



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国手机电视产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2017-2022年中国手机电视产业发展现状及市场监测报告》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/284924.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：

第一章手机电视相关概述 5

1.1 手机电视的概念与特征 5

1.1.1 手机电视的定义 5

1.1.2 手机电视的个性特点 5

1.1.3 手机电视业务的实现方式 6

1.1.4 手机电视产业发展的特征 7

1.2 手机电视完整产业链 8

1.2.1 产业链结构分析 8

1.2.2 内容提供商 8

1.2.3 服务提供商 9

1.2.4 移动运营商 9

1.2.5 系统技术支持商 9

1.2.6 终端设备制造商 10

1.2.7 用户消费群 10

1.3 手机电视的比较分析 10

1.3.1 与传统电视的比较 10

1.3.2 与CMMB的区别 11

1.3.3 与IPTV的比较 11

第二章 全球手机电视的发展 13

2.1 全球手机电视产业发展概况 13

2.1.1 全球手机电视的启动与发展 13

2.1.2 全球手机电视市场进入发展黄金期 13

2.1.3 全球手机电视用户激增 14

2.1.4 亚洲手机电视产业发展迅猛 14

2.1.5 欧洲积极推动手机电视业务发展 15

2.2 主要国家手机电视业务的发展 16

2.2.1 日本手机电视市场发展特点解析 16

2.2.2 日本手机电视快速发展的诀窍 18

2.2.3 韩国手机电视业务显露颓势 19

2.2.4	法国手机电视市场空间广阔	23
2.3	国际广播方式手机电视业发展综述	23
2.3.1	总体状况	23
2.3.2	欧洲	25
2.3.3	日本	25
2.3.4	韩国	26
2.3.5	美国	27
第三章	中国手机电视产业分析	28
3.1	中国手机电视发展概述	28
3.1.1	中国手机电视市场初具规模	28
3.1.2	手机电视在中国市场日渐渗透	28
3.1.3	中国手机电视业务的实践探索	29
3.1.4	中国手机电视市场竞争异常激烈	31
3.2	2016年手机电视市场发展现状	32
3.2.1	国标统手机电视产业发展迎来破局	32
3.2.2	国内手机电视终端市场迅速扩张	32
3.2.3	2016年中国手机电视发展热点透析	34
3.2.4	国内终端厂商逐鹿手机电视市场	37
3.3	4G助力手机电视业务发展	38
3.3.1	4G技术的基本介绍	38
3.3.2	4G技术为手机电视发展带来良机	39
3.3.3	4G时代手机电视发展的优劣势评析	39
3.3.4	4G手机电视业务发展的深入思考	40
3.4	CMMB手机电视的发展	42
3.4.1	CMMB手机电视进入大规模商用阶段	44
3.4.2	CMMB手机电视收费模式的思考	44
3.4.3	CMMB手机电视的运营与定位	46
3.4.4	CMMB手机电视的市场前景探析	46
3.5	中国手机电视产业存在的问题	47
3.5.1	制约手机电视业务增长的若干因素	47
3.5.2	中国手机电视发展存在的不足	48
3.5.3	中国手机电视产业面临的主要挑战	49

- 3.5.4 手机电视领域政府合作上面临的难题 52
- 3.5.5 中国手机电视亟待解决的重要问题 52
- 3.6 中国手机电视产业发展的对策 57
 - 3.6.1 促进手机电视业务发展的建议 57
 - 3.6.2 手机电视产业持续增长的策略 59
 - 3.6.3 手机电视发展壮大需要政策上的合作 61
 - 3.6.4 中国手机电视业务发展的出路选择 62
 - 3.6.5 中国手机电视的市场制胜策略探讨 63
 - 3.6.6 手机电视产业发展的关键在于掌握核心技术 64
 - 3.6.7 手机电视的营销策略分析 65
- 第四章 手机电视市场的用户分析 69
 - 4.1 手机电视用户特征 69
 - 4.1.1 用户普及率 69
 - 4.1.2 年龄 69
 - 4.1.3 性别 70
 - 4.1.4 学历 70
 - 4.1.5 从业性质 71
 - 4.1.6 地区 72
 - 4.2 手机电视用户行为 72
 - 4.2.1 产品认知 72
 - 4.2.2 产品内容 75
 - 4.2.3 产品比较优势 76
 - 4.2.4 使用习惯 77
 - 4.2.5 非手机电视用户 78
- 第五章 手机电视的商业运营分析 81
 - 5.1 手机电视的商业模式剖析 81
 - 5.1.1 基本商业模式盘点 81
 - 5.1.2 移动运营商主导的商业模式透析 81
 - 5.1.3 广电运营商主导的商业模式透析 83
 - 5.1.4 融合运营商业模式透析 84
 - 5.2 国内外手机电视典型商业模式介绍 85
 - 5.2.1 Sprint模式分析 85

