

2020-2026年中国手机视频 行业分析与市场年度调研报告

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

《2020-2026年中国手机视频行业分析与市场年度调研报告》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/202008/180695.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

手机视频是指基于移动网络（GPRS、EDGE、3G、Wifi等网络），通过手机终端，向用户提供影视、娱乐、原创、体育、音乐等各类音视频内容直播、点播、下载服务的业务。手机视频通常需要对原始视频源进行转码、使其适合于手机观看，手机视频转码方式主要有二种：离线转码和实时转码。离线转码是指事先对视频节目源按一定的格式、码率等进行转码处理，存储后供用户通过手机访问。实时转码是指手机用户对某个节目源发出观看请求，转码系统根据该请求，呈现给用户观看。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国手机视频行业分析与市场年度调研报告》共十六章。首先介绍了手机视频行业市场发展环境、手机视频整体运行态势等，接着分析了手机视频行业市场运行的现状，然后介绍了手机视频市场竞争格局。随后，报告对手机视频做了重点企业经营状况分析，最后分析了手机视频行业发展趋势与投资预测。您若想对手机视频产业有个系统的了解或者想投资手机视频行业，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 2019年全球手机视频市场状况分析

第一节 全球手机视频服务运营环境分析

第二节 2019年全球手机视频服务市场综述

一、全球手机视频用户规模分析

二、全球手机视频观看终端类型分析

三、全球手机视频用户对手机视频态度分析

第三节 2016-2019年全球手机视频的发展趋势

第二章 2019年全球手机视频市场现状及发展趋势剖析

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

五、美国手机视频市场发展数据简析

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、2016-2019年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

第三章2019年中国手机视频服务行业运行环境解析

第一节2019年中国手机视频政策环境

一、我国信息行业五年规划

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2019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2019年中国手机视频业务社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、中国手机频及应用情况

第四节2019年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第四章 2019年中国手机视频行业发展状况

第一节 中国手机视频行业链分析

第二节 2019年中国手机视频业务推动因素分析

一、网络提升拉动中国手机视频市场增长

二、成熟的业务模式拉动中国手机视频市场增长

三、智能手机拉动中国手机视频市场增长

第三节 2018中国手机视频市场状况分析

一、中国手机视频用户规模分析

二、中国手机视频门户市场占有率状况

三、中国手机视频市场收入规模分析

四、中国手机视频市场付费情况剖析

五、中国移动手机视频市场将爆发

第五章 2019年中国手机视频用户属性分析

第一节 2019年中国手机视频用户性别调查

第二节 2019年中国手机视频用户年龄调查

第三节 2019年中国手机视频用户地区分布调查

第四节 2019年中国手机视频用户使用运营商调查

第五节 2019年中国手机视频用户使用手机终端品牌调查

第六节 2019年中国手机视频用户月流量使用状况调查

第七节 2019年中国手机视频用户上网方式调查

第八节 2019年中国手机视频内容喜好类型调查

第九节 2019年中国手机用户使用手机视频服务频率调查

第十节 2019年中国手机视频用户观看视频场所调查

第十一节 2019年中国手机视频用户观看视频时段调查

第十二节 2019年中国手机视频用户收入状况调查

第十三节 2019年中国手机视频用户职业状况调查

第六章 2019年中国手机视频行为分析

第一节 2019年中国手机视频用户访问视频网站调查

第二节 2019年中国手机视频用户愿意付费的手机视频节目调查

第三节 用户对手机视频业务的了解渠道调查

第四节 2019年年中国手机用户没使用过手机视频服务原因调查

第五节 不考虑阻碍因素而愿意使用手机视频的用户意愿调查

第六节 2019年年中国手机用户使用过手机视频服务原因调查

第七节 中国手机视频用户关注内容类型状况分析

第八节 2019年年中国手机视频问题状况用户反映调查

第九节 2019年年中国手机视频用户下载手机视频的方式调查

第十节 手机视频用户和非手机视频用户的用户下载视频频率差异调查

第七章 手机视频应用—手机视频监控技术

第一节 手机视频监控技术介绍

第二节 2016-2019年中国手机视频监控业务市场规模状况研究

第三节 用户对手机视频监控认知调查

第四节 用户有无使用手机视频监控服务原因调查

第五节 用户对手机视频监控业务了解调查

第八章 2016-2019年中国手机视频商业模式分析

第一节 2016-2019年中国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2016-2019年中国手机视频业务模式分析

