

# 2021-2027年中国手机电视 (mobile tv) 市场深度分析与投资前景报告

## 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

《2021-2027年中国手机电视（mobile tv）市场深度分析与投资前景报告》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/202104/214591.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（Mobile TV），手机电视就是利用具有操作系统和流媒体视频功能的智能手机观看电视的业务。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国手机电视（mobile tv）市场深度分析与投资前景报告》共十四章。首先介绍了手机电视（MOBILE TV）行业市场发展环境、手机电视（MOBILE TV）整体运行态势等，接着分析了手机电视（MOBILE TV）行业市场运行的现状，然后介绍了手机电视（MOBILE TV）市场竞争格局。随后，报告对手机电视（MOBILE TV）做了重点企业经营状况分析，最后分析了手机电视（MOBILE TV）行业发展趋势与投资预测。您若想对手机电视（MOBILE TV）产业有个系统的了解或者想投资手机电视（MOBILE TV）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 手机电视产业基础概述

#### 第一节 手机电视阐述

一、手机电视的个性特点

二、手机电视业务的实现方式

三、手机电视播放形式

四、手机电视的标准解读

#### 第二节 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

#### 第三节 手机电视的比较分析

- 一、与传统电视的比较
- 二、与cmmb的区别
- 三、与iptv的比较

## 第二章 2016-2019年全球手机电视产业运行状况分析

### 第一节 2016-2019年全球手机电视内容提供运行概况

- 一、全球手机电视发展进程
- 二、全球手机电视市场进入发展黄金期
- 三、国际广播方式手机电视业动态分析
- 四、全球手机电视用户激增
- 五、全球手机电视内容提供商市场分析

