

2021-2027年中国手机视频 行业深度研究与产业竞争格局报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国手机视频行业深度研究与产业竞争格局报告》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/R03/R0305/202109/02-425483.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

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

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。

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国手机视频行业深度研究与产业竞争格局报告》共十三章。首先介绍了手机视频行业市场发展环境、手机视频整体运行态势等，接着分析了手机视频行业市场运行的现状，然后介绍了手机视频市场竞争格局。随后，报告对手机视频做了重点企业经营状况分析，最后分析了手机视频行业发展趋势与投资预测。您若想对手机视频产业有个系统的了解或者想投资手机视频行业，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：

第一部分 行业发展现状深度剖析

第一章 中国手机视频行业发展概述

第一节 2019年中国手机视频行业发展情况分析

一、手机视频概述

二、手机视频使用格式

三、手机视频现状

四、手机视频是发展方向

五、移动视频业务分类

六、中国手机视频产业发展趋势分析

第二节 最近3-5年中国手机视频行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、风险性

五、行业周期

六、竞争激烈程度指标

七、当前行业发展所属周期阶段的判断

第三节2019年中国手机视频关联产业发展分析

一、2019年中国互联网行业发展情况分析

二、2019年手机市场发展分析

三、2019年电信行业发展分析

第二章2019年中国手机视频产业属性及产业价值链研究

第一节2019年中国手机视频产业经济属性

一、产业规模经济属性

二、产业进入壁垒

三、产业退出壁垒

第二节2019年中国手机视频产业价值链研究

一、产业价值链分析

二、产业核心价值分析

第二部分 市场供需分析

第三章2019年中国手机视频应用领域及行业供需分析

第一节2019年中国手机视频需求分析

一、手机视频行业需求市场

二、消费者需求分析

第二节2019年中国手机视频供求平衡分析及未来发展趋势

一、未来趋势分析

二、未来手机视频付费用户趋势

第三节2019年中国手机视频市场价格走势分析

一、手机视频定价分析

二、未来手机视频服务收费趋势

三、手机支付商业模式

第四章2019年中国手机视频产业链的分析

第一节 主要环节的增值空间

一、产业链增值空间分析

二、手机视频网站盈利分析

第二节 2019年中国手机视频业进入壁垒和驱动因素

一、手机视频主流业务分析

二、行业制约因素分析

三、驱动因素

第三节 2019年中国手机视频上下游行业影响及趋势分析

一、手机多媒体芯片市场分析

二、手机媒体发展趋势分析

第四节 2019年中国手机视频商业模式产业链分析

一、手机视频的产业链

二、产业链组成及责任

三、产业链各环节 代表性企业

四、产业链各产业竞争塑造及趋势

第五章 2019年中国手机视频产业发展环境研究

第一节 2019年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第一节 2019年中国手机视频产业政策环境分析

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

第二节 2019年中国手机视频产业技术环境分析

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 2019年中国手机视频产业社会环境分析

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

第六章 2019年中国手机视频市场现状及发展趋势剖析

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、美国手机视频商业模式

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、2019年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

第三部分 商业模式透析

第七章2019年中国手机视频商业模式分析

第一节2019年中国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2019年中国手机视频业务模式分析

一、手机视频业务模式

二、手机视频用户特征

三、手机视频用户行为

第三节2019年中国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2019年中国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2019年中国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 2019年中国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 中国国内外手机视频典型商业模式解构

第一节 中移动

一、企业概况

二、发展战略

三、企业经营状况

四、手机视频动态

五、手机视频用户数

第二节 激动网

一、企业概况

二、发展战略

三、企业经营状况

四、手机视频动态

五、手机视频用户数

第三节 优酷网

一、企业概况

二、发展战略

三、企业经营状况

四、手机视频动态

五、手机视频用户数

第四节 空中网

一、企业概况

二、发展战略

三、企业经营状况

四、手机视频动态

五、手机视频用户数

第五节 3G门户

一、企业概况

二、发展战略

三、企业经营状况

四、手机视频动态

五、手机视频用户数

第六节 乐视网

一、企业概况

二、发展战略

三、企业经营状况

四、手机视频动态

五、手机视频用户数

第四部分 手机视频投资方向分析

第十一章 2021-2027年国内手机视频商业模式机会与风险研究

第一节 优势

第二节 劣势

第三节 机会

第四节 风险

第十二章 2021-2027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

第十三章 2021-2027年手机视频行业投资方向预测分析

第一节 市场发展阶段

第二节 产业发展的有利因素与不利因素分析

第三节 产业发展的空白点分析

第四节 投资回报率比较高的投资方向

第五节 新进入者应注意的障碍因素

第六节 营销分析与营销模式推荐

一、手机视频拓展策略

二、手机电视发展策略

三、市场推广策略分析

图表目录：（部分）

图表：手机视频行业周期表

图表：2019年移动电话用户

图表：3G用户分类

图表：手机用户增值业务需求对比

图表：手机用户最关心功能

图表：以运营商为主体的运营模式

图表：以银行为主体的运营模式

图表：以第三方支付服务提供商为主体的运营模式

图表：银行与运营商合作的运营模式

图表：手机视频比例使用比例达。

图表：全球多媒体手机出货量及占总数量的百分比

图表：各地区的多媒体手机出货情况(2006-2011)

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：美国Sprint手机视频模式

图表：韩国TUMedia手机视频模式

图表：手机视频产业链结构

图表：移动运营商单独运营模式

图表：广播公司单独运营模式

图表：广播公司主导合作运营模式

图表：移动网络运营商主导合作运营模式

图表：合作运营中的批发模式

图表：半年内使用过手机视频服务的用户比例

图表：手机视频用户与非手机视频用户的各年龄比较

图表：手机视频用户与非手机视频用户性别比较

图表：手机视频用户与非手机视频用户学历比较

图表：手机视频用户与非手机视频用户从业性质比较

图表：手机视频用户与非手机视频用户地区比较

图表：用户对手机视频业务的了解渠道

图表：没有使用过手机视频服务的原因分析

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/202109/02-425483.html>