



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国手机电视内容 提供商市场调研及发展趋势预测 报告

一、调研说明

《2011-2015年中国手机电视内容提供商市场调研及发展趋势预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/158928.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

摘要：

进入二十一世纪以来，随着我国国民经济的高速发展，我国手机电视内容提供商行业保持了多年高速增长，并随着我国加入WTO。近年来，手机电视内容提供商行业的出口也形势喜人。2008年，全球金融危机爆发，我国流苏包行业发展也遇到了一些困难，如国内需求下降，出口减少等，手机电视内容提供商行业普遍出现了经营不景气和利润下降的局面。2009年，随着我国经济刺激计划出台和全球经济走出低谷，我国手机电视内容提供商行业也逐渐从金融危机的打击中恢复，重新进入良性发展轨道。进入2010年，全球经济复苏的前景面临波折，国内经济结构调整的呼声逐渐升温，贸易保护主义的抬头，手机电视内容提供商行业中技术含量低的人力密集型企业，缺乏品牌的出口导向型企业面临发展危机，而注重培养品牌和技术创新能力较强的企业将占得先机。手机电视内容提供商行业企业如何面对新的经济环境和政策环境，制定适合当前形势和自身特点发展策略与竞争策略，是手机电视内容提供商行业企业在未来两年我国经济结构调整大潮中立于不败之地的关键。本报告也将从宏观和微观环境对我国手机电视内容提供商行业的发展现状，政策环境、竞争策略，投资前景，市场容量，进出口形势等方面进行全面而权威的分析。

本报告内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助手机电视内容提供商行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对手机电视内容提供商行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

第一章 2010年全球手机电视内容提供行业运行情况分析

第一节 2010年全球手机电视产业运行概况

一、全球手机电视用户规模分析

二、全球手机电视技术及业务分析

第二节 2010年全球手机电视内容提供运行概况

一、全球手机电视内容提供运行特点分析

二、全球手机电视业务发展现状透视

三、全球手机电视内容提供商市场分析

第三节 2010年全球手机电视内容提供商主要国家运行情况分析

一、印度

二、韩国

三、德国

第四节 2011-2015年全球手机电视内容提供商发展趋势分析

第二章 2010年中国手机电视内容提供商发展环境分析

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、2010年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2010年中国手机电视内容提供商发展政策环境分析

