

# 2022-2028年中国手机电视 业务市场研究与投资战略报告

## 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

《2022-2028年中国手机电视业务市场研究与投资战略报告》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/R0304/202209/20-508881.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

目前，智能手机行业已处于成熟期，近年来，智能手机出货量呈现持续下滑的状态。而受到中国新型冠状病毒感染所引起的疫情影响，预计2020年上半年智能手机头部厂商出货量将下滑，2020年智能手机出货量或将继续下滑。

目前，智能手机行业正处于行业发展的成熟期。智能手机市场规模正在缩减。2017年，智能手机出货量达到近年的峰值，为15.07亿台，同比增长1.3%。此后，智能手机出货量开始下滑。2022年智能手机出货量为14.13亿台，同比下滑1.3%。2017-2022年智能手机出货量及增长走势 产业研究报告网发布的《2022-2028年中国手机电视业务市场研究与投资战略报告》共七章。首先介绍了中国手机电视业务行业市场发展环境、手机电视业务整体运行态势等，接着分析了中国手机电视业务行业市场运行的现状，然后介绍了手机电视业务市场竞争格局。随后，报告对手机电视业务做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国手机电视业务行业发展趋势与投资预测。您若想对手机电视业务产业有个系统的了解或者想投资中国手机电视业务行业，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1章 概念定义

#### 1.1 定义

#### 1.2 手机电视业务的分类

##### 1.2.1 基于移动网络的手机电视

##### 1.2.2 基于卫星网络的手机电视

##### 1.2.3 基于地面广播网的手机电视

#### 1.3 技术标准

##### 1.3.1 手机电视主要传输技术标准

##### 1.3.2 CMMB技术标准特点及优缺点

### 第2章 我国手机电视发展现状

#### 2.1 手机电视产业发展历程

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。手机电视的发展历程

2004-2007 第一代手机电视 主要由中国移动和中国联通两家运营商发起，基于GPRS/CDMA1&times;蜂窝移动网络，以三星/LG/NoKIA/MOTO为代表的高端多媒体手机为终端，可以下载播放流媒体视频的WAP产品。由于终端用户少、网络资费昂贵、播放流畅度低，因此发展得不太顺利。

2008-2009 第二代手机电视 主要由中国移动和中广传媒共同推出的CMMB手机电视，基于卫星通信广播网络，以嵌入CMMB模块的国产手机为终端，可以接收广播视频信号的手机产品。由于手机销量不理想，收费模式困难等问题，在服务于2008年奥运会之后就慢慢退出市场。

2010至今 第三代手机电视 主要由视频运营公司主导发起，基于3G/4G/WiFi网络，以iOS/Android智能手机为终端，可以在手机下载运行的APP产品。由于终端的大量普及，网络带宽的成熟，以及精美的界面，极佳的体验，获得了亿万用户的喜爱。

## 2.2 手机电视产业发展现状、特点

### 2.2.1 移动运营商积极推动

### 2.2.2 广电运营商全力推进

### 2.2.3 两网独立运营都有困难

### 2.2.4 多种运营模式并存

## 第3章 手机电视发展中存在问题

### 3.1 基于广播模式手机电视发展遇到问题

#### 3.1.1 产业链问题

#### 3.1.2 技术及标准问题

#### 3.1.3 终端问题

#### 3.1.4 业务模式问题

#### 3.1.5 市场问题

#### 3.1.6 内容问题

#### 3.1.7 盈利能力问题

#### 3.1.8 投资回报问题

## 3.2 基于流媒体模式手机电视发展遇到的问题

### 3.2.1 产业链问题

### 3.2.2 技术标准问题

### 3.2.3 终端问题

### 3.2.4 业务模式问题

### 3.2.5 市场问题

### 3.2.6 内容问题

### 3.2.7 盈利能力问题

### 3.2.8 投资回报问题

## 第4章 手机电视产业链分析

### 4.1 产业链组成及各自责任

#### 4.1.1 内容提供商

#### 4.1.2 服务提供商

#### 4.1.3 移动通信运营商

#### 4.1.4 设备（系统）提供商

#### 4.1.5 终端厂商

#### 4.1.6 用户

### 4.2 产业链代表企业分析

#### 4.2.1 标准及芯片企业分析

#### 4.2.2 主要CP/SP分析

#### 4.2.3 主要电信运营商分析

#### 4.2.4 主要广电运营商分析

## 第5章 手机电视商业模式分析

### 5.1 价值链分析

### 5.2 业务模式分析

### 5.3 内容开发分析

### 5.4 数字版权管理分析

### 5.5 收费模式分析

### 5.6 盈利模式分析

### 5.7 客户价值分析

## 5.8 终端发展分析

## 第6章 手机电视商业模式评估

### 6.1 手机电视商业模式评估体系

### 6.2 手机电视商业模式评估方法

### 6.3 手机电视商业模式评估

#### 6.3.1 价值链健康高效评测

#### 6.3.2 可盈利能力评测

#### 6.3.3 未来潜力评测

#### 6.3.4 不易效仿性评测

#### 6.3.5 对客户价值评测

#### 6.3.6 资源有效整合评测

#### 6.3.7 不利因素的克服评测

### 6.4 手机电视商业模式等级评估

## 第7章 手机电视商业模式创新设计建议

### 7.1 业务模型设计

#### 7.1.1 基于广播的手机电视业务模型设计

#### 7.1.2 基于流媒体的手机电视业务模型设计

### 7.2 价值链及合作模式

### 7.3 盈利模式

### 7.4 广告发展策略

### 7.5 终端发展策略

### 7.6 市场推广策略

## 图表目录：

图表 1 手机电视主要传输技术标准

图表 2 CMMB系统结构图图表

图表 3 CMMB优缺点比较图

图表 4 手机电视产业链

图表 5 T-MMB系统网络结构图

图表 6 新案线发射机原理图

图表 7 新岸线发射机测试平台原理图

图表 8 CMMB业务分析表

图表 9 上海文广移动多媒体业务合作架构

图表 10 广电运营模式手机电视产业价值链

图表 11 移动运营商运营模式手机电视产业价值链

图表 12 手机电视运营商盈利模式

图表 13 手机电视商业模式评估体系

图表 14 手机电视商业模式评估方法

图表 15 手机电视商业模式价值链健康高效性评测

图表 16手机电视商业模式可盈利能力评测

图表 17手机电视商业模式未来潜力评测

图表 18 手机电视商业模式不易效仿性评测

图表 19 手机电视商业模式对客户价值评测

图表 20 手机电视商业模式资源整合性评测

图表 21手机电视商业模式不利因素克服能力评测

图表 22手机电视商业模式综合评估

图表 23CMMB使用移动网络的双向互动示意图

更多图表请见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0304/202209/20-508881.html>