



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国手持电视行业 市场深度分析与投资前景预测报告

一、调研说明

《2013-2018年中国手持电视行业市场深度分析与投资前景预测报告》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/238690.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

【报告目录】

第一章 手持电视产业相关概述

第一节 广播电视数字化创新预测

第二节 手持电视的概述

一、手持电视的概念

二、手持电视的应用

三、手持电视的技能体系

四、手持电视的营销

第三节 手持电视业务范畴及业务特征

一、手持电视业务范畴

二、手持电视业务特征

三、专业术语及研究范畴

第四节 CMMB终端相关概述

一、CMMB终端种类

二、CMMB加密终端形态

三、CMMB终端进展策略

第二章 2012年国际手持电视市场进展趋势预测

第一节 2012年全球手持电视产业营销环境条件预测

第二节 2012年全球手持电视产业进展现状透析

一、全球手持电视技能预测

二、国际品牌争夺手持电视市场

三、世界手持电视营销市场预测

四、世界手机电视用户范围

五、世界手机电视推广及普及应用情况

第三节 2012年欧洲手持电视市场进展情况预测

一、欧洲手机电视市场进展现状

二、欧洲数字广播式手持电视市场进展情况预测

三、欧盟确立手机电视标准

第四节 2013-2018年全球手持电视产业进展状况预测

第三章2012年全球部分国家手持电视产业营销现状及经验借鉴

第一节 mei国

一、mei国手机电视业务经营预测

二、mei国手机电视市场升温

三、mei国普及手机电视预测

四、mei国手机电视进展瓶颈预测

第二节 riben

一、riben手机电视快速进展的诀窍

二、riben手持电视产业范围预测

三、riben两大营销商爆发手机电视标准战

第三节 韩国

一、韩国手持电视进展概况

二、韩国移动流媒体手机电视市场进展预测

三、韩国数字广播式手持电视市场进展预测

第四章 2012年国内手持电视产业运行环境条件预测

第一节 2012年国内宏观经济环境条件预测

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业进展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、社会消费品零售总额

八、对外贸易&进出口

第二节 2012年国内手持电视产业政策环境条件预测

一、广电及通信行业政府相关政策

二、业务管制

三、内容管制

四、管制政策与产业进展的相互影响

第三节 2012年国内手持电视产业社会环境条件预测

- 一、人口环境条件预测
- 二、教育环境条件预测
- 三、文化环境条件预测
- 四、生态环境条件预测
- 五、国内城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