一、广播电视管理条例

二、互联网等信息网络传播视听节目管理办法

三、信息网络传播权保护条例

第三章 2010年中国手机电视产业形势分析

第一节 2010年中国手机电视发展概述

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

五、手机电视城市覆盖情况

六、手机电视运营模式确定

第二节 2010年手机电视市场发展现状

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、奥运因素下中国手机电视市场火爆

四、中国手机电视发展热点透析

五、国内终端厂商逐鹿手机电视市场

第三节 2010年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、中国手机电视发展存在的不足

三、中国手机电视产业面临的主要挑战

四、手机电视领域政府合作上面临的难题

五、中国手机电视亟待解决的重要问题

第四节 2010年中国手机电视产业发展的对策

一、促进手机电视业务发展的建议

二、手机电视产业持续增长的策略

三、手机电视发展壮大需要政策上的合作

四、中国手机电视业务发展的出路选择

五、中国手机电视的市场制胜策略探讨

六、手机电视产业发展的关键在于掌握核心技术

七、手机电视的营销策略分析

第四章 2010年中国手机电视内容提供商运行形势分析

第一节 2010年中国手机电视内容提供商发展概况

一、手机电视内容提供现状分析

二、手机电视内容提供技术分析

三、手机电视内容提供行业特征分析

第二节 2010年中国手机电视内容提供市场运行分析

一、手机电视内容提供商供给情况分析

二、手机电视内容提供商需求分析

三、手机电视内容提供市场供需平衡分析

第三节 2010年中国手机电视内容提供商存在的问题分析

第五章 2010年中国手机电视市场的用户调查分析

第一节 2010年中国手机电视用户特征

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 2010年中国手机电视用户行为

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 2010年中国手机网民调查分析

一、2010年手机网民概况

二、手机网民上网目的调查

三、手机网民年龄层次调查

四、手机网民学历层次调查

五、手机网民月收入调查

六、手机网民上网付费方式调查

七、手机网民上网频率调查

八、手机网民上网地点调查

九、手机网民手机上网时间调查

十、手机网民最常登陆网站调查

十一、手机网民各类移动增值服务调查

十二、手机网民对手机电视内容期望调查

十三、手机网民手机搜索信息需求调查

第六章 2010年中国手机电视内容提供商市场竞争格局分析

第一节 2010年中国手机电视内容提供商竞争现状分析

一、手机电视内容提供商技术竞争分析

二、手机电视内容提供商网络竞争分析

三、手机电视内容提供商设备竞争情况分析

四、手机电视内容提供商节目内容竞争分析

第二节 2010年中国重点城市手机电视内容提供商格局分析

一、北京

二、上海

三、广东

第三节 2010年中国手机电视内容提供商提升竞争力的策略分析

第七章 2010年中国手机电视内容服务商运营情况分析——电视台

第一节 上海文广

一、发展背景及历程

二、节目内容

三、业务范围

第二节 中央电视台

第三节 广东南方传媒

第四节 中央广播电台

第五节 国际台（国视通讯）

第六节 热度传媒

第七节 略……

第八章 2010年中国手机电视内容服务商运营情况分析——通讯社

第一节 新华社

一、公司基本概况

二、2010年运营情况分析

三、公司发展优势分析

第二节 华文新闻通讯社

一、公司基本概况

二、2010年运营情况分析

三、公司发展优势分析

第三节 略……

第九章 2010年中国手机电视内容服务商运营情况分析——独立的内容制造商

第一节 东方龙

一、发展背景及历程

二、节目内容

三、支持终端

四、业务范围

第二节 空中网

一、发展背景及历程

二、节目内容

三、支持终端

四、业务范围

第三节 北京风网

一、发展背景及历程

二、节目内容

三、业务范围

四、业务发展

第四节 乐视移动

一、发展背景及历程

二、节目内容

三、支持终端

四、业务范围

第五节 略……

第十章 2010年中国电信运营商行业运行态势分析

第一节 2010年中国电信运营商运行走势分析

一、电信运营商增值服务分析

二、电信运营商运行分析

三、电信运营商布局手机电视

第二节 2010年中国主要电信运营商手机电视分析

一、中国移动

二、中国联通

三、中国卫通

第三节 2011-2015年中国电信运营商发展趋势分析

第十一章 2011-2015年中国手机电视内容提供商发展前景预测分析

第一节 2011-2015年中国手机电视市场规模预测分析

一、2010年CMMB手机电视有望成为主流应用

二、中国手机电视用户规模发展预测分析

三、中国PDA、PMP用户情况预测分析

四、中国手机增值业务增长情况预测分析

第二节 2011-2015年中国手机电视内容提供商发展趋势分析

一、移动内容服务具有良好收益前景

二、手机视频内容市场前景分析

三、手机电视内容提供客户需求预测分析

第三节2011-2015年中国手机电视内容提供商盈利预测分析

第十二章 2011-2015年中国手机电视内容提供投资机会与风险分析

第一节 2011-2015年中国手机电视内容提供商投资环境分析

第二节 2011-2015年中国手机电视内容提供商投资机会分析

第三节 2011-2015年中国手机电视内容提供商投资风险分析

一、市场竞争风险

二、技术风险

三、政策风险

四、进入退出风险

第四节 专家建议

图表目录：（部分）

图表：韩国TUMedia公司股份分布情况

图表：TUMedia的手机电视服务组网方案图

图表：TUMedia公司提供的终端种类

图表：TU Media公司提供的内容服务

图表：TUMedia手机电视用户的性别构成情况

图表：TUMedia手机电视用户的年龄构成情况

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年年年末国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年年财政收入

图表：2005-2010年上半年年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年1月-2010年4月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年4月人民币汇率中间价对照表

图表：2009年1月-2010年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009年1月-2010年3月中国货币供应量的增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表：2008年12月23日人民币利率调整表

图表：2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2003-2009年中国普通高等学校和成人高等学校情况

图表：2003-2009年中国普通高等学校数量增长情况

图表：2009年中国人口密度表

图表：2009年底人口数及其构成

图表：2003-2009年中国社会消费品零售总额变化情况

图表：通过广播网络实现手机电视的主要技术

图表：主要的电视手机技术比较

图表：上海文广节目一览表

图表：新华社机构设置

图表：手机登陆进入东方手机电视

图表：东方手机电视栏目

图表：2009年中国电信业务收入构成

图表：2009年中国电信各项业务收入同比增长率

图表：2009年手机网民与互联网网民上网目的比较

图表：2009年中国手机网民与互联网网民年龄层次对比

图表：2009年中国手机网民与传统网民学历层次对比

图表：2009年中国手机网民与互联网网民月收入情况对比

图表：2009年中国手机网民手机上网付费方式

图表：2009年中国手机网民月均手机上网资费支出

图表：2009年中国手机网民每周手机上网频次

图表：2009年中国手机网民手机上网地点分布

图表：2009年中国手机网民手机上网时间分布

图表：2009年中国手机网民最常登陆无限网网站

图表：最常登陆无线互联网网站网民年龄分布

图表：2009年中国手机网民使用各类移动增值服务概况

图表：2009年中国手机网民对手机电视内容期望

图表：2009年中国手机网民手机搜索信息需求 艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国手机电视内容提供商市场调研及发展趋势预测报告》，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表：2005-2010基于移动蜂窝网的手机电视用户规模发展情况

图表：2006-2010年中国基于数字多媒体广播网络的手持电视用户规模发展情况

图表：2005-2010年中国手持电视总用户规模发展情况

图表：2009年中国PMP播放机市场各季度销量及季度增长率

图表：2009年中国PMP播放机市场不同存储介质产品构成

图表：2009年中国HD-PMP播放机市场容量结构

图表：2009年中国PMP播放机市场屏幕尺寸结构

图表：2006 - 2009年Q4中国PMP市场产品平均价格变化

图表：2009年美国手机用户主要订阅的手机电视内容

图表：2009年各国移动互联网网民舌渗透率

图表：2004-2012年中国移动增值市场规模及增长率

图表：中国移动增资产业发展周期

图表：2009年第三季度中国移动增值服务市场份额

图表：2007-2009年中国WAP市场规模及增长

图表：略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/158928.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。