

# 2023-2029年中国手机电视 市场评估与投资方向研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国手机电视市场评估与投资方向研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202308/399646.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

手机电视的概念可以有两种理解。一种是从通信学角度理解，将手机电视看作一种通信业务，人们利用3G/4G智能手机收看电视节目，由于其和传统电视比起来具有便捷性、可移动性，并且拓展了应用功能，是一种移动全新业务，深受人们喜爱。另一种是从传播学角度理解，将手机电视看作是一种电视传播媒介，利用数字电视广播网络，只要在智能手机上安装数字电视接收模块，人们就可以在自己的手机上观看到电视节目。例如，已被定为行业标准的CMMB(中国移动多媒体广播)就属于此类。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国手机电视市场评估与投资方向研究报告》共十章。首先介绍了手机电视行业市场发展环境、手机电视整体运行态势等，接着分析了手机电视行业市场运行的现状，然后介绍了手机电视市场竞争格局。随后，报告对手机电视做了重点企业经营状况分析，最后分析了手机电视行业发展趋势与投资预测。您若想对手机电视产业有个系统的了解或者想投资手机电视行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章&emsp;手机电视相关概述

1.1&emsp;手机电视的概念与特征

1.1.1&emsp;手机电视的定义

1.1.2&emsp;手机电视的个性特点

1.1.3&emsp;手机电视业务的实现方式

1.1.4&emsp;手机电视产业发展的特征

1.2&emsp;手机电视完整产业链

1.2.1&emsp;产业链结构分析

1.2.2&emsp;内容提供商

1.2.3&emsp;服务提供商

1.2.4&emsp;移动运营商

1.2.5&emsp;系统技术支持商

1.2.6&emsp;终端设备制造商

1.2.7&emsp;用户消费群

### 1.3&nbsp;手机电视的比较分析

#### 1.3.1&nbsp;与传统电视的比较

#### 1.3.2&nbsp;与CMMB的区别

#### 1.3.3&nbsp;与IPTV的比较

## 第二章&nbsp;2022年及重点国家手机电视的发展现状综述

### 2.1&nbsp;手机电视产业发展概况

#### 2.1.1&nbsp;手机电视的启动与发展

#### 2.1.2&nbsp;手机电视市场进入发展黄金期

#### 2.1.3&nbsp;手机电视用户激增

#### 2.1.4&nbsp;亚洲手机电视产业发展迅猛

#### 2.1.5&nbsp;欧洲积极推动手机电视业务发展

### 2.2&nbsp;主要国家手机电视业务的发展

#### 2.2.1&nbsp;日本手机电视市场发展特点解析

#### 2.2.2&nbsp;日本手机电视快速发展的诀窍

#### 2.2.3&nbsp;韩国手机电视业务显露颓势

#### 2.2.4&nbsp;法国手机电视市场空间广阔

### 2.3&nbsp;广播方式手机电视业发展综述

#### 2.3.1&nbsp;总体状况

#### 2.3.2&nbsp;欧洲

#### 2.3.3&nbsp;日本

#### 2.3.4&nbsp;韩国

#### 2.3.5&nbsp;美国

## 第三章 2022年中国手机电视行业运行环境分析

### 3.1 2022年中国宏观经济环境分析

#### 3.1.1 国民经济运行情况GDP(季度更新)

#### 3.1.2 消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

#### 3.1.3 全国居民收入情况（季度更新）

#### 3.1.4 恩格尔系数（年度更新）

#### 3.1.5 工业发展形势（季度更新）

### 3.2 2022年中国手机电视行业政策环境分析

#### 3.2.1&nbsp;广播电视管理条例

#### 3.2.2 互联网等信息网络传播视听节目管理办法

3.2.3&emsp;信息网络传播权保护条例

3.3 2022年中国手机电视行业社会环境分析

3.3.1&emsp;人口环境分析

3.3.2&emsp;教育环境分析

3.3.3&emsp;文化环境分析

3.3.4&emsp;生态环境分析

3.3.5&emsp;中国城镇化率

3.3.6&emsp;居民的各种消费观念和习惯

3.4 2022年中国手机电视行业技术环境分析

第四章&emsp;2022年中国手机电视产业运行动态分析

