

2017-2022年中国手机电视 市场监测及投资前景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2017-2022年中国手机电视市场监测及投资前景评估报告》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/201709/142007.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

手机电视（Mobile TV），手机电视就是利用具有操作系统和流媒体视频功能的智能手机观看电视的业务。

中企顾问网发布的《2017-2022年中国手机电视市场监测及投资前景评估报告》共八章。首先介绍了手机电视行业市场发展环境、手机电视整体运行态势等，接着分析了手机电视行业市场运行的现状，然后介绍了手机电视市场竞争格局。随后，报告对手机电视做了重点企业经营状况分析，最后分析了手机电视行业发展趋势与投资预测。您若想对手机电视产业有个系统的了解或者想投资手机电视行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

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 2016-2016年手机电视市场发展现状

一、2016年中国手机电视终端市场迅速扩张

二、2016年中国免费手机电视成定制热点

三、2016年手机电视国内24省份正式上线

四、2016年中国移动手机电视业务G3正式商用

五、2016年中国手机电视业务竞争格局分析

六、2016年中国手机电视终端厂商竞争分析

七、2016年中国手机电视突破垄断进军国外市场

第三节 4G助力手机电视业务发展

一、4G技术的基本介绍

二、4G技术为手机电视发展带来良机

三、4G时代加快手机电视发展速度分析

四、4G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、CMMB手机电视面临的局面剖析

二、2016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 Media模式分析
- 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 2017-2022年手机电视产业发展前景分析

第一节 2017-2022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、2017-2022年全球手机电视市场规模预测

三、2017-2022年全球手机电视用户规模预测

第二节 2017-2022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、2017-2022年中国手机电视市场规模预测

四、2016年基础用户与增值业务用户规划

五、2017-2022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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201709/142007.html>