第五章 2012年国内手持电视市场进展态势预测

第一节 2012年国内手持电视市场总况

- 一、市场进入关键期需上下游合作
- 二、手持xinhao覆盖城市预测
- 三、国内手持电视行业进展基本趋势及影响因素
- 四、手持电视进展要走差异化道路

第二节 2012年国内手持电视分区域进展趋势

- 一、广州CMMB手持电视用户突破10万
- 二、山西广电局举行手持电视开播仪式
- 三、2012年五台山风景区CMMB手持xinhao开通

第三节 2012年我国手机电视面临的问题预测

- 一、管制问题
- 二、标准问题
- 三、频率资源问题
- 四、终端问题
- 五、资费问题
- 六、用户认知问题

第六章 2012年国内手持电视产业市场营销趋势预测

第一节 2012年国内手持电视产业市场综述

- 一、国内手持电视市场范围预测
- 二、国内手持电视用户范围预测
- 三、国内手持电视用户结构预测
- 四、手持电视潜在用户市场预测

- 1、娱乐
- 2、通信
- 3、资讯

第二节 2012年国内手持电视市场现状透析

- 一、国内手持电视终端市场范围初显
- 二、国内手持电视大悬念解析
- 三、国内手持电视终端芯片市场现状透析

第三节 2012年国内手持电视产业市场走势预测

- 一、爱华手持电视获CMMB优秀终端奖
- 二、国内手持电视覆盖率预测
- 三、手持电视产业加速全国性布局
- 四、CMMB手持电视出征海外市场

第七章 国内手持电视市场主要影响因素预测

第一节 有利因素

- 一、潜在用户数量巨大
- 二、手持电视技能日益成熟
- 三、广电新媒体移动增值业务进展需要
- 四、国家政策对三网融合支持

第二节 不利因素

- 一、消费者需求不明确
- 二、标准缺失
- 三、终端各类及价格
- 四、广电及电信的博弈

第八章 2012年国内手持电视市场趋势

第一节 2012年国内手持电视用户基本特征预测

- 一、用户年龄构成
- 二、用户性别构成
- 三、用户学历构成
- 四、用户从业性质
- 五、用户地区构成

六、用户普及率

第二节 2012年国内手持电视用户行为

一、产品认知

二、产品内容

三、产品比较优点

四、使用习惯

第三节 2012年国内手持电视终端购买和使用行为

一、了解购买渠道

二、购买理由 预测

三、使用频率预测

四、用户满意率预测

第九章 2012年国内手持电视的技能及实现方式预测

第一节 基于移动蜂窝网络技能

一、流媒体技能

二、蜂窝网广播技能

三、MBMS技能

四、BCMCS技能

第二节 基于地面广播电视网络的技能

一、DVB-H

二、T-DMB

三、MediaFLO

四、ISDB-T

第三节 基于weixing广播网络的技能

一、S-DMB

二、CMMB

第四节 各种实现方式的优缺点比

一、种不同技能的特征

二、点播式手机电视优劣势

三、广播式手机电视优劣势

四、T-DMB和DVB-H标准的优缺点预测

第五节 不同技能的应用情况

一、欧洲

二、mei国

三、riben、韩国

四、各项手机电视承载技能的试验情况

第十章 2012年国内手持电视产业链预测

第一节 内容流通环节

一、内容提供商

二、频道营销商

三、广电营销商

四、SP

五、电信营销商

第二节 终端生产环节

一、芯pian厂商

二、终端制造商

三、销售渠道

第三节 CAS/DRM提供商

第四节 消费者

第五节 产业链主导因素

一、平台的中介特性

二、网络外部性

三、垄断势力

四、双边市场

五、多边市场

第六节 2012年基于移动蜂窝网络的手持电视产业链预测

第七节 基于广播网络的手持电视产业链预测

第十一章 2012年国内手持电视产业链及公司竞争趋势

第一节 技能标准的竞争趋势

一、手机电视标准竞争

二、CMMB技能标准竞争

三、TMMB技能标准竞争

第二节 芯片厂商竞争趋势

一、CMMB芯片竞争趋势

二、CA芯片竞争趋势

第三节 终端厂商竞争趋势

一、诺基亚

二、韩国三星电子企业

三、北京天宇朗通通信设备有限责任公司

四、联想移动通信科技企业

五、多普达通讯有限公司

第四节 业务营销商竞争趋势

一、中广移动weixing广播有限公司

二、国内移动通信集团企业

三、国内联合网络通信集团有限公司

第五节 内容制作及集成商竞争趋势

一、上海文广新闻传媒集团

二、上海东方明珠（集团）股份有限公司

三、东方龙移动信息有限公司

四、北京中交星网宽频网络服务有限公司

五、北京风网信息技能有限公司

第十二章 2012年国内手持电视商业模式预测

第一节 移动主导模式

一、商业模式特征

二、产品及市场定位

三、盈利空间预测

四、商业模式进展演绎

第二节 广电主导模式

一、商业模式特征

二、产品及市场定位

三、盈利空间预测

四、商业模式进展演绎

第三节 融合模式

一、商业模式特征