### 第二节 2016-2019年全球手机电视部分国家及运行形势分析

- 一、亚洲手机电视产业发展迅猛
- 二、欧洲积极推动手机电视业务发展
- 三、韩国手机电视业务显露颓势
- 四、法国手机电视市场空间广阔

### 第三节 2021-2027年全球手机电视产业新趋势探析

## 第三章 2016-2019年中国手机电视产业运行态势分析

### 第一节 2016-2019年中国手机电视产业总体发展概况

- 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

### 第二节 2016-2019年中国手机电视产业链透析

- 一、广电部门
- 二、电信部门
- 三、设备厂商

### 第三节 2016-2019年中国主要地区手机电视产业运行分析

- 一、上海手机电视产业发展分析
- 二、杭州手机电视产业发展分析
- 三、深圳手机电视产业发展分析

#### 四、其他地区手机电视产业发展分析

#### 第四节 2016-2019年中国手机电视产业热点问题探讨

##### 一、制约手机电视业务增长的若干因素

##### 二、手机电视领域政府合作上面临的难题

##### 三、手机电视发展面临六大问题

##### 四、广播方式的手机电视存在的问题探讨

#### 第五节 2016-2019年中国手机电视产业策略分析

##### 一、手机电视发展壮大需要政策上的合作

##### 二、手机电视产业发展的关键在于掌握核心技术

##### 三、手机电视的营销策略分析

### 第四章 2016-2019年中国手机电视产业技术标准解析

#### 第一节 浅析手机电视的技术实现方式

##### 一、基于移动网络技术

##### 二、基于地面数字广播网技术

##### 三、基于---传输技术

#### 第二节 手机电视技术标准与业务平台

##### 一、传输技术标准

##### 二、音频编解码标准

##### 三、平台基本组成

#### 第三节 中国手机电视技术标准的制定

##### 一、cmmmb与tmmb标准的比较分析

##### 二、手机电视两大标准市场反响不一

##### 三、cdmb标准的优势与功能分析

##### 四、我国手机电视国标的争议剖析

#### 第四节 cmmmb手机电视系统平台研究

##### 一、系统特点简述

##### 二、信源压缩技术解析

##### 三、复用协议解析

##### 四、电子业务指南（esg）

##### 五、cmmmb系统的优劣势评析

#### 第五节 手机电视承载技术综合剖析

- 一、总体概述
- 二、利用移动网络实现的方式
- 三、利用---网络实现的方式
- 四、利用数字地面广播实现的方式
- 五、三种方式的性能比较

#### 第六节 信源标准

- 一、mpeg-2
- 二、h.264
- 三、avs
- 四、real

#### 第七节 信道传输标准

- 一、国际三大数字电视传输标准
- 二、中国数字电视地面传输标准及其发展沿革
- 三、广播式手机电视技术及其比较
- 四、移动通信的3g标准
- 五、手机电视潜在可能的传输标准
- 六、各种手机电视标准的对比
- 七、几种手机电视标准专利情况分析

