



艾凯咨询
ICAN Consulting

2019-2025年中国移动电视广告 行业市场评估分析及发展前景调 研战略研究报告

一、调研说明

《2019-2025年中国移动电视广告行业市场评估分析及发展前景调研战略研究报告》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/295902.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

移动数字电视是一种新兴媒体，国际上称之为“第五媒体”，它的出现引起社会极大关注，被誉为最具发展前景的传播媒体。移动数字电视是通过无线数字信号发射、地面数字设备接收的方式进行电视节目播放和接收，是一种新型的、时尚的可安装于汽车上的高科技电视产品。在传输电视信号上具有高画质、高音质、高性能等独特优势，其最大的特点是在处于移动状态、时速不超过200公里的交通工具上能稳定、清晰地接收电视节目信号。河北世通华纳广告传媒有限公司于2007年1月在河北省省会石家庄成立，是世通华纳移动电视传媒集团在河北设立的全资子公司。世通华纳河北公司自成立以来，在集团的大力支持与领导下，牵手河北广电集团，共同运营河北移动数字电视。目前，河北移动数字电视已经覆盖石家庄、唐山、秦皇岛、沧州等城市的主要公交线路，受众人群每天超过345万人次。其中，在石家庄市拥有58条黄金公交线路，在1200多辆公交车上装有移动数字电视，覆盖石家庄224万人口，固定公交人群193.5万。

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家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。

报告目录：

第一部分 行业运行环境

第一章 移动电视广告行业相关概述

第一节 移动电视广告行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 移动电视广告行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 2019-2025中国移动电视广告行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第四节 移动电视广告行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 移动电视广告行业2019-2025规划概述

