

# 2019-2025年中国楼宇媒体 业务行业市场分析与投资决策咨询报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

# 一、报告报价

《2019-2025年中国楼宇媒体业务行业市场分析与投资决策咨询报告》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.chinairr.org/report/R09/R0904/201903/27-290788.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

### 第一章 业务发展概述

#### 1.1 楼宇媒体业务应用分类

#### 1.2 楼宇媒体业务存在的问题与意义

##### 1.2.1 楼宇媒体业务发展现状

##### 1.2.2 楼宇媒体业务发展中存在的问题

#### 1.3 楼宇媒体对增值业务的贡献

### 第二章 价值链及商业模式分析

#### 2.1 手机流媒体业务

##### 2.1.1 价值链分析

##### 2.1.2 商业模式分析

#### 2.2 手机广播电视

##### 2.2.1 价值链分析

##### 2.2.2 商业模式分析

#### 2.3 基础视频通信业务

##### 2.3.1 价值链分析

##### 2.3.2 商业模式分析

#### 2.4 行业应用类业务

##### 2.4.1 价值链分析

##### 2.4.2 商业模式分析

### 第三章 楼宇媒体观看者结构特征

#### 3.1 消费者基本构成

##### 3.1.1 年龄结构

##### 3.1.2 性别比例

##### 3.1.3 学历结构

##### 3.1.4 收入水平

##### 3.1.5 职业构成

#### 3.2 消费者基本特征

3.2.1 消费者每月手机费用支出情况分析

3.2.2 智能手机使用情况

3.2.3 业主手机功能使用情况分析

#### 第四章 楼宇媒体业务业主行为分析及吸引力评测

4.1 楼宇媒体业务业主使用分析

4.1.1 楼宇媒体业务使用情况分析

4.1.2 楼宇媒体业务使用时间分析

4.1.3 楼宇媒体业务使用时长及频次分析

4.2 楼宇媒体内容使用分析

4.2.1 楼宇媒体内容业主偏好分析

4.2.2 楼宇媒体内容业主使用时间分析

4.2.3 楼宇媒体内容获取渠道分析

4.2.4 楼宇媒体业务业主支出分析

4.3 楼宇媒体软件认知及使用分析

4.4 楼宇媒体业务发展阻碍因素分析

4.5 楼宇媒体业务吸引力评测

4.5.1 楼宇媒体业务吸引力测评体系

4.5.2 楼宇媒体业务吸引力测评

#### 第五章 楼宇媒体业务业主行为分析及使用评价

5.1 楼宇媒体业务业主认知及使用情况分析

5.1.1 楼宇媒体业务业主认知分析

5.1.2 楼宇媒体业主使用习惯分析

5.2 楼宇媒体内容改进分析

5.3 楼宇媒体发展阻碍因素分析

5.4 楼宇媒体业主期望分析

5.4.1 楼宇媒体终端业主购买期望分析

5.4.2 楼宇媒体收费标准及模式业主期望分析

5.5 楼宇媒体业务体验综合评价

#### 第六章 视频通话业务业主行为分析及使用评价

- 6.1 视频通话业务业主认知分析
- 6.2 视频通话业务业主吸引力分析
- 6.3 视频通话资费期望分析
- 6.4 视频通话业务使用评价

## 第七章 楼宇媒体监控业主行为分析

- 7.1 业主使用行为及影响因素
  - 7.1.1 业主楼宇媒体监控业务开通情况
  - 7.1.2 业主选择开通视频监控业务的考虑因素
- 7.2 业主对手机监控费用的期望
  - 7.2.1 业主对资费的期望
  - 7.2.2 业主对设备费期望

## 第八章 楼宇媒体娱乐业务业主行为分析

- 8.1 业主对产品的认知及使用情况分析
  - 8.1.1 业主手机娱乐视频业务开始使用时间
  - 8.1.2 业主对楼宇媒体播放软件认知及使用情况
  - 8.1.3 业主对楼宇媒体的了解
- 8.2 业主的使用习惯
  - 8.2.1 业主观看视频娱乐时间段分布
  - 8.2.2 业主手机娱乐视频业务基本使用情况
  - 8.2.3 手机娱乐视频业主观看时长及频率分布
  - 8.2.4 对楼宇媒体节目内容的偏好
- 8.3 业主视频内容的来源
  - 8.3.1 业主视频内容的来源
  - 8.3.2 业主登陆下载楼宇媒体的网站选择
- 8.4 楼宇媒体使用效果评价
- 8.5 业主使用楼宇媒体业务阻碍因素分析
- 8.6 手机娱乐视频业务业主需求及期望
  - 8.6.1 楼宇媒体娱乐业务对业主吸引力评测
  - 8.6.2 业主对CMMB楼宇媒体内容的期望
  - 8.6.3 业主对楼宇媒体资费的支出及期望
  - 8.6.4 业主对楼宇媒体资费收费模式的期望

## 第九章 楼宇媒体娱乐业务营销策略建议（ZYZF）

### 9.1 楼宇媒体娱乐业务营销要素分析

#### 9.1.1 顾客的需求和期望

#### 9.1.2 业务资费

#### 9.1.3 顾客与企业的沟通

### 9.2 楼宇媒体娱乐业务营销策略建议（ZYZF）

图表目录：

图表 14 业主手机功能使用情况分析

图表 15 业主楼宇媒体业务使用情况分析

图表 16 业主楼宇媒体业务使用时间分布

图表 17 业主观看楼宇媒体时长分析

图表 18 业主楼宇媒体业务使用频次分布（一）

图表 19 业主楼宇媒体业务使用频次分布（二）

图表 20 业主楼宇媒体内容选择偏好分析

图表 21 业主观看楼宇媒体内容时段分析

图表 22 业主楼宇媒体内容获取渠道分析

图表 23 业主楼宇媒体下载/观看网站获取渠道分销

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/201903/27-290788.html>