



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国CMMB移动电视产业调研 与投资战略咨询报告(2010 -2015年)

一、调研说明

《中国CMMB移动电视产业调研与投资战略咨询报告(2010-2015年)》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/172394.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

【报告前言】

CMMB是国内自主研发的第一套面向手机、PDA、MP3、MP4、数码相机、笔记本电脑多种移动终端的系统，利用S波段信号实现"天地"一体覆盖、全国漫游的标准。CMMB是国家广电总局于06年10月颁布的移动电视标准，是中国自主研发的第一套面向7英寸以下小屏幕移动接收终端并提供高质量广播电视节目和信息服务的系统，其技术优势在于能够极好地解决移动终端信号流畅的问题。CMMB技术体制的最大特点就是采用"天地一体、星网结合、统一标准、全国漫游"的覆盖方式覆盖全国。截止2010年8月，中广传播已建成全球最大的移动多媒体广播电视网络，网络覆盖全国320个地级以上城市。

中国CMMB标准技术发展趋势主要从以下三个方面来看：

第一阶段从2002年至2006年，是技术研发、科技攻关阶段。我们立项开展移动多媒体广播领域技术体系的研究，广科院和一些科研单位、一些企业进行了艰苦攻关，突破了关键技术，到2006年10月份，我们颁布了第一个行业标准，直至目前，共有10个标准了。

第二阶段从2006年至2008年3月，是标准体系建立和设备产业化阶段。我们根据中国的实际情况规划了移动多媒体广播的技术体制，按照标准体系的架构一步一个脚印地研发和制订标准。与此同时，从2005年开始，我们就通过工作组的方式推动技术设备的产业化，把工作组作为一个平台，带动企业把技术尽快产业化。2006年就有100多家企业加入到工作组来。通过调动企业的积极性，不仅加快了产业化进程，技术标准体系也逐渐完善，现已有10个技术标准和10个技术规范了，其中有很多专利和技术都是企业贡献出来的。

第三个阶段从2008年3月开始到2010年，是规模技术试验阶段。中国在全国37个城市建立了覆盖网络，实现了服务北京奥运会的即定目标。通过奥运会的实践，证明了CMMB是技术先进、产业链成熟、经济可行的。从2008年10月份开始，在全国地级市开展更大规模的技术试验。同时，正在建立运营支撑系统，并组建运营主体、建立运营机制。

2009年，CMMB取得了突破性进展，已经完成了技术研发、标准体系、设备产业化、服务奥运、规模试验、运营体系建立等工作，走出了一条以自主创新、民族工业为支撑的产业化发展之路，并进入了商用，同时CMMB的中文名称已统一为"手持电视"，其第一个业务品牌"睛彩"正式推出，CMMB运营商也由"中广移动"更名为"中广传播"。

当前主要的CMMB手机终端厂商有联想、中兴、天宇、爱国者、酷派等，市场份额最大是天宇和联想。2010年，CMMB将加快网络建设，抓紧组建完善省级和市级运营主体，初步形成全国统一运营的格局，预计2010年底将增加全国百强县覆盖。同时，按照目前CMMB的推广模式，广电的CMMB运营机构中广传播应该不会放松与中国移动通信集团合作，联手推