#### 第八节 深入剖析手机电视在移动网络中的应用

- 一、移动多媒体对网络的深层次要求
- 二、移动网络的承载性能透析
- 三、移动网络的运行模式和系统平台
- 四、移动网络版权保护模式的探讨

### 第五章 2016-2019年中国手机电视产业链及运营模式分析

#### 第一节 2016-2019年中国手机电视产业链构成及相互关系

- 一、产业链的构成
- 二、产业链各环节关系
- 三、产业链的利益分配

#### 第二节 2016-2019年国内手机电视运营模式对比分析

- 一、我国手机电视运营模式研究
- 二、手机电视不同商业模式对比分析

### 三、手机电视不同网络实现运营的模式分析

## 第六章2016-2019年中国手机电视的商业运营状况分析

### 第一节 手机电视的商业模式剖析

#### 一、基本商业模式盘点

#### 二、移动运营商主导的商业模式透析

#### 三、广电运营商主导的商业模式透析

#### 四、融合运营商业模式透析

### 第二节 国内外手机电视典型商业模式介绍

#### 一、sprint模式分析

#### 二、tu media模式分析

#### 三、诺基亚模式分析

#### 四、上海文广模式分析

### 第三节 手机电视商业模式的完整构建

#### 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、推广模式

### 第四节 电信运营商手机电视运营策略探究

#### 一、两条腿走路

#### 二、与内容提供商进行合作

#### 三、打造品牌节目

#### 四、创新广告收入模式

### 第五节 手机电视业务的内容链建设路径

#### 一、手机电视的内容生产方式简析

#### 二、手机电视的内容特点剖析

#### 三、手机电视内容的详细构建方案

## 第七章 手机电视市场的用户分析

### 第一节 手机电视用户特征

一、用户普及率

二、年龄

三、性别

四、学历

五、从业性质

六、地区

## 第二节 手机电视用户行为

一、产品认知

二、产品内容

三、产品比较优势

四、使用习惯

五、非手机电视用户

## 第八章 中国手机电视内容提供现状动态分析

### 第一节 中国手机电视内容提供现状综述

一、中国手机电视提供现状

二、中国手机电视新的动向

三、中国手机电视内容细分

四、中国手机电视技术影响

五、中国手机电视外来内容

六、中国手机电视交互内容

### 第二节 中国手机电视内容集成分析

一、中国手机电视集成定位

二、中国手机电视功能定位

### 第三节 中国手机电视内容格式与保护分析

一、商业目标

二、战略武器

三、移动drm原理

## 第九章 2016-2019年中国手机电视重点企业运行动态分析

### 第一节 2016-2019年中国手机电视运营商分析

一、中国移动通信集团公司



二、中国联合网络通信集团有限公司

三、上海东方明珠（集团）股份有限公司

## 第二节 2016-2019年中国手机电视内容提供商分析

一、东方龙移动信息有限公司

二、北京中交星网宽频网络服务有限公司

三、北京风网信息技术有限公司

## 第三节 2016-2019年中国手机电视系统厂商分析

一、广州富年电子科技有限公司

二、西伯尔联合通信科技（北京）有限公司

# 第十章 2016-2019年中国手机电视产业相关设备市场运行分析

## 第一节 2016-2019年中国手机电视发射设备厂商分析

一、北广电子

二、北京吉兆电子有限公司

## 第二节 2016-2019年中国手机电视传输设备厂商分析

一、北京爱立信通信系统有限公司

二、摩托罗拉(中国)电子有限公司

三、华为技术有限公司

四、中兴通讯

五、大唐电信

## 第三节 2016-2019年中国手机电视终端设备厂商分析

一、手机生产厂商

二、pda生产厂商

三、pmp生产厂商

四、其它生产厂商

## 第四节 2016-2019年中国手机电视芯片厂商分析

一、德州仪器(中国)有限公司

二、意法半导体

三、飞思卡尔半导体（中国）有限公司

四、大唐微电子技术有限公司

五、中星微电子

六、中芯国际集成电路制造（上海）有限公司

## 第十一章 2016-2019年中国手机电视产业规模分析

### 第一节 2016-2019年中国手机电视市场规模的概况

一、中国手机电视市场规模的概况

二、中国手机电视市场规模的特点

三、中国手机电视市场规模的趋势

### 第二节 2016-2019年中国手机电视市场用户规模

一、中国手机电视用户规模

二、中国pda、pmp用户情况

三、中国手机电视增值业务用户规模

## 第十二章 2021-2027年中国手机电视产业前景预测分析

### 第一节 2021-2027全球手机电视产业前景预测

一、手机电视持续增长的驱动力分析

二、2015年全球手机电视市场规模预测

三、全球手机电视用户规模预测

### 第二节 2021-2027中国手机电视业发展前景展望

一、2013年中国手机电视市场规模预测

二、我国手机电视市场发展趋势透析

三、文化产业振兴规划给手机电视带来机遇

四、td-mbms手机电视未来前景看好

## 第十三章 2016-2019年中国手机电视产业投资环境解析

### 第一节 2016-2019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 2016-2019年中国手机电视产业政策环境分析

### 一、广播电视管理条例

### 二、互联网等信息网络传播视听节目管理办法

### 三、信息网络传播权保护条例

## 第三节 2016-2019年中国手机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

## 第十四章 2021-2027年中国手机电视产业投资战略研究

### 第一节 中国手机电视产业投资概况

#### 一、中国手机电视产业投资特性

#### 二、中国手机电视产业投资价值体现

### 第二节 中国手机电视产业投资机会分析

#### 一、中国手机电视产业业务提供、集成市场投资机会

#### 二、中国手机电视产业终端设备供应市场投资机会

#### 三、中国手机电视产业运营主体投资机会

#### 四、中国手机电视产业链投资机会

### 第三节 2021-2027年中国手机电视产业投资风险及规避措施

#### 一、中国手机电视产业投资风险评估

#### 二、中国手机电视产业投资风险规避

### 第四节 投资观点

## 部分图表目录：

图表：手机电视的完整产业链

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---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---时长

图表：非手机电视用户观看互联网电视的比例

图表：非手机电视用户在互联网上关注的内容

图表：非手机电视用户观看互联网电视直播的频率

图表：移动运营商单独运营模式

图表：广播网络运营商单独运营模式

图表：融合运营商业模式模拟图

图表：融合运营商业模式的关系链

图表：美国sprint商业模式图

图表：韩国tu media商业模式图

图表：cmmb系统结构图

图表：t-dmb、tmmb框图

图表：cmmb复用框图

图表：电子业务指南框图

图表：利用流媒体技术实现的手机电视业务网络结构

图表：mbms网络结构

图表：mbms宏分集技术

图表：mbms组播方式业务流程图

图表：mbms广播方式业务流程图

图表：s-dmb网络结构

图表：dvh-h网络结构

图表：isdb-t分层传播方式

图表：hsdpa与1x ev-do的参数比较

图表：仿真的七种情况

图表：monte carlo仿真分析

图表：各种情况下的导频均值

图表：业务覆盖预测

图表：移动网络的基本业务运行模式

图表：常用的综合短信平台

图表：比较流行的版权保护商业模式

图表：drm2.0的安全信任模型

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202104/214591.html>