



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国手机视频市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2022年中国手机视频市场需求及投资前景分析报告》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/284330.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

手机视频是指基于移动网络（GPRS、EDGE、3G、Wifi等网络），通过手机终端，向用户提供影视、娱乐、原创、体育、音乐等各类音视频内容直播、点播、下载服务的业务。手机视频通常需要对原始视频源进行转码、使其适合于手机观看，手机视频转码方式主要有二种：离线转码和实时转码。离线转码是指事先对视频节目源按一定的格式、码率等进行转码处理，存储后供用户通过手机访问。实时转码是指手机用户对某个节目源发出观看请求，转码系统根据该请求，呈现给用户观看。

我国视频行业高增长，但竞争激烈同质化严重。从产业链的角度，视频网站处于产业中游，属于播放渠道。随着渠道的日益丰富，渠道资源不再稀缺，而优质IP的价值日益凸显，网络视频与网络文学、动漫、游戏、影业等内容行业之间的联系也越来越紧密，有利于内容的变现和二次收益。近年来，中国网络视频用户数量和市场规模不断扩大，持续高增长。网络视频用户数2015年达5.04亿，同比增长16%，使用率为73.2%。其中，手机视频用户数4.05亿，同比增长29.5%，手机端依然是网络视频用户规模增长的主要推动力，手机网络视频使用率达65.4%，同比增长9.2个百分点。我国网络视频用户规模、增长率和使用率 我国在线视频行业市场规模

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：

第一篇 手机视频环境篇

第一章 手机视频相关概述

第一节 手机视频产业链

一、手机视频内容提供商

二、手机视频移动网络（GPRS、EDGE、3G、Wifi等网络）

三、手机终端

第二节 手机视频格式

一、3GPP格式

二、MPEG

三、*.RM

第三节 手机视频收看方式

一、视频下载观

二、即时接收观看

第四节 手机视频其它阐述

一、手机视频转换的通用参数

二、手机视频转码方式的对比

三、主流手机视频播放性能对照表

第二章 2014-2016年世界手机视频行业整体运营状况分析

第一节 2014-2016年世界手机视频领域运行环境浅析

一、世界手机产销情况

数据显示，今年第二季度全球手机出货量为 3.433 亿台，比去年同期的 3.424 亿台增加了 0.3%，比今年第一季度的 3,331 亿台增加了 3.1%。由此可见，全球智能手机的销量增长愈加放缓。

从手机厂商的角度，上季度销量排名前五的厂商分别是三星、苹果、华为、OPPO、vivo，它们一起占据了 54.9% 的手机销量。而其他厂商则被归结在 "Others" 一项中。

排名第 1 的三星上季度销量为 7700 万台，比去年同期的 7300 万台增长了 5.5%。得益于旗舰机型 S7 和 S7 edge 的出色表现，三星在手机市场的竞争中保持了领先地位。

二、世界手机浏览器市场透析

三、全球手机电视现状分析

第二节 2014-2016年世界手机视频行业市场发展格局

一、世界手机视频市场亮点分析

二、世界手机视频用户规模

三、世界手机视频市场发展动态分析

第三节 2017-2022年世界手机视频服务前景预测分析

第三章 2014-2016年全球重点国家手机视频业务市场透析

第一节 美国手机视频市场

一、美国手机视频收入分析

二、美国手机视频用户分析

三、美国手机视频需求分析

四、美国手机视频盛业模式

第二节 韩国手机视频市场

- 一、韩国手机视频发展状况
- 二、韩国手机视频商业模式
- 三、韩国手机视频运营情况
- 四、韩国手机视频发展的启示

第三节 欧洲手机视频市场

- 一、欧洲手机电视开发的成果
- 二、欧洲手机电视开发的策略
- 三、欧洲手机电视开发的不足
- 四、欧洲手机电视关注的焦点
- 五、欧洲手机电视开发模式的启示
- 五、视频应用在欧美手机市场份额增大

第四节 中国手机视频市场

- 一、手机电视市场发展现状分析
- 二、手机视频娱乐业务发展现状分析
- 三、中国手机影视市场规模
- 四、手机视频影响因素分析
- 五、国外手机视频内容研发的实践与创新
- 六、国外经验借鉴

