



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007-2008年中国手持电视市场 调研与投资咨询市场分析及发展 趋势研究报告

一、调研说明

《2007-2008年中国手持电视市场调研与投资咨询市场分析及发展趋势研究报告》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/42573.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

【描述】

港口作为国家重要的基础设施，在国民经济的发展中起着战略性作用。我国拥有丰富的港口资源，已开发利用的港口码头数量呈逐年递增趋势。据统计，至2005年底，全国港口已拥有万吨级以上生产泊位1030个，新增港口吞吐能力5.4亿吨。然而港口的吞吐能力仍嫌不足，沿海港口总能力仍缺口5亿吨以上；与2010年预测总需求相比，缺口可能达到20亿吨以上。交通部“十一五”规划提出，从2006年到2010年的5年间，将新增港口吞吐能力80%以上，使需求适应度接近1：1；2010年，我国港口年吞吐量预计达到61亿吨，集装箱吞吐量达到1.2亿至1.4亿标箱。根据我国的码头能力建设与所需资金的投入比估算，需要投入港口码头的基础建设资金将达4000亿元左右，政府财政独木难支。解决港口建设的巨额资金，是有关投资者和组织者面临的重要课题。

手持电视就是利用多媒体数字广播网络来收听收看广播式音频视频节目。基于移动蜂窝网络的手机电视于2004年开始启动，其中，中国基于移动蜂窝网络的手机电视用户规模于2005年达到22万户。由于受网络带宽、内容和资费等方面的限制，2006年市场发展较为缓慢。随着3G时代的来临，中国基于流媒体的手机电视市场将进入快速发展期。预计到2010年用户市场规模将达到745万户。而中国基于无线数字广播的手持电视市场于2006年进入大规模试用阶段。预计到2010年该用户市场规模将达到2219万户。

而基于无线数字广播网络的手持电视市场目前仍处于试验阶段的启动初期，但市场行为表明已出现行业高速发展契机。试验地区主要集中在北京、上海和广东，通过基于国家推荐标准DAB开展试验研究。

通过移动终端收看电视节目是技术驱动的成果，但技术日渐成熟带来的利益驱动和市场开发，更会带来标准之争。美国IMS研究公司日前发布的《全球移动电视市场全面分析报告》2006版指出，在DVB-H等技术的推动之下，从现在到2011年，手机数字电视市场的增速每年将超过50%，到2011年，手机电视用户数可期望达到5亿。

目前的手机电视技术实现形式，主要是利用传统的蜂窝通信网络传输电视视频信号来实现或者是通过地面数字广播网络来实现这两种方式。蜂窝通信网络目前带宽状况不理想，传

输成本高；而地面数字广播网络互动性不强的缺陷，又无法满足用户的个性化和娱乐需求。正是基于各自优缺点明显的实际情况，广电和电信合作的运营模式，正在被越来越多的手机厂商和电视广播公司所推崇。从全球已开展的试验和试商用情况看，手机电视试验项目多采用广播网络运营商、移动运营商、电视内容提供商合作运营的模式。下行数据通过广电网络保障传输质量，上行数据通过移动网络实现用户点播互动以及计费等业务模式最被看好。尤其是伴随3G技术的完善与应用，这个由先进网络通讯技术及数字广播电视技术孵化的新产业必将获得强势的发展契因。

本报告共九章，109页，34个图表，通过对手机电视产业中政策、技术、标准、应用、运营、市场、投资等环节的作用进行深入分析，引出我们对手机电视未来走向的判断和预测。

