



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国手机电视内容提供商发展趋势研究报告（2012-2015）

一、调研说明

《中国手机电视内容提供商发展趋势研究报告（2012-2015）》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/195327.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

未来几年，随着我国手机电视产业链的逐步完善，内容提供商的利润空间将越来越大，未能在传统电视行业占据有利地位的内容制作商，将纷纷瞄准这次机遇。现在手机电视的内容提供商有三部分：电视台、通讯社及独立的内容制作商。在这一市场中，内容提供商能得到多少利润，取决于用户数量和与电信运营商讨价还价的能力。

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 2011-2012年全球手机电视内容提供行业运行情况分析

第一节 2011-2012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、全球手机电视内容提供商市场分析

第二节 2011-2012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

第三节 2012-2015年全球手机电视内容提供商发展趋势分析

第二章 2011-2012年中国手机电视内容提供商发展环境分析

第一节 2011-2012年中国经济环境分析

一、经济增长的内外需动力更趋协调

二、工农业生产形势较好

三、价格总水平涨幅高位回落

四、财政收支保持较快增长

五、国际收支经常项目顺差收窄

第二节 2011-2012年中国手机电视内容提供商发展政策环境分析

一、行业政策分析

二、相关标准分析

第三节 2011-2012年中国手机电视内容提供商发展社会环境分析

第三章 2011-2012年中国手机电视内容提供商运行形势分析

第一节 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012年中国手机电视内容提供商存在的问题分析

第四章 2011-2012年中国网络人群深度调研

第一节 网络人群的年龄分布

第二节 数量分布及其分析

第三节 增长速度分布及其分析

第四节 网络人群的性别分布及其分析

第五节 网络人群的社会结构

第六节 网络人群的受教育状况及其分析

第七节 网络人群的婚姻状况及其分析

第八节 网络人群的职业分布及其分析

第九节 网络人群的收入分布及其分析

第十节 网络人群的地域分布及其分析

第十一节 当前网络人群有明显的区域集聚特征

第五章 2011-2012年网络人群群体调查分析

第一节 网络号神圣目标

第二节 互联网个体用户群体分析

一、对网络人群分类及类型分析

二、使用人群对网络熟知程度分析

三、对网络使用需求分析

第三节 网络号功能和服务针对个体用户归纳

第四节 用户对互联网最反感的方面

第六章 2011-2012年中国手机电视内容提供商市场竞争格局分析

第一节 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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、2011-2012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、2011-2012年运营情况分析

三、公司发展优势分析

第三节 略………………

第九章2011-2012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 2011-2012年中国手机电视行业运行走势分析

第一节 2011-2012年中国手机电视行业发展概述

一、中国手机电视回顾

二、2011-2012年手机电视标准规划出炉

三、2011-2012年手机电视国家标准确定

四、手机电视已覆盖37个城市

五、中国手机电视标准计划申请国标

六、广电手机电视CMMB完成首个室内覆盖

七、手机电视运营模式确定

第二节 2011-2012年中国手机电视业务发展现状分析

一、用户认知度较低

二、需要更换终端

三、操作较为繁琐

四、内容有待于开发整合

五、播放软件标准不统一

六、网络速率有待于提高

七、收费标准有待于调整

第三节 2011-2012年中国手机电视面临的问题以及建议

一、标准和技术的成熟度

二、手机电视的价格和资费

三、管制政策

四、适合市场运作的运营模式

第十一章 2011-2012年中国电信运营商行业运行态势分析

第一节 2011-2012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 2011-2012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 2012-2015年中国电信运营商发展趋势分析

第十二章 2012-2015年中国手机电视内容提供商发展前景预测分析

第一节 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015年中国手机电视内容提供商盈利预测分析

第十三章 2012-2015年中国手机电视内容提供投资机会与风险分析

第一节 2012-2015年中国手机电视内容提供商投资环境分析

第二节 2012-2015年中国手机电视内容提供商投资机会分析

第三节 2012-2015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 HB汇总分析

一、对行业发展形势的总体判断

二、发展战略及市场策略分析

图表目录摘要：

图表：2001-2011年GDP 增长率

图表：2006-2011年固定资产投资增长率

图表：2002-2011年对外贸易更趋平衡

图表：2011 年各季度CPI 环比涨幅水平情况
图表：2006-2011年中国联通主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2011年中国联通净利润增长趋势图

图表：2006-2011年中国联通利润率走势图

图表：2006-2011年中国联通成长能力指标表

图表：2006-2011年中国联通经营能力指标表

图表：2006-2011年中国联通盈利能力指标表

图表：2006-2011年中国联通偿债能力指标表

图表：略………………

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/195327.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。