第一节 2013-2017移动电视广告行业发展回顾

一、2013-2017移动电视广告行业运行情况

二、2013-2017移动电视广告行业发展特点

三、2013-2017移动电视广告行业发展成就

第二节 移动电视广告行业2019-2025总体规划

一、移动电视广告行业2019-2025规划纲要

二、移动电视广告行业2019-2025规划指导思想

三、移动电视广告行业2019-2025规划主要目标

第三节 2019-2025规划解读

一、2019-2025规划的总体战略布局

二、2019-2025规划对经济发展的影响

三、2019-2025规划的主要精神解读

第三章 2019-2025经济环境分析

第一节 2019-2025世界经济发展趋势

一、2019-2025世界经济将逐步恢复增长

二、2019-2025经济全球化曲折发展

三、2019-2025新能源与节能环保将引领全球产业

四、2019-2025跨国投资再趋活跃

五、2019-2025气候变化与能源资源将制约世界经济

六、2019-2025美元地位继续削弱

七、2019-2025世界主要新兴经济体大幅提升

第二节 2019-2025我国经济面临的形势

一、2019-2025我国经济将长期趋好

二、2019-2025我国经济将围绕三个转变

三、2019-2025我国工业产业将全面升级

四、2019-2025我国以绿色发展战略为基调

第三节 2019-2025我国对外经济贸易预测

一、2019-2025我国劳动力结构预测

二、2019-2025我国贸易形式和利用外资方式预测

三、2019-2025我国自主创新结构预测

四、2019-2025我国产业体系预测

五、2019-2025我国产业竞争力预测

六、2019-2025我国经济国家化预测

七、2019-2025我国经济将面临的贸易障碍预测

八、2019-2025人民币区域化和国际化预测

九、2019-2025我国对外贸易与城市发展关系预测

十、2019-2025我国中小企业面临的外需环境预测

第二部分 行业深度分析

第四章 移动电视广告行业全球发展分析

第一节 全球移动电视广告市场总体情况分析

一、全球移动电视广告行业的发展特点

二、2016-2018年全球移动电视广告市场结构

三、2016-2018年全球移动电视广告行业发展分析

四、2016-2018年全球移动电视广告行业竞争格局

五、2016-2018年全球移动电视广告市场区域分布

第二节 全球主要国家（地区）市场分析

一、欧洲

1、欧洲移动电视广告行业发展概况

2、2016-2018年欧洲移动电视广告市场结构

3、2019-2025欧洲移动电视广告行业发展前景预测

二、北美

- 1、北美移动电视广告行业发展概况
- 2、2016-2018年北美移动电视广告市场结构
- 3、2019-2025北美移动电视广告行业发展前景预测

三、日本

- 1、日本移动电视广告行业发展概况
- 2、2016-2018年日本移动电视广告市场结构
- 3、2019-2025日本移动电视广告行业发展前景预测

四、韩国

- 1、韩国移动电视广告行业发展概况
- 2、2016-2018年韩国移动电视广告市场结构
- 3、2019-2025韩国移动电视广告行业发展前景预测

五、其他国家地区

第五章 2013-2017移动电视广告行业总体发展状况

第一节 移动电视广告行业特性分析

第二节 移动电视广告产业特征与行业重要性

第三节 2013-2017移动电视广告行业发展分析

- 一、2013-2017移动电视广告行业发展态势分析
- 二、2013-2017移动电视广告行业发展特点分析
- 三、2019-2025区域产业布局与产业转移

第四节 2013-2017移动电视广告行业规模情况分析

- 一、行业单位规模情况分析
- 二、行业人员规模状况分析
- 三、行业资产规模状况分析
- 四、行业市场规模状况分析

第五节 2013-2017移动电视广告行业财务能力分析

- 一、行业盈利能力分析与预测
- 二、行业偿债能力分析与预测
- 三、行业营运能力分析与预测
- 四、行业发展能力分析与预测

第六章 中国移动电视广告市场规模分析

第一节 2013-2017中国移动电视广告市场规模分析

第二节 2013-2017我国移动电视广告区域结构分析

第三节 2013-2017中国移动电视广告区域市场规模

一、2013-2017东北地区市场规模分析

二、2013-2017华北地区市场规模分析

三、2013-2017华东地区市场规模分析

四、2013-2017华中地区市场规模分析

五、2013-2017华南地区市场规模分析

六、2013-2017西部地区市场规模分析

第四节 2019-2025中国移动电视广告市场规模预测

第七章 我国电视广告所属行业运行分析

第一节 我国电视广告所属行业发展状况分析

一、我国电视广告行业发展阶段

二、我国电视广告行业发展总体概况

三、我国电视广告行业发展特点分析

四、我国电视广告行业商业模式分析

第二节 我国移动电视广告所属行业发展状况分析

一、我国移动电视广告行业发展阶段

二、我国移动电视广告行业发展总体概况

三、我国移动电视广告行业发展特点分析

四、我国移动电视广告行业商业模式分析

第三节 2016-2018年移动电视广告所属行业发展现状

一、2016-2018年我国移动电视广告所属行业市场规模

二、2016-2018年我国移动电视广告所属行业发展分析

三、2016-2018年中国移动电视广告企业发展分析

第四节 2016-2018年移动电视广告市场情况分析

一、2015-2018年中国移动电视广告市场总体概况

二、2016-2018年中国移动电视广告市场发展分析

第五节 我国移动电视广告市场价格走势分析

一、移动电视广告市场定价机制组成

二、移动电视广告市场价格影响因素

三、2016-2018年移动电视广告价格走势分析

四、2019-2025移动电视广告价格走势预测

第八章 2019-2025我国移动电视广告市场供需形势分析

第一节 我国移动电视广告市场供需分析

一、2016-2018年我国移动电视广告行业供给情况

1、我国移动电视广告行业供给分析

2、重点企业供给及占有份额

二、2016-2018年我国移动电视广告行业需求情况

1、移动电视广告行业需求市场

2、移动电视广告行业客户结构

3、移动电视广告行业需求的地区差异

三、2016-2018年我国移动电视广告行业供需平衡分析

第二节 移动电视广告产品（服务）市场应用及需求预测

一、移动电视广告产品（服务）应用市场总体需求分析

1、移动电视广告产品（服务）应用市场需求特征

2、移动电视广告产品（服务）应用市场需求总规模

二、2019-2025移动电视广告行业领域需求量预测

1、2019-2025移动电视广告行业领域需求产品（服务）功能预测

2、2019-2025移动电视广告行业领域需求产品（服务）市场格局预测

三、重点行业移动电视广告产品（服务）需求分析预测

第三部分 行业竞争策略

第九章 2019-2025移动电视广告行业产业结构调整分析

第一节 移动电视广告产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 2019-2025产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国移动电视广告行业参与国际竞争的战略市场定位

