艾凯咨询
ICAN Consulting

中国手持电视市场销售分析及投资价值研究报告(2012-2017年)

艾凯咨询网
www.icandata.com

一、调研说明

《中国手持电视市场销售分析及投资价值研究报告(2012-2017年)》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/216246.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

手机电视是一种具备通讯功能的通讯终端，以年轻用户为主，生活节奏快；付费习惯多元化现象明显，付费意识和付费方式受内容驱动进行多样化付费；盈利和推广是以前向服务费和互动增值服务费为主，后向广告费用为辅，通过内容及营销政策驱动市场。同时在传统电视运营体系内，由于管理机制、从业资格和用户的消费习惯已经基本形成，进入门槛较高，创新服务提供商难以充分发挥自由满足用户需求的能力优势。但手机电视业务并不纯粹是传统电视业务的移动化延伸，由于其传输网络以及用户消费习惯的差异程度较大，因此手机电视业务的发展必须将传统电视服务和互联网视频服务双方的优势加以整合，进行创新性运营体系构建和商业模式探索。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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分析
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、手持电视的技术体系
四、手持电视的运营
第三节 手持电视业务范畴及业务特点
一、手持电视业务范畴
二、手持电视业务特点
三、专业术语及研究范畴
第四节 CMMB终端相关概述
一、CMMB终端分类
二、CMMB加密终端形态
三、CMMB终端发展战略

第二章2012年国际手持电视市场发展状况分析
第一节 2012年世界手持电视产业运营环境分析

第二节 2012年世界手持电视产业发展现状分析
一、世界手持电视技术分析
二、国际品牌争食手持电视市场
三、全球手持电视运营市场分析
四、全球手机电视用户规模
五、全球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发展情况分析
一、欧洲手机电视市场发展现状
二、欧洲数字广播式手持电视市场发展情况分析
三、欧盟确立手机电视标准
第四节 2012-2017年世界手持电视产业发展趋势分析

第三章2012年世界部分国家手持电视产业运营现状及经验借鉴
第一节 美国
一、美国手机电视业务经营分析
二、美国手机电视市场升温
三、美国普及手机电视分析
四、美国手机电视发展瓶颈分析
第二节 日本
一、日本手机电视快速发展的诀窍
二、日本手持电视产业规模分析
三、日本两大运营商爆发手机电视标准战
第三节 韩国
一、韩国手持电视发展概况
二、韩国移动流媒体手机电视市场发展分析
三、韩国数字广播式手持电视市场发展分析

第四章 2012年中国手持电视产业运行环境分析
第一节　2012年中国宏观经济环境分析
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、工业发展形势（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年中国手持电视产业政策环境分析
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、管制政策与产业发展的相互影响
第三节 2012年中国手持电视产业社会环境分析
一、人口环境分析
二、教育环境分析
三、文化环境分析
四、生态环境分析
五、中国城镇化率
六、居民的各种消费观念和习惯

第五章 2012年中国手持电视市场发展态势分析
第一节 2012年中国手持电视市场总况
一、市场进入关键期需上下游合作
二、手持电视信号覆盖城市分析
三、中国手持电视行业发展基本状况及影响因素
四、手持电视发展要走差异化道路
第二节 2012年中国手持电视分地区发展状况
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手持电视信号开通
第三节 2012年我国手机电视面临的问题分析
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年中国手持电视产业市场运营状况分析
第一节 2012年中国手持电视产业市场综述
一、中国手持电视市场规模分析
二、中国手持电视用户规模分析
三、中国手持电视用户结构分析
四、手持电视潜在用户市场分析
1、娱乐
2、通信
3、资讯
第二节 2012年中国手持电视市场现状分析
一、中国手持电视终端市场规模初显
二、中国手持电视大悬念解析
三、中国手持电视终端芯片市场现状分析
第三节 2012年中国手持电视产业市场动态分析
一、爱华手持电视获CMMB优秀终端奖
二、中国手持电视覆盖率分析
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 中国手持电视市场主要影响因素分析
第一节 有利因素
一、替在用户数量巨大
二、手持电视技术日益成熟
三、广电新媒体移动增值业务发展需要
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年中国手持电视市场调查状况

第一节 2012年中国手持电视用户基本特征分析

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、用户区域构成

六、用户普及率

第二节 2012年中国手持电视用户行为

一、产品认知

二、产品内容

三、产品比较优势

四、使用习惯

第三节 2012年中国手持电视终端购买和使用行为

一、了解购买渠道

二、购买原因分析

三、使用频率分析

四、用户满意率分析

第九章 2012年中国手持电视的技术及实现方式分析

第一节 基于移动蜂窝网络技术

一、流媒体技术

二、蜂窝网广播技术

三、MBMS技术

四、BCMCS技术

第二节 基于地面广播电视网络的技术

一、DVB-H

二、T-DMB

三、MediaFLO

四、ISDB-T
第三节 基于卫星广播网络的技术
一、S-DMB
二、CMMB
第四节 各种实现方式的优缺点比
一、种不同技术的特点
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标准的优缺点分析
第五节 不同技术的应用情况
一、欧洲
二、美国
三、日本、韩国
四、各项手机电视承载技术的试验情况

