



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2011-2015年中国手机电视产业 竞争格局及市场前景预测报告

## 一、调研说明

《2011-2015年中国手机电视产业竞争格局及市场前景预测报告》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/178156.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](mailto: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

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国手机电视产业竞争格局及市场前景预测报告》共十二章。首先介绍了中国手机电视行业的概念，接着分析了中国手机电视行业发展环境，然后对中国手机电视行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国手机电视行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国手机电视行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

### 第一章 手机电视产业相关概述

#### 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、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

#### 第三节 手机电视的比较分析

- 一、与传统电视的比较
- 二、与CMMB的区别
- 三、与IPTV的比较

### 第二章 2010年全球手机电视的发展现状分析

## 第一节2010年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2010年主要国家手机电视业务的发展分析

- 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

## 第三节2010年国际广播方式手机电视业发展综述

- 一、总体状况
- 二、欧洲
- 三、日本
- 四、韩国
- 五、美国

## 第三章 2010年中国手机电视产业运行环境分析

### 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、2011年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节2010年中国手机电视产业政策分析

- 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

### 第三节2010年中国手机电视产业社会环境分析

## 第四章 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

第二节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

第三节 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

第五章2010年中国手机电视产业市场走势分析

第一节 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

第二节2010年3G助力手机电视业务发展分析

一、3G技术的基本介绍

二、3G技术为手机电视发展带来良机

三、3G时代手机电视发展的优劣势评析

四、3G手机电视业务发展的深入思考

第三节2010年CMMB手机电视的发展分析

一、奥运后CMMB手机电视面临的局面剖析

- 二、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手机电视的运营与定位
- 五、CMMB手机电视的市场前景探析

## 第六章 2010年手机电视的技术标准分析

### 第一节手机电视的技术实现方式浅析

- 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、传输技术标准
- 二、音频编解码标准
- 三、平台基本组成

### 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2010年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2010年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2010年手机电视在移动网络中的应用深入剖析

- 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 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

## 第八章 2010年中国手机电视的商业市场运营分析

### 第一节2010年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2010年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2010年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2010年中国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2010年中国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

### 第九章 2010年中国手机电视重点企业运行竞争力分析

#### 第一节2010年中国手机电视运营商分析

- 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

#### 第二节2010年中国手机电视内容提供商分析

- 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2010年中国手机电视系统厂商分析

- 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2010年中国手机电视终端厂商分析

- 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

## 第十章2010年中国手机产业运行状况透析

### 第一节2006-2010年中国手机产量统计分析

- 一、2006-2009年全国手机产量分析
- 二、2010年1-12月全国及主要省份手机产量分析
- 三、2010年1-12月手机产量集中度分析

### 第二节2010年中国手机产业市场动态分析

- 一、手机销量分析
- 二、手机需求量分析
- 三、手机市场品牌竞争分析

### 第三节2011-2015年中国手机市场发展前景分析

## 第十一章2011-2015年中国手机电视产业发展前景分析

### 第一节2011-2015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、2012年全球手机电视市场规模预测
- 三、全球手机电视用户规模预测

### 第二节2011-2015年中国手机电视业发展前景展望

- 一、2011-2015年中国手机电视市场规模预测
- 二、我国手机电视市场发展趋势透析
- 三、文化产业振兴规划给手机电视带来机遇
- 四、TD-MBMS手机电视未来前景看好

### 第三节2011-2015年中国手机电视产业盈利预测分析

## 第十二章2011-2015年中国手机电视产业投资机会与风险分析

### 第一节2011-2015年中国手机电视行业投资环境分析

### 第二节2011-2015年中国手机电视行业投资机会分析

- 一、手机电视投资潜力分析
- 二、手机电视投资吸引力分析

### 第三节2011-2015年中国手机电视行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险分析
- 二、政策风险分析
- 三、技术风险分析

#### 第四节 专家建议

图表目录：（部分）

图表：2006-2010年国内生产总值

图表：2006-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2010年年末国家外汇储备

图表：2006-2010年财政收入

图表：2006-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2010年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：手机电视的完整产业链

图表：半年内使用过手机电视的用户比例

图表：手机电视用户与非手机电视用户的年龄比较

图表：手机电视用户与非手机电视用户的性别比较

图表：手机电视用户与非手机电视用户学历比较

图表：手机电视用户与非手机电视用户从业性质比较

图表：手机电视用户与非手机电视用户地区比较

图表：用户对手机电视业务的了解渠道

图表：用户没有使用过手机电视服务的原因分析

图表：不考虑阻碍因素而愿意定制手机电视的用户比例

图表：影响用户订阅手机电视的阻碍因素比较

图表：用户关注的手机电视节目内容

图表：用户对手机电视操作便利性认知

图表：手机电视发展的内容影响因素

图表：用户对手机电视的使用场景

图表：用户平均每天观看手机电视节目时长

图表：非手机电视用户观看互联网电视的比例

图表：非手机电视用户在互联网上关注的内容

图表：非手机电视用户观看互联网电视直播的频率

图表：移动运营商单独运营模式

图表：广播网络运营商单独运营模式

图表：融合运营商业模式模拟图

图表：融合运营商业模式的关系链

图表：美国Sprint商业模式图

图表：韩国TU Media商业模式图

图表：CMMB系统结构图

图表：T-DMB、TMMB框图

图表：CMMB复用框图

图表：电子业务指南框图

图表：利用流媒体技术实现的手机电视业务网络结构

图表：MBMS网络结构

图表：MBMS宏分集技术

图表：MBMS组播方式业务流程图

图表：MBMS广播方式业务流程图

图表：S-DMB网络结构

图表：DVB-H网络结构

图表：ISDB-T分层传播方式

图表：HSDPA与1x EV-DO的参数比较

图表：仿真的七种情况

图表：Monte Carlo仿真分析

图表：各种情况下的导频均值

图表：业务覆盖预测

图表：移动网络的基本业务运行模式

图表：常用的综合短信平台

图表：比较流行的版权保护商业模式

图表：DRM2.0的安全信任模型

图表：中国联通手机电视收费标准

图表：2006-2009年全国手机产量分析

图表：2010年1-8月全国及主要省份手机产量分析

图表：2010年1-8月手机产量集中度分析

图表：2011-2015年中国手机电视用户规模预测

图表：2011-2015年中国手机电视用户收入预测

图表：略&hellip;&hellip;&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/178156.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](http://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。