四、2019-2025产业结构调整方向分析

第十章 移动电视广告行业竞争力优势分析

第一节 移动电视广告行业竞争力优势分析

- 一、行业地位分析
- 二、行业整体竞争力评价
- 三、行业竞争力评价结果分析
- 四、竞争优势评价及构建建议

第二节 中国移动电视广告行业竞争力分析

- 一、我国移动电视广告行业竞争力剖析
- 二、我国移动电视广告企业市场竞争的优势
- 三、民企与外企比较分析
- 四、国内移动电视广告企业竞争能力提升途径

第三节 移动电视广告行业SWOT分析

- 一、移动电视广告行业优势分析
- 二、移动电视广告行业劣势分析
- 三、移动电视广告行业机会分析
- 四、移动电视广告行业威胁分析

第十一章 2019-2025移动电视广告行业市场竞争策略分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、移动电视广告行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

二、移动电视广告行业企业间竞争格局分析

- 1、不同地域企业竞争格局
- 2、不同规模企业竞争格局
- 3、不同所有制企业竞争格局

三、移动电视广告行业集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、企业集中度分析

- 3、区域集中度分析
- 4、各子行业集中度
- 5、集中度变化趋势

第二节 中国移动电视广告行业竞争格局综述

一、移动电视广告行业竞争概况

- 1、中国移动电视广告行业品牌竞争格局
 - 2、移动电视广告业未来竞争格局和特点
 - 3、移动电视广告市场进入及竞争对手分析
- ### 二、移动电视广告行业主要企业竞争力分析

- 1、重点企业资产总计对比分析
- 2、重点企业从业人员对比分析
- 3、重点企业营业收入对比分析
- 4、重点企业利润总额对比分析
- 5、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 2016-2018年移动电视广告行业竞争格局分析

- 一、2016-2018年国内外移动电视广告竞争分析
- 二、2016-2018年我国移动电视广告市场竞争分析
- 三、2016-2018年我国移动电视广告市场集中度分析
- 四、2016-2018年国内主要移动电视广告企业动向
- 五、2016-2018年国内移动电视广告企业拟在建项目分析

第四节 移动电视广告企业竞争策略分析

- 一、提高移动电视广告企业核心竞争力的对策
- 二、影响移动电视广告企业核心竞争力的因素及提升途径
- 三、提高移动电视广告企业竞争力的策略

第十二章 2019-2025移动电视广告行业重点企业发展形势分析

第一节 分众传媒控股有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第二节 合众传播

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 深圳移动视讯

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 安徽分寸移动电视广告有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 宁波移动电视公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节 杭州地铁移动电视广告公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四部分 投资前景展望

第十三章 2019-2025移动电视广告行业投资前景展望

第一节 移动电视广告行业2019-2025投资机会分析

一、移动电视广告投资项目分析

二、可以投资的移动电视广告模式

三、2019-2025移动电视广告投资机会

第二节 2019-2025移动电视广告行业发展预测分析

一、2019-2025移动电视广告发展分析

二、2019-2025移动电视广告行业技术开发方向

三、总体行业2019-2025整体规划及预测

第三节 未来市场发展趋势

一、产业集中度趋势分析

二、2019-2025行业发展趋势

第四节 2019-2025规划将为移动电视广告行业找到新的增长点

第十四章 2019-2025移动电视广告行业投资价值评估分析

第一节 移动电视广告行业投资特性分析

一、移动电视广告行业进入壁垒分析

二、移动电视广告行业盈利因素分析

三、移动电视广告行业盈利模式分析

第二节 2019-2025移动电视广告行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 2019-2025移动电视广告行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