一、手机视频业务模式

二、手机视频用户特征

三、手机视频用户行为

第三节2016-2019年中国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2016-2019年中国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

第九章 2016-2019年中国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

第十章 2016-2019年中国手机视频行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

第十一章 中国手机视频门户研究分析

第一节 中国手机视频网站现状

第二节 土豆网

第三节 ku6网

第四节 激动网

第五节 优酷网

第六节 空中网

第七节 3G门户

第八节 乐视网

第九节 友度

第十节 中国移动

第十二章 2019年中国手机浏览器行业深度剖析

第一节 2019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 2016-2019年中国手机浏览器所属行业发展分析

一、2019年中国手机浏览器市场运行特点回顾

二、2019年我国手机浏览器所属行业市场规模快速增长

三、2019年我国手机浏览器市场用户规模分析

第三节 2019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 2019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 2019年中国手机电视行业发展新格局探析

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 2019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 2019年中国手机电视市场动态聚焦

一、国标统一手机电视行业发展迎来破局

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、中国手机电视行业存在的问题

第四节 2019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

第十四章 2016-2019年中国手机视频行业发展趋势与前景展望

第一节 2016-2019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 2016-2019年中国手机视频业务的发展趋势浅谈

第三节 2016-2019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 2016-2019年中国手机视频市场盈利预测分析

第十五章 2016-2019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 2016-2019年中国手机视频行业投资价值研究 （ ）

第一节 2019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 2016-2019年中国手机视频行业投资机会分析

- 一、国内手机娱乐视频行业发展机遇分析
- 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 2016-2019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 投资建议

图表目录：

图表：2016-2019年全球付费手机视频用户规模发展状况与预测

图表：2019年全球手机视频观看终端类型分析

图表：2016-2019年全球手机视频用户使用手机视频服务态度调查

图表：2016-2019年美国手机视频用户规模及占美国人口调查

图表：2016-2019年美国手机视频营收规模分析及预测

图表：2016-2019年中国手机视频市场用户规模预测

图表：2016-2019年中国手机视频市场收入规模预测

图表：2019年中国手机视频市场规模状况分析

图表：各类移动应用在中国的移动互联网用户中的普及率分析

图表：2019年中国各类移动应用的收入分布分

图表：中国手机视频产业链分析

图表：2019年中国手机视频问题状况用户反映调查

图表：2019年中国手机视频用户性别调查

图表：2019年中国手机视频用户年龄调查

图表：2019年中国手机视频用户地区分布调查

图表：2019年中国手机视频用户使用运营商调查

图表：2019年中国手机视频用户使用手机终端品牌调查

图表：2019年中国手机视频用户月流量使用状况调查

图表：2019年中国手机视频用户上网方式调查

图表：2019年中国手机视频内容喜好类型调查

图表：2019年中国手机用户使用手机视频服务频率调查

图表：2019年中国手机视频用户观看视频场所调查

图表：2019年中国手机视频用户观看视频时段调查

图表：2019年中国手机视频用户收入状况调查

图表：2019年中国手机视频用户职业状况调查

图表：2018中国手机视频用户访问视频网站调查

图表：2018中国手机视频用户愿意付费的手机视频节目调查

图表：2019年中国手机用户对手机视频业务的了解渠道调查

图表：2019年中国手机用户不使用过手机视频服务原因调查

图表：不考虑阻碍因素而愿意使用手机视频的用户意愿调查

图表：影响用户订阅手机视频的阻碍因素比较

图表：2019年中国手机用户使用过手机视频服务原因调查

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/180695.html>