4.1&emsp;2022年中国手机电视发展概述

4.1.1&emsp;中国手机电视市场初具规模

4.1.2&emsp;手机电视在中国市场日渐渗透

4.1.3&emsp;中国手机电视业务的实践探索

4.1.4&emsp;中国手机电视市场竞争异常激烈

4.2&emsp;中国手机电视产业存在的问题

4.2.1&emsp;制约手机电视业务增长的若干因素

4.2.2&emsp;中国手机电视发展存在的不足

4.2.3&emsp;中国手机电视产业面临的主要挑战

4.2.4&emsp;手机电视领域政府合作上面临的难题

4.2.5&emsp;中国手机电视亟待解决的重要问题

4.3&emsp;中国手机电视产业发展的对策

4.3.1&emsp;促进手机电视业务发展的建议

4.3.2&emsp;手机电视产业持续增长的策略

4.3.3&emsp;手机电视发展壮大需要政策上的合作

4.3.4&emsp;中国手机电视业务发展的出路选择

4.3.5&emsp;中国手机电视的市场制胜策略探讨

4.3.6&emsp;手机电视产业发展的关键在于掌握核心技术

4.3.7&emsp;手机电视的营销策略分析

第五章 2022年中国手机电视行业市场运行走势分析

5.1&emsp;2023-2029年手机电视市场发展现状

5.1.1&emsp;2022年国标统一手机电视产业发展迎来破局

- 5.1.2&emsp;2022年中国手机电视发展热点透析
- 5.1.4&emsp;2022年终端厂商逐鹿手机电视市场
- 5.1.5&emsp;2022年我国手机电视市场发展态势
- 5.1.2&emsp;2022年中国发放首张3G手机电视牌照
- 5.1.3&emsp;乐视网发力手机电视市场
- 5.2&emsp;3G助力手机电视业务发展
- 5.2.1&emsp;3G技术的基本介绍
- 5.2.2&emsp;3G技术为手机电视发展带来良机
- 5.2.3&emsp;3G时代手机电视发展的优劣势评析
- 5.2.4&emsp;3G手机电视业务发展的深入思考
- 5.3&emsp;CMMB手机电视的发展
- 5.3.1&emsp;奥运后CMMB手机电视面临的局面剖析
- 5.3.2&emsp;2022年CMMB手机电视进入大规模商用阶段
- 5.3.3&emsp;CMMB手机电视收费模式的思考
- 5.3.4&emsp;CMMB手机电视的运营与定位
- 5.3.5&emsp;CMMB手机电视的市场前景探析
- 第六章&emsp;2022年中国手机电视市场的用户行为调研分析
- 6.1&emsp;手机电视用户特征
- 6.1.1&emsp;用户普及率
- 6.1.2&emsp;年龄
- 6.1.3&emsp;性别
- 6.1.4&emsp;学历
- 6.1.5&emsp;从业性质
- 6.1.6&emsp;地区
- 6.2&emsp;手机电视用户行为
- 6.2.1&emsp;产品认知
- 6.2.2&emsp;产品内容
- 6.2.3&emsp;产品比较优势
- 6.2.4&emsp;使用习惯
- 6.2.5&emsp;非手机电视用户
- 第七章&emsp;2022年中国手机电视的商业运营分析
- 7.1&emsp;手机电视的商业模式剖析

- 7.1.1&emsp;基本商业模式盘点
- 7.1.2&emsp;移动运营商主导的商业模式透析
- 7.1.3&emsp;广电运营商主导的商业模式透析
- 7.1.4&emsp;融合运营商业模式透析
- 7.2&emsp;国内外手机电视典型商业模式介绍
- 7.2.1&emsp;Sprint模式分析
- 7.2.2&emsp;TU&emsp;Media模式分析
- 7.2.3&emsp;诺基亚模式分析
- 7.2.4&emsp;上海文广模式分析
- 7.3&emsp;手机电视商业模式的完整构建
- 7.3.1&emsp;确定标准
- 7.3.2&emsp;业务定位
- 7.3.3&emsp;市场细分
- 7.3.4&emsp;运营模式
- 7.3.5&emsp;盈利模式
- 7.3.6&emsp;推广模式
- 7.4&emsp;电信运营商手机电视运营策略探究
- 7.4.1&emsp;两条腿走路
- 7.4.2&emsp;与内容提供商进行合作
- 7.4.3&emsp;打造品牌节目
- 7.4.4&emsp;创新广告收入模式
- 7.5&emsp;手机电视业务的内容链建设路径
- 7.5.1&emsp;手机电视的内容生产方式简析
- 7.5.2&emsp;手机电视的内容特点剖析
- 7.5.3&emsp;手机电视内容的详细构建方案
- 第八章&emsp;2022年中国手机电视的技术标准分析
- 8.1&emsp;浅析手机电视的技术实现方式
- 8.1.1&emsp;基于移动网络技术
- 8.1.2&emsp;基于地面数字广播网技术
- 8.1.3&emsp;基于卫星传输技术
- 8.2&emsp;手机电视技术标准与业务平台
- 8.2.1&emsp;传输技术标准