第四章 2014-2016年中国手机视频产业运行环境解究

第一节 2014-2016年中国手机视频政策环境

- 一、我国信息产业五年规划
- 二、我国电信管理法规
- 三、我国邮电通信业税收政策
- 四、电视手机的标准及挑战

第二节 2014-2016年中国手机视频技术环境

- 一、中国手机发展方向
- 二、多媒体手机技术发展
- 三、手机电视技术与应用的发展

第三节 2014-2016年中国手机视频业务社会环境分析

- 一、手机客户端市场商业模式分析

二、全球免费手机电视用户情况

三、3G市场对手机市场的影响

第四节 2014-2016年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、社会消费品零售总额

八、对外贸易&进出口

第二篇 中国手机视频动态聚焦

第五章 2014-2016年中国手机视频行业市场运行态势剖析

第一节 2014-2016年中国手机视频行业动态聚焦

一、中国最大手机视频基地在上海开建 总投资达五亿元

二、中移动推手机视频整合营销活动

第二节 2014-2016年中国手机视频市场现状综述

一、中国手机视频业务市场规模

二、中国手机视频布局开始

第三节 2016年中国手机视频产业面临的壁垒

第六章 2014-2016年中国手机视频用户调研

第一节 用户特征

一、年龄

二、性别

三、学历

四、从业性质

五、地区

第二节 用户行为分析

一、产品认知

二、产品内容

三、产品比较优势

四、使用习惯

第三篇 商业模式运作监测

第七章 2014-2016年中国手机视频商业模式调研

第一节 手机电视商业模式分析

一、移动运营商单独运营模式

二、广播公司单独运营模式

三、合作运营模式

第二节 手机视频的业务模式（内容来源的角度划分）

一、电影公司主导模式

二、视频许可企业主导模式

三、用户主导模式

第三节 手机视频商业模式分析

一、手机视频服务与商业模式

二、3G时代手机视频商业模式

三、手机视频监控商业模式分析

第四节 手机电视商业模式透析

一、确定标准

二、业务定位

三、市场细分

四、运营模式

五、盈利模式

六、定价模式

七、推广模式

第八章 手机视频商业模式可行性评估

第一节 以无线移动通信技术为基础的商业模式

一、模式特征

二、可行性分析

第二节 以数字无线广播技术为基础的商业模式

一、模式特征

二、可行性分析

第三节 融合运营商业模式

一、模式特征

二、可行性分析

第四节 手机电视商业模式可行性评估

一、商业模式介绍

二、盈利方式分析

三、可操作性分析

四、政策风险分析

第五节 3G手机视频网站模式商业化可行性探讨

第九章 手机视频产业典型商业模式现状研究

第一节 运营商为主导

一、商业模式内涵

二、商业模式的发展现状

三、商业模式面临的问题

四、商业模式发展前景

第二节 PC视频为主导

第三节 内容商位主导

第四节 SP为主导

第十章 2014-2016年国内外手机视频典型商业模式解构

第一节 中国移动

一、企业概况

二、发展战略

三、经营状况

四、手机视频动态

五、中移动手机视频用户年增长情况

第二节 激动网

第三节 优酷网

第四节 空中网

第五节 3G门户

第六节 乐视网

第十一章 2014-2016年中国手机视频内容提供商运营情况分析

第一节 电视台

一、上海文广

1、发展背景及历程

2、节目内容

3、业务范围

二、中央电视台

三、广东南方传媒

四、中央广播电台

五、国际台（国视通讯）

六、热度传媒

第二节 通讯社

一、新华社

二、华文新闻通讯社

第三节 独立的内容制造商

一、东方龙

1、发展背景及历程

2、节目内容

3、支持终端

4、业务范围

二、空中网

三、北京风网

四、乐视移动

第四篇 手机视频关联产业透析

第十二章 2014-2016年中国手机浏览器产业深度剖析

第一节 2014-2016年中国手机浏览器行业发展概述

一、手机浏览的主要模式

二、3G推动中国手机浏览器行业兴起

三、国内第三方手机浏览器市场发展状况分析

四、国内手机浏览器行业平台化发展态势明显

第二节 2014-2016年中国手机浏览器行业发展分析

一、中国手机浏览器市场运行特点回顾

二、我国手机浏览器行业市场规模快速增长

三、我国手机浏览器市场用户规模分析

第三节 2014-2016年中国手机浏览器行业竞争综况分析

一、手机浏览器的主要竞争者及进入门槛

二、我国手机浏览器市场竞争概况

三、“入口优势”成为手机浏览器行业竞争的导火索

四、我国手机浏览器行业竞争焦点逐渐转移

五、我国手机浏览器行业推广渠道竞争日趋明显

第四节 2014-2016年中国主流手机浏览器透析

一、Opera手机浏览器

二、爱可信NF手机浏览器

三、UC WEB手机浏览器

四、QQ手机浏览器

五、GO手机浏览器

六、其它手机浏览器

第十三章 2014-2016年中国手机电视产业发展新格局探析