二、产品及市场定位

三、盈利空间预测

四、商业模式进展演绎

第四节 2012年国内手持电视商业营销模式比较

一、内容

二、传输通道

三、用户管理及收费

四、客户fuwu

五、终端类型

六、终端销售渠道

第十三章 中国三家数字广播式手持电视营销商案例预测

第一节 南方传媒

一、目标消费群

二、价值定位

三、销售渠道

四、客户fuwu

五、主要优点

六、盈利模式

第二节 北京悦龙

一、目标消费群

二、价值定位

三、销售渠道

四、客户fuwu

五、主要优点

六、盈利模式

第三节 上海文广

一、目标消费群

二、价值定位

三、销售渠道

四、客户fuwu

五、主要优点

六、盈利模式

第十四章2012年国内手持电视业务模式预测

第一节 手机电视商业化进程介绍

第二节 手持电视的业务实现方式

第三节 手机电视业务实现模式介绍

一、基于移动通信网络开展业务

二、利用广播频率开展业务

三、综合业务

第四节 2012年国内手持电视营销预测

一、目标人群

二、营销模式

三、赢利模式

第五节 2012年国内手机电视业务模式的预测

一、免费广播业务模式

二、用户付费业务模式

三、手机电视购物业务模式

四、手机电视互动业务盈利模式

第十五章2012年国内手机电视产业市场运行态势预测

第一节 2012年手机电视市场进展现状透析

一、国内手机电视市场范围

二、国标统手机电视产业进展迎来破局

三、中国手机电视终端市场迅速扩张

四、江西CMMB手机电视用户进展势头迅猛

五、2010年国内手机电视正式商用

六、互动电视购物开创手机电视新时代

第二节 2012年3G助力手机电视业务进展预测

一、3G技能的基本介绍

二、3G技能为手机电视进展带来良机

三、3G时代手机电视进展的优劣势评析

四、2012年首张3G手机电视牌照落户上海

五、3G手机电视业务进展的深入思考

六、国内3G手机电视的进展战略

第三节2012年CMMB手机电视的进展预测

一、CMMB手机电视进入大范围商用阶段

二、2012年CMMB市场运行预测

三、2012年CMMB终端建设情况

四、2012年CMMB与TD-SCDMA打造3G手机电视全程直播

五、CMMB手机电视收费模式的思考

六、CMMB手机电视的营销与定位

七、CMMB手机电视的市场未来探析

八、2013-2018年CMMB进展规划

第四节 2012年国内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、国内手机电视进展存在的不足

三、国内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、国内手机电视亟待解决的重要问题

第五节 2012年国内手机电视产业进展的对策

一、促进手机电视业务进展的意见

二、手机电视产业持续增长的战略

三、手机电视进展壮大需要政策上的合作

四、国内手机电视业务进展的出路选择

五、国内手机电视的市场制胜战略探讨

六、掌握核心技能是手机产业进展的关键

七、手机电视的市场运营战略预测

第十六章2012年国内其他手持电视终端市场进展预测

第一节 国内车载移动电视市场特征 预测

第二节 国内车载移动电视市场结构预测

一、产品结构

二、城市层次结构

三、地区结构

第三节 国内车载移动电视市场范围预测

第四节 国内车载视听系统市场竞争趋势

第五节 国内车载移动电视市场未来预测

第十七章 2013-2018年国内手持电视产业进展未来预测 预测

第一节 2013-2018年国内手持电视的市场进展预测

一、2013-2018年世界手机电视终端市场进展分析

二、2013-2018年国内手持电视用户范围分析

三、2013-2018年国内手机电视市场范围分析

第二节 2013-2018年国内手持电视进展未来和状况

一、国内手机电视市场技能进展状况

二、国内手持电视进展未来分析

三、文化产业振兴规划给手持电视带来机遇

四、TD-MBMS手机电视前景未来看好

第十八章 2013-2018年国内手持电视行业投资策略研究

第一节 2013-2018年国内手持电视行业投资环境条件预测

一、宏观经济进展为手持电视产业奠定基础

二、科技的进展推动手持电视终端的扩容

三、目内容提供商不断创新带动市场进展

第二节 2013-2018年国内手持电视行业投资机会预测

一、手持电视投资潜力预测

二、手持电视投资吸引力预测

第三节 2013-2018年国内手持电视行业投资风险剖析

一、宏观调控风险

二、政策风险剖析

三、技能风险剖析

四、商业模式风险剖析

第四节 2013-2018年国内手持电视行业投资意见

一、两大系统合作的重要性

二、手持电视产业链的完善

三、OEM和原创技能并举

【图表目录】

目录图表 1 中国生产总值(2012年1季度)