- 8.2.2&nbsp;音频编解码标准
- 8.2.3&nbsp;平台基本组成
- 8.3&nbsp;中国手机电视技术标准的制定
  - 8.3.1&nbsp;CMMB与TMMB标准的比较分析
  - 8.3.2&nbsp;手机电视两大标准市场反响不一
  - 8.3.3&nbsp;CDMB标准的优势与功能分析
  - 8.3.4&nbsp;我国手机电视国标的争议剖析
- 8.4&nbsp;CMMB手机电视系统平台研究
  - 8.4.1&nbsp;系统特点简述
  - 8.4.2&nbsp;信源压缩技术解析
  - 8.4.3&nbsp;复用协议解析
  - 8.4.4&nbsp;电子业务指南
  - 8.4.5&nbsp;CMMB系统的优劣势评析
- 8.5&nbsp;手机电视承载技术综合剖析
  - 8.5.1&nbsp;总体概述
  - 8.5.2&nbsp;利用移动网络实现的方式
  - 8.5.3&nbsp;利用卫星网络实现的方式
  - 8.5.4&nbsp;利用数字地面广播实现的方式
  - 8.5.5&nbsp;三种方式的性能比较
- 8.6&nbsp;深入剖析手机电视在移动网络中的应用
  - 8.6.1&nbsp;移动多媒体对网络的深层次要求
  - 8.6.2&nbsp;移动网络的承载性能透析
  - 8.6.3&nbsp;移动网络的运行模式和系统平台
  - 8.6.4&nbsp;移动网络版权保护模式的探讨
- 第九章&nbsp;中国手机电视重点企业经营态势分析
  - 9.1&nbsp;运营商分析
    - 9.1.1&nbsp;中国移动通信集团公司
    - 9.1.2&nbsp;中国联合网络通信集团有限公司
    - 9.1.3&nbsp;上海东方明珠（集团）股份有限公司
  - 9.2&nbsp;内容提供商分析
    - 9.2.1&nbsp;东方龙移动信息有限公司
    - 9.2.2&nbsp;北京中交星网宽频网络服务有限公司



9.2.3&emsp;北京风网信息技术有限公司

9.3&emsp;系统厂商分析

9.3.1&emsp;广州富年电子科技有限公司

9.3.2&emsp;西伯尔联合通信科技（北京）有限公司

9.4&emsp;终端厂商分析

9.4.1&emsp;韩国三星电子公司

9.4.2&emsp;韩国LG集团

9.4.3&emsp;多普达通讯有限公司

第十章&emsp;2023-2029年我国手机电视产业发展前景分析

10.1&emsp;手机电视产业前景预测

10.1.1&emsp;手机电视持续增长的驱动力分析

10.1.2&emsp;2022年手机电视市场规模预测

10.1.3&emsp;手机电视用户规模预测

10.2&emsp;中国手机电视业发展前景展望

10.2.1&emsp;中国手机电视市场规模预测

10.2.2&emsp;2023-2029年我国手机电视行业预测分析

10.2.3&emsp;我国手机电视市场发展趋势透析

10.2.4&emsp;文化产业振兴规划给手机电视带来机遇

10.2.5&emsp;TD-MBMS手机电视未来前景看好

图表目录：

图表：2023-2029年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2022年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2023-2029年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2023-2029年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2023-2029中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2023-2029年我国工业增加值增速统计

图表：2023-2029年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：半年内使用过手机电视的用户比例

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：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节目内容  
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节目时长  
图表：非手机电视用户观看互联网电视的比例  
更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202308/399646.html>