1、行业活力系数比较及分析

2、行业投资收益率比较及分析

3、行业投资效益评估

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

四、新进入者应注意的障碍因素

第四节 2019-2025中国移动电视广告行业投资收益预测

一、预测理论依据

二、2019-2025中国移动电视广告行业总产值预测

三、2019-2025中国移动电视广告行业销售收入预测

四、2019-2025中国移动电视广告行业利润总额预测

五、2019-2025中国移动电视广告行业总资产预测

第十五章 2019-2025移动电视广告行业发展趋势及投资风险分析

第一节 2013-2017移动电视广告存在的问题

第二节 2019-2025发展预测分析

一、2019-2025移动电视广告发展方向分析

二、2019-2025移动电视广告行业发展规模预测

三、2019-2025移动电视广告行业发展趋势预测

第三节 2019-2025移动电视广告行业投资风险分析

一、竞争风险分析

二、市场风险分析

三、管理风险分析

四、投资风险分析

第十六章 移动电视广告行业2019-2025热点问题探讨

第一节 推进城镇化和加快新农村建设，调整优化城乡结构

第二节 发展绿色经济和移动电视广告经济，增强可持续发展能力

第三节 发挥地区比较优势，促进区域协调发展

第四节 建立扩大消费需求的长效机制研究

第五节 培育新型战略型产业，优化经济结构

第六节 2019-2025时期移动电视广告行业自身热点问题研究

一、行业技术发展热点问题

二、产业增长方式转型问题

三、行业产业链延伸问题

四、行业节能减排问题

五、行业产业转移及承接问题

第五部分 投资规划指导

第十七章 2019-2025移动电视广告行业面临的困境及对策

第一节 2018年移动电视广告行业面临的困境

第二节 移动电视广告企业面临的困境及对策

一、重点移动电视广告企业面临的困境及对策

1、重点移动电视广告企业面临的困境

2、重点移动电视广告企业对策探讨

二、中小移动电视广告企业发展困境及策略分析

1、中小移动电视广告企业面临的困境

2、中小移动电视广告企业对策探讨

三、国内移动电视广告企业的出路分析

第三节 中国移动电视广告行业存在的问题及对策

一、中国移动电视广告行业存在的问题

二、移动电视广告行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国移动电视广告市场发展面临的挑战与对策

第十八章 2019-2025移动电视广告行业投资战略研究

第一节 移动电视广告行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国移动电视广告品牌的战略思考

一、移动电视广告品牌的重要性

二、移动电视广告实施品牌战略的意义

三、移动电视广告企业品牌的现状分析

四、我国移动电视广告企业的品牌战略

五、移动电视广告品牌战略管理的策略

第三节 移动电视广告经营策略分析

一、移动电视广告市场细分策略

二、移动电视广告市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、移动电视广告新产品差异化战略

第四节 移动电视广告行业投资战略研究

一、2018年移动电视广告行业投资战略

二、2019-2025移动电视广告行业投资战略

三、2019-2025细分行业投资战略

第十九章 研究结论及投资建议（AKLT）

第一节 移动电视广告行业研究结论及建议

第二节 移动电视广告子行业研究结论及建议

第三节 移动电视广告行业2019-2025投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：移动电视广告行业生命周期

图表：移动电视广告行业产业链结构

图表：2016-2018年全球移动电视广告行业市场规模

图表：2016-2018年中国移动电视广告行业市场规模

图表：2016-2018年移动电视广告行业重要数据指标比较

图表：2016-2018年中国移动电视广告市场占全球份额比较

图表：2016-2018年移动电视广告行业销售收入

图表：2015-2018年移动电视广告行业利润总额

图表：2015-2018年移动电视广告行业资产总计

图表：2016-2018年移动电视广告行业负债总计

图表：2016-2018年移动电视广告行业竞争力分析

图表：2016-2018年移动电视广告市场价格走势

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/295902.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。