目录图表 2 GDP环比增长速度

目录图表 3 2012年3月居民消费价格主要数据

目录图表 4 2012年1-3月固定资产投资（不含农户）主要数据

目录图表 5 固定资产投资（不含农户）同比增长速度

目录图表 6 固定资产投资到位资金同比增长速度

目录图表 7 分区域投资相邻两月累计同比增长速度

目录图表 11 国内制造业PMI指数（经季节调整）

目录图表：CMMB终端种类

目录图表：2006-2012年世界手机电视用户范围

目录图表：韩国移动营销商采用3G制式标准

目录图表：2006-2013年国内基于广播网络手持电视市场范围

目录图表：2005-2013年国内手持电视用户范围

目录图表：2005-2013年国内手持电视用户范围增长状况

目录图表：2010年国内手持电视用户结构

目录图表：2005-2013年国内基于移动蜂窝网的手机电视用户范围

目录图表：2005-2013年国内基于数字多媒体广播网络的手持电视用户范围

目录图表：2005-2013年国内手持电视用户范围及增长

目录图表：手机电视用户与非手机电视用户的年龄比较

目录图表：手机电视用户与非手机电视用户的性别比较

目录图表：手机电视用户与非手机电视用户xueli比较

目录图表：手机电视用户与非手机电视用户从业性质比较

目录图表：手机电视用户与非手机电视用户区域比较

目录图表：半年内使用过手机电视的用户比例

目录图表：用户对手机电视业务的了解渠道

目录图表：用户没有使用过手机电视fuwu的理由 预测

目录图表：不考虑阻碍因素而愿意定制手机电视的用户比例

目录图表：影响用户订阅手机电视的阻碍因素比较

目录图表：用户关注的手机电视目内容

目录图表：用户对手机电视操作便利性认知

目录图表：手机电视进展的内容影响因素

目录图表：用户对手机电视的使用场景

目录图表：用户平均每天观看手机电视目时长

目录图表：2012年国内手持电视终端了解购买渠道

目录图表：2012年客户购买手持电视的理由

目录图表：2012年手持电视客户看电视的频率

目录图表：2012年国内手持电视用户满意率diaocha结果

目录图表：S-DMB组网结构图

目录图表：音视频编码主要系统参数和指标

目录图表：信道传输主要系统参数和指标

目录图表：S波段weixing主要系统参数和指标

目录图表：地面覆盖网络主要系统参数和指标

目录图表：手机电视实现技能对比图

目录图表：种不同技能的特征 对比

目录图表：移动网络实现技能示意图

目录图表：基于地面数字广播网的实现技能示意图

目录图表：基于weixing的实现技能示意图

目录图表：点播式手机营销模式

目录图表：国内手机电视标准简介

目录图表：诺基亚电视手机

目录图表：星电视手机

目录图表：天语电视手机

目录图表：联想电视手机

目录图表：国内移动手机电视业务进展进程

目录图表：国内联通手机电视业务进展进程

目录图表：移动营销商单独营销模式

目录图表：利用移动通信网自身的技能手机电视业务的特征

目录图表：利用某种移动数字广播电视技能手机电视业务的特征

目录图表：移动营销商主导的商业模式

目录图表：广播网络营销商单独营销模式

目录图表：广电主导模式的特征

目录图表：广播企业主导的合作模式

目录图表：移动网络营销商主导的合作模式

目录图表：电信营销商的swot预测

目录图表：广电营销商的swot预测

目录图表：手机电视广告收入盈利模式

目录图表：用户付费盈利模式

目录图表：手机电视投票业务盈利模式

目录图表：2005-2013年国内手机电视业务市场范围

目录图表：2005-2013年国内车载公交移动电视终端增长状况图

目录图表：2012年国内车载公交视听系统市场品pai结构

目录图表：2010-2013年国内车载视听系统终端累计数量分析

目录图表：2013-2018年世界手机电视用户范围分析

目录图表：2013-2018年国内手持电视用户范围分析

目录图表：2013-2018年国内手机电视市场范围分析

目录图表：略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/238690.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。