第十章2012年中国手持电视产业链分析
第一节 内容流通环节
一、内容提供商
二、频道运营商
三、广电运营商
四、SP
五、电信运营商
第二节 终端生产环节
一、芯片厂商
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分析
第七节 基于广播网络的手持电视产业链分析

第十一章 2012年中国手持电视产业链及企业竞争状况
第一节 技术标准的竞争状况
一、手机电视标准竞争
二、CMMB技术标准竞争
三、TMMB技术标准竞争
第二节 芯片厂商竞争状况
一、CMMB芯片竞争状况
二、CA芯片竞争状况
第三节 终端厂商竞争状况
一、诺基亚
二、韩国星电子公司
三、北京天宇朗通通信设备有限责任公司
四、联想移动通信科技公司
五、多普达通讯有限公司
第四节 业务运营商竞争状况
一、中广移动卫星广播有限公司
二、中国移动通信集团公司
三、中国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状况
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、北京风网信息技术有限公司

第十二章 2012年中国手持电视商业模式分析
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、盈利空间分析
四、商业模式发展演绎
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、盈利空间分析
四、商业模式发展演绎
第三节 融合模式
一、商业模式特征
二、产品及市场定位
三、盈利空间分析
四、商业模式发展演绎
第四节 2012年中国手持电视商业运营模式比较
一、内容
二、传输通道
三、用户管理及收费
四、客户服务
五、终端类型
六、终端销售渠道

第十三章 国内三家数字广播式手持电视运营商案例分析
第一节 南方传媒
一、目标消费群
二、价值定位
三、销售渠道
四、客户服务
五、主要优势
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、客户服务
五、主要优势
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、客户服务
五、主要优势
六、盈利模式

第十四章2012年中国手持电视业务模式分析
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年中国手持电视运营分析
一、目标人群
二、运营模式
三、赢利模式
第五节 2012年中国手机电视业务模式的分析
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年中国手机电视产业市场运行态势分析
第一节 2012年手机电视市场发展现状分析

一、中国手机电视市场规模

二、国标统手机电视产业发展迎来破局

三、国内手机电视终端市场迅速扩张

四、江西CMMB手机电视用户发展势头迅猛

五、2010年中国手机电视正式商用

六、互动电视购物开创手机电视新时代

第二节 2012年3G助力手机电视业务发展分析

一、3G技术的基本介绍

二、3G技术为手机电视发展带来良机

三、3G时代手机电视发展的优劣势评析

四、2012年首张3G手机电视牌照落户上海

五、3G手机电视业务发展的深入思考

六、中国3G手机电视的发展策略

第三节2012年CMMB手机电视的发展分析

一、CMMB手机电视进入大规模商用阶段

二、2011 年CMMB 市场运行分析

三、2011年CMMB终端建设情况

四、2011年CMMB与TD打造G3手机电视全程直播

五、CMMB手机电视收费模式的思考

六、CMMB手机电视的运营与定位

七、CMMB手机电视的市场前景探析

八、2012-2017年CMMB发展规划

第四节 2012年中国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、中国手机电视发展存在的不足

三、中国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、中国手机电视亟待解决的重要问题

第五节 2012年中国手机电视产业发展的对策

一、促进手机电视业务发展的建议

二、手机电视产业持续增长的策略

三、手机电视发展壮大需要政策上的合作

四、中国手机电视业务发展的出路选择
五、中国手机电视的市场制胜策略探讨
六、掌握核心技术是手机产业发展的关键
七、手机电视的市场营销策略分析

第十六章2012年中国其他手持电视终端市场发展分析
第一节 中国车载移动电视市场特点分析
第二节 中国车载移动电视市场结构分析
一、产品结构
二、城市层次结构
三、区域结构
第三节 中国车载移动电视市场规模分析
第四节 中国车载视听系统市场竞争状况
第五节 中国车载移动电视市场前景展望

第十七章2012-2017年中国手持电视产业发展前景展望分析
第一节 2012-2017年中国手持电视的市场发展分析
一、2012-2017年全球手机电视终端市场发展预测
二、2012-2017年中国手持电视用户规模预测
三、2012-2017年中国手机电视市场规模预测
第二节 2012-2017年中国手持电视发展前景和趋势
一、中国手机电视市场技术发展趋势
二、中国手持电视发展前景预测
三、文化产业振兴规划给手持电视带来机遇
四、TD-MBMS手机电视未来前景看好

