领域投资概况

一、中国手机视频投资环境分析

二、中国手机视频投资关注情况

三、中国手机视频资金投入情况

第二节 2017-2022年中国手机视频行业投资机会分析

一、国内手机娱乐视频产业发展机遇分析

二、手机视频投资热点分析

三、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2017-2022年中国手机视频行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、技术风险

四、市场运营机制风险

第四节 专家投资建议

图表目录：

图表：2005-2016年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2016年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2016年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2016年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2016年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010-2016年我国工业增加值增速统计

图表：2005-2016年我国全社会固定资产投资额走势图（2016年不含农户）

图表：2005-2016年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：2005-2016年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2016年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2016年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2006-2016年我国人口及其自然增长率变化情况

图表：各年龄段人口比重变化情况

图表：2014-2016年中国手机视频用户性别分布情况

图表：2014-2016年中国手机视频用户年龄分布情况

图表：2014-2016年中国手机视频用户上网时长

图表：2014-2016年中国手机上网用户不使用手机视频的原因

图表：2014-2016年中国手机视频用户使用的手机视频业务

图表：2014-2016年中国手机视频用户经常访问的手机视频网站

图表：2014-2016年中国手机视频用户愿意付费的手机视频节目

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201611/138683.html>