动CMMB手机电视的推广普及。

【报告目录】

第一章 CMMB相关概述 14

第一节 CMMB的定义及特点 14

一、CMMB提供的服务 14

二、CMMB的主要特点 14

三、CMMB芯片 15

第二节 CMMB功能及业务分类 16

第三节 CMMB的影响 17

第二章 CMMB技术标准分析 18

第一节 移动多媒体电视技术标准进展 18

第二节 主要标准技术对比分析 22

一、CMMB 22

二、T-MMB 22

第三节 CMMB标准技术比较优势 23

第四节 CMMB标准技术发展趋势 25

第五节 CMMB标准VS TMMB标准博弈 26

第三章2009-2010年中国CMMB产业运行环境分析 27

第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析 27

一、中国GDP分析 27

二、城乡居民家庭人均可支配收入 30

三、恩格尔系数 32

四、存贷款利率变化 34

五、财政收支状况 41

第二节2009-2010年中国CMMB产业政策环境分析 42

七、CMMB专利收费政策 42

八、CMMB标准收费情况 43

九、其它相关政策影响分析 44

第三节 2009-2010年中国CMMB产业社会环境分析 44

一、人口及构成情况 45

二、教育 47

三、网络发展分析 48

第四章 CMMB影响因素分析 53

第一节 促进因素 53

第二节 阻碍因素 55

第五章 2009-2010年中国CMMB产业链及产业推进分析 57

第一节 2009-2010年中国CMMB产业链结构分析 57

第二节 2009-2010年中国CMMB产业链主要环节分析 57

一、CMMB技术标准制定者 57

二、CMMB芯片制造商 58

三、CMMB运营商 58

四、CMMB节目内容提供商 59

五、CMMB服务提供商 60

六、CMMB硬件提供商 61

七、CMMB终端用户 61

第三节 2009-2010年中国CMMB产业推进情况分析 62

第六章 2009-2010年中国CMMB移动电视运营态势分析 64

第一节 2009-2010年中国CMMB移动电视运营推进 64

一、完善的技术体系 64

二、网络覆盖有序推进 64

三、产业链结构初步建成 64

四、商业规模化试验进行成功 65

第二节 2009-2010年中国CMMB移动电视商业模式分析 66

一、商业模式现状分析 66

二、商业模式评估 67

三、商业模式建议 69

第三节 2009-2010年中国CMMB应用前景分析 70

- 一、CMMB在满足消费者需求领域的应用前景分析 70
- 二、CMMB在满足企业需求领域的应用前景分析 70
- 三、CMMB在满足政府宣传及广播领域的应用前景分析 71
- 四、CMMB应用市场开拓建议 71

第四节 2009-2010年中国CMMB运营商分析 72

- 一、运营目标 72
- 二、战略规划 72
- 三、组织构架分析 73
- 四、业务运营分析 73
- 五、投融资分析 74
- 六、网络规划 74
- 七、市场推广规划 74
- 八、运营支撑系统 74
- 九、内容进一步推进 76

第七章 2009-2010年中国CMMB 芯片市场分析 77

第一节 2009-2010年中国CMMB芯片市场发展现状 77

第二节 2009-2010年中国CMMB芯片厂商竞争分析 77

第三节 2009-2010年中国CMMB芯片市场机遇分析 78

第四节 2009-2010年中国CMMB芯片厂商分析 79

- 一、北京创毅视讯科技有限公司 79
- 二、北京泰和志恒科技有限公司 80
- 三、展讯通信有限公司 82
- 四、Siano 83
- 五、苏州中科半导体（灵芯集成） 87
- 六、中科院微电子 87
- 七、福州瑞芯微电子有限公司 88
- 八、杭州爱浦多数码技术有限公司 89

第八章 2009-2010年中国CMMB终端市场分析 90

第一节 2009-2010年中国CMMB终端市场总体发展现状 90

第二节 2009-2010年中国CMMB手机市场分析 93

一、市场现状分析	93
二、市场规模	93
三、发展趋势分析	94
第三节 2009-2010年中国CMMB MP4市场分析	95
一、市场现状	95
二、发展趋势	95
第四节 2009-2010年中国CMMB GPS市场分析	96
一、市场现状	96
二、发展趋势	98
第五节 2009-2010年中国CMMB外接设备市场分析	99
一、CMMB SD卡市场分析	99
二、CMMBUSB电视棒市场分析	99
第六节 2009-2010年中国CMMB终端厂商分析	100
一、天宇朗通	100
二、联想控股有限公司	100
三、宇龙计算机通信科技(深圳)有限公司	101
四、海尔	101
五、新邮通	102
六、北京华旗资讯数码科技有限公司	102
七、蓝魔	103
八、中国电子科技集团公司第四十研究所	103
九、新科	104
十一、君奥	104
十二、欣广视	105
十三、深圳市中冠通科技有限公司	105
十四、中兴通讯股份有限公司	106
十五、航天信息股份有限公司	108
第九章 2009-2010年中国CMMB电视目标用户行为分析	112
第一节 2009-2010年中国CMMB电视功能对用户的吸引力	112
第二节 2009-2010年中国CMMB电视功能用户使用情况分析	113
第三节 2009-2010年中国用户对DMB整合CMMB电视终端购买前景分析	114