5.2.2	TU Media模式分析	86
5.2.3	诺基亚模式分析	87
5.2.4	上海文广模式分析	90
5.3	手机电视商业模式的完整构建	92
5.3.1	确定标准	92
5.3.2	业务定位	93
5.3.3	市场细分	94
5.3.4	运营模式	94
5.3.5	盈利模式	95
5.3.6	定价模式	95
5.3.7	推广模式	96
5.4	电信运营商手机电视运营策略探究	96
5.4.1	两条腿走路	96
5.4.2	与内容提供商进行合作	96
5.4.3	打造品牌目	97
5.4.4	创新广告收入模式	97
5.5	手机电视业务的内容链建设路径	97
5.5.1	手机电视的内容生产方式简析	97
5.5.2	手机电视的内容特点剖析	98
5.5.3	手机电视内容的详细构建方案	101
第六章	手机电视的技术标准分析	106
6.1	浅析手机电视的技术实现方式	106
6.1.1	基于移动网络技术	106
6.1.2	基于地面数字广播网技术	107
6.1.3	基于卫星传输技术	107
6.1.4	手机电视实现技术对比分析	108
6.2	手机电视技术标准与业务平台	109
6.2.1	传输技术标准	109
6.2.2	音频编解码标准	110
6.2.3	平台基本组成	111
6.3	中国手机电视技术标准的制定	113
6.3.1	CMMB与TMMB标准的比较分析	113

- 6.3.2 手机电视两大标准市场反响不 118
- 6.3.3 CDMB标准的优势与功能分析 119
- 6.3.4 我国手机电视国标的争议剖析 120
- 6.4 CMMB手机电视系统平台研究 121
 - 6.4.1 系统特点简述 121
 - 6.4.2 信源压缩技术解析 123
 - 6.4.3 复用协议解析 124
 - 6.4.4 电子业务指南 (ESG) 125
 - 6.4.5 CMMB系统的优劣势评析 126
- 6.5 手机电视承载技术综合剖析 127
 - 6.5.1 总体概述 127
 - 6.5.2 利用移动网络实现的方式 127
 - 6.5.3 利用卫星网络实现的方式 131
 - 6.5.4 利用数字地面广播实现的方式 134
 - 6.5.5 种方式的性能比较 137
- 6.6 深入剖析手机电视在移动网络中的应用 138
 - 6.6.1 移动多媒体对网络的深层次要求 138
 - 6.6.2 移动网络的承载性能透析 138
 - 6.6.3 移动网络的运行模式和系统平台 142
 - 6.6.4 移动网络版权保护模式的探讨 144
- 第七章 手机电视重点企业 146
 - 7.1 运营商分析 146
 - 7.1.1 中国移动通信集团公司 146
 - 7.1.2 中国联合网络通信集团有限公司 148
 - 7.1.3 上海东方明珠 (集团) 股份有限公司 150
 - 7.2 内容提供商分析 151
 - 7.2.1 东方龙移动信息有限公司 151
 - 7.2.2 北京中交星网宽频网络服务有限公司 152
 - 7.2.3 北京风网信息技术有限公司 153
 - 7.3 系统厂商分析 153
 - 7.3.1 广州富年电子科技有限公司 153
 - 7.3.2 西伯尔联合通信科技 (北京) 有限公司 154