第一节 手机电视完整产业链

一、产业链结构分析

二、内容提供商

三、服务提供商

四、移动运营商

五、系统技术支持商

六、终端设备制造商

七、用户消费群

第二节 2014-2016年中国手机电视发展总况

一、中国手机电视市场初具规模

二、手机电视在中国市场日渐渗透

三、中国手机电视业务的实践探索

四、中国手机电视市场竞争异常激烈

第三节 2014-2016年中国手机电视市场动态聚焦

一、国标统一手机电视产业发展迎来破局

二、国内手机电视终端市场迅速扩张

三、国内终端厂商逐鹿手机电视市场

四、3G助力手机电视业务发展

五、CMMB手机电视的发展

六、中国手机电视产业存在的问题

第四节 2014-2016年中国手机电视领域主体分析

一、手机电视市场的用户分析

1、手机电视用户特征

2、手机电视用户行为

二、手机电视的商业运营分析

1、运营商分析

2、内容提供商分析

3、系统厂商分析

4、终端厂商分析

第五篇 手机视频市场前景与投资价值点评

第十四章 2017-2022年中国手机视频行业发展趋势与前景展望

第一节 2017-2022年中国手机视频行业发展前景分析

一、未来手机应用视频受追捧直播前景最好

二、手机视频监控前景

三、手机视频网站的前景

第二节 2017-2022年中国手机视频业务的发展趋势浅谈

第三节 2017-2022年中国手机视频行业市场预测分析

一、中国手机视频市场规模预测分析

二、中国手机视频用户规模预测

第四节 2017-2022年中国手机视频市场盈利预测分析

第十五章 2017-2022年中国手机视频商业模式发展建议

第一节 商业模式策略性建议

一、3G手机电视发展策略建议

二、手机视频行业发展建议

三、对运营商发展的建议

第二节 商业模式运营性建议

一、运营模式策略建议

二、政策管制方面建议

三、运营主要环节 建议

四、手机终端方面建议

五、内容及收费的建议

第十六章 2017-2022年中国手机视频行业投资价值研究(AK WZY)

第一节 2014-2016年中国手机视频领域投资概况

一、中国手机视频投资环境分析

二、中国手机视频投资关注情况

三、中国手机视频资金投入情况

第二节 2017-2022年中国手机视频行业投资机会分析

一、国内手机娱乐视频产业发展机遇分析

二、手机视频投资热点分析

三、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2017-2022年中国手机视频行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、技术风险

四、市场运营机制风险

第四节 专家投资建议

部分图表目录：

图表：2005-2016年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2016年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2016年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2016年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2016年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010-2016年我国工业增加值增速统计

图表：2005-2016年我国全社会固定资产投资额走势图（2016年不含农户）

图表：2005-2016年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：2005-2016年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2016年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2016年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2006-2016年我国人口及其自然增长率变化情况

图表：各年龄段人口比重变化情况

图表：2014-2016年中国手机视频用户性别分布情况

图表：2014-2016年中国手机视频用户年龄分布情况

图表：2014-2016年中国手机视频用户上网时长

图表：2014-2016年中国手机上网用户不使用手机视频的原因

图表：2014-2016年中国手机视频用户使用的手机视频业务

图表：2014-2016年中国手机视频用户经常访问的手机视频网站

图表：2014-2016年中国手机视频用户愿意付费的手机视频节目

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/284330.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。