第十八章 2012-2017年中国手持电视行业投资战略研究
第一节 2012-2017年中国手持电视行业投资环境分析
一、宏观经济发展为手持电视产业奠定基础
二、科技的发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发展
第二节 2012-2017年中国手持电视行业投资机会分析

一、手持电视投资潜力分析
二、手持电视投资吸引力分析
第三节 2012-2017年中国手持电视行业投资风险分析
一、宏观调控风险
二、政策风险分析
三、技术风险分析
四、商业模式风险分析
第四节 2012-2017年中国手持电视行业投资建议
一、两大系统合作的重要性
二、手持电视产业链的完善
三、OEM和原创技术并举

图表目录摘要：

图表 1 国内生产总值(2012年1季度)
图表 2 GDP环比增长速度
图表 3 2012年3月居民消费价格主要数据
图表 4 2012年1-3月固定资产投资（不含农户）主要数据
图表 5 固定资产投资（不含农户）同比增长速度
图表 6 固定资产投资到位资金同比增长速度
图表 7 分地区投资相邻两月累计同比增长速度
图表 11 中国制造业PMI指数（经季节调整）
图表：CMMB终端分类
图表：2006-2011年全球手机电视用户规模
图表：韩国移动运营商采用3G制式标准
图表：2006-2012年中国基于广播网络手持电视市场规模
图表：2005-2012年中国手持电视用户规模
图表：2005-2012年中国手持电视用户规模增长趋势
图表：2010年中国手持电视用户结构
图表：2005-2012年中国基于移动蜂窝网的手机电视用户规模
图表：2005-2012年中国基于数字多媒体广播网络的手持电视用户规模
图表：2005-2012年中国手持电视用户规模及增长
图表：手机电视用户与非手机电视用户的年龄比较

图表：手机电视用户与非手机电视用户的性别比较
图表：手机电视用户与非手机电视用户学历比较
图表：手机电视用户与非手机电视用户从业性质比较
图表：手机电视用户与非手机电视用户地区比较
图表：半年内使用过手机电视的用户比例
图表：用户对手机电视业务的了解渠道
图表：用户没有使用过手机电视服务的原因分析
图表：不考虑阻碍因素而愿意定制手机电视的用户比例
图表： 影响用户订阅手机电视的阻碍因素比较
图表：用户关注的手机电视目内容
图表：用户对手机电视操作便利性认知
图表：手机电视发展的内容影响因素
图表：用户对手机电视的使用场景
图表：用户平均每天观看手机电视目时长
图表：2011年中国手持电视终端了解购买渠道
图表：2011年客户购买手持电视的原因
图表：2011年手持电视客户看电视的频率
图表：2011年中国手持电视用户满意率调查结果
图表：S-DMB组网结构图
图表：音视频编码主要系统参数和指标
图表：信道传输主要系统参数和指标
图表：S波段卫星主要系统参数和指标
图表：地面覆盖网络主要系统参数和指标
图表：手机电视实现技术对比图
图表：种不同技术的特点对比
图表：移动网络实现技术示意图
图表：基于地面数字广播网的实现技术示意图
图表：基于卫星的实现技术示意图
图表：点播式手机运营模式
图表：中国手机电视标准简介
图表：诺基亚电视手机
图表：星电视手机

图表：天语电视手机
图表：联想电视手机
图表：中国移动手机电视业务发展进程
图表：中国联通手机电视业务发展进程
图表：移动运营商单独运营模式
图表：利用移动通信网自身的技术手机电视业务的特点
图表：利用某种移动数字广播电视技术手机电视业务的特点
图表：移动运营商主导的商业模式
图表：广播网络运营商单独运营模式
图表：广电主导模式的特点
图表：广播公司主导的合作模式
图表：移动网络运营商主导的合作模式
图表：电信运营商的swot分析
图表：广电运营商的swot分析
图表：手机电视广告收入盈利模式
图表：用户付费盈利模式
图表：手机电视投票业务盈利模式
图表：2005-2012年中国手机电视业务市场规模
图表：2005-2012年中国车载公交移动电视终端增长趋势图
图表：2012年中国车载公交视听系统市场品牌结构
图表：2010-2012年中国车载视听系统终端累计数量预测
图表：2012-2017年全球手机电视用户规模预测
图表：2012-2017年中国手持电视用户规模预测
图表：2012-2017年中国手机电视市场规模预测
图表：略……

详细请访问：https://www.icandata.com/view/216246.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提供专业投资咨询报告、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。