7.4	终端厂商分析	155
7.4.1	韩国星电子公司	155
7.4.2	韩国LG集团	157
7.4.3	多普达通讯有限公司	159
第八章	手机电视产业发展前景分析	161(AK WZY)
8.1	全球手机电视产业前景预测	161
8.1.1	全球手机电视前景分析	161
8.1.2	全球手机电视市场规模预测	162
8.1.3	全球手机电视用户规模预测	163
8.2	中国手机电视业发展前景展望	164
8.2.1	2017年中国手机电视市场规模预测	164
8.2.2	2017-2022年我国手机电视行业预测分析	165
8.2.3	我国手机电视市场发展趋势透析	167
8.2.4	文化产业振兴规划给手机电视带来机遇	169
8.2.5	TD-MBMS手机电视未来前景看好	170

部分图表目录：

图表 1	手机电视产业链构成图	9
图表 2	日本市场各电台的手机电视定位	19
图表 3	TU Media的手机电视服务组网方案	23
图表 4	TU Media提供的内容服务	24
图表 5	韩国的DMB 卫星多媒体广播系统构成图	28
图表 6	2016年中国4G手机用户收看电视目类型比例 (%)	36
图表 7	2016年中国4G手机用户对手机电视画面流畅的满意度 (%)	37
图表 8	2016年中国4G手机电视月度花费比例 (%)	37
图表 9	半年内使用过手机电视的用户比例	71
图表 10	手机电视用户与非手机电视用户的年龄比较	72
图表 11	手机电视用户与非手机电视用户的性别比较	72
图表 12	手机电视用户与非手机电视用户学历比较	73
图表 13	手机电视用户与非手机电视用户从业性质比较	73
图表 14	手机电视用户与非手机电视用户地区比较	74
图表 15	用户对手机电视业务的了解渠道	75
图表 16	用户没有使用过手机电视服务的原因分析	76

图表 17不考虑阻碍因素而愿意定制手机电视的用户比例 76

图表 18影响用户订阅手机电视的阻碍因素比较 77

图表 19用户关注的手机电视目内容 78

图表 20用户对手机电视操作便利性认知 78

图表 21手机电视发展的内容影响因素 79

图表 22用户对手机电视的使用场景 80

图表 23用户平均每天观看手机电视目时长 80

图表 24非手机电视用户观看互联网电视的比例 81

图表 25非手机电视用户在互联网上关注的内容 81

图表 26非手机电视用户观看互联网电视直播的频率 82

图表 27移动运营商主导的商业模式 84

图表 28广电运营商主导的商业模式图 86

图表 29手机电视标准比较 95

图表 30手机电视运营模式 97

图表 31手机电视实现技术对比图 110

图表 32用户接收系统图 114

图表 33中国手机电视CMMB技术体系 116

图表 34中国手机电视TMMB系统网络结构图 119

图表 35CMMB系统 123

图表 36T-DMB、TMMB框图 125

图表 37移动多媒体广播音视频编码器逻辑框图 126

图表 38CMMB复用 127

图表 39电子业务指南框图 128

图表 40利用流媒体技术实现的手机电视业务网络结构 130

图表 41MBMS网络结构 131

图表 42MBMS宏分集技术 132

图表 43MBMS组播方式业务流程与MBMS广播方式业务流程 133

图表 45S-DMB网络结构 135

图表 46DVB-H网络结构 137

图表 47ISDB-T分层传播方式 139

图表 48HSDPA 与1x EV-DO 的参数比较 141

图表 49HSDPA仿 真分析 141

- 图表 50 Monte Carlo 仿真分析 142
- 图表 51 各种情况下的导频均值 142
- 图表 52 业务覆盖预测 143
- 图表 53 移动网络的基本业务运行模式 144
- 图表 54 常用的综合短信平台 145
- 图表 55 比较流行的版权保护商业模式 146
- 图表 56 DRM 2.0 的安全信任模型 147
- 图表 57 星电视手机竞争策略 159
- 图表 58 LG 电视手机发展概况 161
- 图表 59 2007-2016 年全球手机电视市场规模及增长 165
- 图表 60 2008-2016 年全球电视手机出货量 165
- 图表 61 2017-2022 年全球手机电视用户规模预测 166

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/284924.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。