第四节 2009-2010年中国用户对CMMB终端期望分析 119

一、用户对CMMB终端类型及功能期望分析 119

二、CMMB终端价格分析 119

第五节 2009-2010年中国用户对CMMB业务期望分析 120

一、用户对CMMB业务内容期望 120

二、用户对CMMB业务收费情况分析 120

【图表目录】

图表 1 移动多媒体广播信号转换分析图 14

图表 2 卫星覆盖网络框图 20

图表 3 CMMB标准对比T-MMB标准 23

图表 4 五大标准对比 24

图表 5 CMMB标准VS TMMB标准博弈部门的博弈 26

图表 6 2000-2010年第二季度中国GDP及其增长率统计表 27

图表 7 2003-2010年中国分产业GDP增长率季度统计表 28

图表 8 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图 29

图表 9 1978-2009年中国居民收入及恩格尔系数统计表 30

图表 10 中国城乡居民收入走势对比 31

图表 11 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表 33

图表 12 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数走势图 34

图表 13 2004-2009年央行历次存贷款基准利率 34

图表 14 1984-2010年1月中国存款准备金率历次调整一览表 35

图表 15 央行历次调整利率及股市第二交易日表现情况 38

图表 16 05~09年中国财政收入增长趋势图 41

图表 17 CMMB资费标准 43

图表 18 1978-2009年中国人口构成统计表 45

图表 19 1990-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率 46

图表 20 1978-2009年我国总人口增长趋势图 47

图表 21 2001-2008年我国教育经费增长趋势图 48

图表 22 2000-2009年中国网民规模增长趋势图 49

图表 23 2005-2009年中国大陆网民规模与互联网普及率 49

图表 24 截止至2009年6月中国互联网统计数据表 50

图表 25 截止至2009年6月网络应用使用率排名和类别 50

图表 26 网民对生活形态语句的总体认同度统计表 51

图表 27 数字移动电视标准全球分布图 54

图表 28 中国CMMB产业链主要环节规模 57

图表 29 基于TP3001B的CMMB模块应用框图 80

图表 30 2008-2010年中国CMMB覆盖城市增长情况 90

图表 31 截止2010年4月中国开通CMMB信号城市列表 91

图表 32 2008-2010年中国CMMB手机用户规模增长情况 93

艾凯数据研究中心发布的《中国CMMB移动电视产业调研与投资战略咨询报告(2010-2015年)》，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 33 2002-2009年中国GPS导航仪产量情况 97

图表 34 2000-2009年我国汽车销量及其同比增长 97

图表 35 GPS新的应用情况 98

图表 36 中兴通讯产品系列分析 106

图表 37 2003-2010年上半年中兴通讯主要财务指标表 106

图表 38 2003-2009年中兴通讯成长性指标表 107

图表 39 2003-2009年中兴通讯经营能力指标表 107

图表 40 2003-2009年中兴通讯盈利能力指标表 108

图表 41 2003-2009年中兴通讯偿债能力指标表 108

图表 42 2003-2010年上半年航天信息股份有限公司主要财务指标表 109

图表 43 2003-2009年航天信息股份有限公司成长性指标表 109

图表 44 2003-2009年航天信息股份有限公司经营能力指标表 110

图表 45 2003-2009年航天信息股份有限公司盈利能力指标表 110

图表 46 2003-2009年航天信息股份有限公司偿债能力指标表 111

图表 47 艾利和B20，水土不服的DMB产品 114

图表 48 面积辽阔的中国需要S波段卫星的信号覆盖 115

图表 49 创毅视讯IF101芯片，全球首款CMMB芯片 116

图表 50 瑞芯微RK2706数字移动电视方案，如虎添翼 117

图表 51 2010年中国不同中国移动终端消费者对CMMB电视功能期望对比 119

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/172394.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专业提供投资咨询报告、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。