【 目录 】

第一章 手持电视产业概述 1

第一节 手持电视概念 1

第二节 手持电视业务范畴及业务特点 2

一、手持电视业务范畴 2

二、手持电视业务特点 2

三、专业术语及研究范畴 3

第三节 手持电视的发展需求 3

第二章 全球手持电视市场发展现状及趋势 4

第一节 全球广播方式手机电视运营市场分析 4

第二节 欧洲手持电视市场发展情况 5

第三节 美国手持电视市场发展情况 7

第四节 日本手持电视市场发展情况 9

第五节 韩国手持电视市场发展情况 12

第三章 中国手持电视市场发展现状 16

第一节 中国手持电视市场总体概述 16

一、中国手持电视总体情况 16

二、广电及通信行业政府相关政策 17

三、业务管制 18

| | |
|------------------------|----|
| 四、内容管制 | 18 |
| 五、管制政策与产业发展的相互影响 | 19 |
| 第二节 基于移动蜂窝网技术的手机电视业务发展 | 20 |
| 一、中国移动的手持电视业务发展 | 20 |
| 二、中国联通的手持电视业务发展 | 22 |
| 第三节 基于广播网络的手持电视业务发展 | 24 |
| 一、北京悦龙 | 24 |
| 二、上海文广手机电视有限公司 | 25 |
| 三、广东电视移动传播有限公司 | 26 |
| 第四节 我国手机电视面临的问题 | 27 |
| 一、管制问题 | 27 |
| 二、标准问题 | 27 |
| 三、频率资源问题 | 27 |
| 四、终端问题 | 27 |
| 五、资费问题 | 28 |
| 六、用户认知问题 | 28 |
| 第四章 手持电视的技术及实现方式分析 | 29 |
| 第一节 基于移动蜂窝网络技术 | 29 |
| 第二节 基于地面广播电视网络的技术 | 32 |
| 一、DVB-H | 33 |
| 二、T-DMB | 37 |
| 三、MEDIAFLO | 44 |
| 四、ISDB-T | 44 |
| 第三节 基于卫星广播网络的技术 | 45 |
| 一、S-DMB | 45 |
| 二、CMMB | 45 |
| 第四节 各种实现方式的优缺点比较 | 47 |
| 一、三种不同技术的特点 | 47 |
| 二、点播式手机电视优劣势 | 49 |
| 三、广播式手机电视优劣势 | 49 |
| 四、T-DMB和DVB-H标准的优缺点分析 | 50 |
| 第五节 不同技术的应用情况 | 51 |

- 一、欧洲 51
- 二、美国 51
- 三、日本、韩国 52
- 四、目前已经开展的各项手机电视承载技术的试验情况 52
- 第五章 中国手持电视上下游产业链分析 53
 - 第一节 基于移动蜂窝网络的手机电视产业链分析 55
 - 一、芯片制造商 55
 - 二、终端厂商 56
 - 三、运营商 59
 - 四、内容提供商与服务提供商 60
 - 五、DRM技术提供商 62
 - 六、消费用户 63
 - 第二节 基于广播网络的手持电视产业链分析 64
 - 一、芯片制造商 64
 - 二、终端厂商 64
 - 三、内容提供商与内容集成商 65
 - 四、CAS供应商 65
 - 五、终端渠道经销商 66
 - 六、消费用户 66
- 第六章 中国手持电视商业模式分析 67
 - 第一节 移动主导模式 67
 - 一、商业模式特征 67
 - 二、产品及市场定位 67
 - 三、盈利空间分析 70
 - 四、商业模式发展演绎 70
 - 第二节 广电主导模式 72
 - 一、商业模式特征 72
 - 二、产品及市场定位 72
 - 三、盈利空间分析 74
 - 四、商业模式发展演绎 75
 - 第三节 融合模式 76
 - 一、商业模式特征 76

