



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国手机电视内容提供商运营态势 与发展模式预测报告(201 1-2015年)

一、调研说明

《中国手机电视内容提供商运营态势与发展模式预测报告(2011-2015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/182306.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

手机终端的普及性和移动性加上电视媒体的主导性，这一强强结合将电视媒体移植到手机终端，开创了一种全新的电视播放形式，手机电视业务正成为电信业和传媒业共同关注的焦点。内容提供商包括电视台、独立影视节目制作商，如中央电视台、凤凰卫视、华谊兄弟传媒公司等，其提供在传统电视媒体以及影院播放的内容资源。

在3G时代，手机媒体化趋势不可避免，目前手机电视业务正是一个极好的切入点。电信运营商在发展手机媒体业务时，不应固守于做一个通道的角色，而应向价值链上游的内容环节延伸。手机电视内容提供商无疑将成为最具潜力和投资价值的行业。

《中国手机电视内容提供商运营态势与发展模式预测报告(2011-2015年)》根据对手机电视内容提供商产品监测统计数据指标体系，通过技术手段，形成的连续性监测数据，反映了一定时期内中国手机电视内容提供商产品生产消费的现状、变化及趋势。本报告以手机电视内容提供商行业作为切入点，通过对手机电视内容提供商行业特征和统计数据的全面分析，确定手机电视内容提供商行业发展概况和基本特征；运用科学的方法和模型，帮助企业掌握市场动向，明确手机电视内容提供商行业竞争趋势。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

第一章 2010-2011年全球手机电视内容提供行业运行情况分析

第一节 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011年中国手机电视内容提供商发展环境分析

第一节2010-2011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

第二节 2010-2011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

第三节 2010-2011年中国手机电视内容提供商发展社会环境分析

- 一、就业与人才分析
- 二、城市化进程分析
- 三、人口密度分析
- 四、年龄结构分析
- 五、居民消费
- 六、消费观念

第三章 2010-2011年中国手机电视产业形势分析

第一节2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011年中国手机电视内容提供商运行形势分析

第一节 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011年中国手机电视内容提供商存在的问题分析

第五章 2011年4月中国手机电视市场的用户调查分析

第一节 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 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 2011年4月中国手机网民调查分析

一、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 2010-2011年中国手机电视内容提供商市场竞争格局分析

第一节 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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

第八章 2010-2011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、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、运营情况分析

三、公司发展优势分析

第九章 2010-2011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

第十章 2010-2011年中国电信运营商行业运行态势分析

第一节 2010-2011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 2010-2011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、2010-2011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 专家观点

图表目录

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年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010年前三季度中国三产业增加值结构图

图表：2009-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2009-2010年我国工业增加值分季度增速

图表：2005-2010年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2010年我国财政收入支出走势图

图表：2009年1月-2010年7月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年10月人民币汇率中间价对照表

图表：2009-2010年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009-2010年中国货币供应量月度增速走势图

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：2010年10月20日中国人民银行利率调整表

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：2005-2009年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2009年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

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：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：中国电信业务收入构成

图表：中国电信各项业务收入同比增长率

图表：手机网民与互联网网民上网目的比较

图表：中国手机网民与互联网网民年龄层次对比
图表：中国手机网民与传统网民学历层次对比
图表：中国手机网民与互联网网民月收入情况对比
图表：中国手机网民手机上网付费方式
图表：中国手机网民月均手机上网资费支出
图表：中国手机网民每周手机上网频次
图表：中国手机网民手机上网地点分布
图表：中国手机网民手机上网时间分布
图表：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：中国手机网民使用各类移动增值服务概况
图表：中国手机网民对手机电视内容期望
图表：中国手机网民手机搜索信息需求
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

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/182306.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。