- 二、产品及市场定位 78
- 三、盈利空间分析 79
- 四、商业模式发展演绎 79
- 第四节 商业模式的比较 83
 - 一、电信运营商与广电运营商的SWOT分析 83
 - 二、三种商业模式的比较 85
- 第七章 手持电视业务模式分析 87
 - 第一节 手机电视商业化进程介绍 87
 - 第二节 手持电视的业务实现方式 89
 - 第三节 手机电视业务实现模式介绍 89
 - 一、基于移动通信网络开展业务 89
 - 二、利用广播频率开展业务 90
 - 三、利用移动通信网络交换运营数据，广播频率下行视频业务的综合业务 90
 - 第四节 手持电视运营分析 91
 - 一、目标人群 91
 - 二、运营模式 91
 - 三、赢利模式 92
 - 第五节 我国手机电视业务模式的分析 93
 - 一、免费广播业务模式 93
 - 二、用户付费业务模式 95
 - 三、手机电视购物业务模式 96
 - 四、手机电视互动业务盈利模式 97
- 第八章 手持电视市场前景展望 99
 - 第一节 2005-2010年手持电视的用户预测 99
 - 一、2005-2010年全球手机电视终端市场发展预测 99
 - 二、2005-2010年我国手持电视的用户预测 101
 - 第三节 我国手机电视市场前景展望 103
 - 一、2006-2010年手机电视运营市场预测 103
 - 二、2007年内手持电视标准将落定，手机市场出现新的进入机会 104
 - 第三节 手机电视的发展建议 106
 - 一、移动网络运营商与广播电视运营商进行合作是手机电视 106
 - 二、手机电视的设计模式要做到点播方式和广播方式的结合 106

| | |
|---------------------------|-----|
| 三、互动是手机电视发展的必然趋势 | 106 |
| 第九章 中国手持电视市场发展趋势预测 | 107 |
| 第一节 基于移动蜂窝网的手机电视市场发展预测 | 107 |
| 一、影响因素分析 | 107 |
| 二、市场发展预测 | 108 |
| 第二节 基于数字多媒体广播网络手持电视市场发展预测 | 109 |
| 一、影响因素分析 | 109 |
| 二、市场发展预测 | 109 |

图表目录

| | |
|----------------------------------|----|
| 图表 1 韩国移动运营商采用3G制式标准 | 13 |
| 图表 2 中国手持电视市场主要影响因素 | 17 |
| 图表 3 通过广播网络实现手机电视的主要技术 | 32 |
| 图表 4 DVB-H网络结构示意图 | 34 |
| 图表 5 T-DMB网络架构 | 38 |
| 图表 6 基于EUREKA-147 DAB的T-DMB传送示意图 | 38 |
| 图表 7 T-DMB数字无线电广播传送帧结构 | 39 |
| 图表 8 T-DMB视频复用器的结构示意图 | 40 |
| 图表 9 T-DMB所采用的OFDM调制的主要参数 | 42 |
| 图表 10 移动网络实现技术示意图 | 47 |
| 图表 11 基于地面数字广播网的实现技术示意图 | 48 |
| 图表 12 基于卫星的实现技术示意图 | 48 |
| 图表 13 DMB 标准 | 50 |
| 图表 14 手持电视产业链 | 53 |
| 图表 15 手机电视的价值链构成 | 54 |
| 图表 16 手持电视产业链主导因素 | 54 |
| 图表 17 2005-2006年厂商推出的电视手机(部分) | 58 |
| 图表 18 移动运营商单独运营模式 | 70 |
| 图表 19 利用移动通信网自身的技术手机电视业务的特点 | 71 |
| 图表 20 利用某种移动数字广播电视技术手机电视业务的特点 | 71 |
| 图表 21 广播网络运营商单独运营模式 | 75 |
| 图表 22 广电主导模式的特点 | 76 |

- 图表 23 广播公司主导的合作模式 80
- 图表 24 移动网络运营商主导的合作模式 81
- 图表 25 免费广播业务的盈利模式 94
- 图表 26 用户付费业务盈利模式 95
- 图表 27 手机电视购物盈利模式 97
- 图表 28 手机电视互动业务盈利模式 98
- 图表 29 2005 ~ 2010年全球电视手机市场规模（单位：万部） 100
- 图表 30 2005-2010年中国手持电视用户数量一览表 102
- 图表 31 2005-2010年基于移动蜂窝网的手机电视用户规模发展情况 102
- 图表 32 2006-2010年手机电视运营市场预测 103
- 图表 33 手机电视业务模式 104
- 图表 34 用户选择使用手机电视终端的驱动因素 108

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42573.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。