

# 2017-2022年中国手持电视 行业市场监测与发展前景评估报告

## 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

《2017-2022年中国手持电视行业市场监测与发展前景评估报告》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/R06/R0606/201702/14-225198.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 手持电视产业相关概述 20

#### 第一节 手持电视的概述 20

##### 一、手持电视的应用 20

##### 二、手持电视的技术体系 21

##### 三、手持电视的运营 21

#### 第二节 手持电视业务范畴及业务特点 22

##### 一、手持电视业务范畴 22

##### 二、手持电视业务特点 24

##### 三、专业术语及研究范畴 25

### 第二章 2014-2016年国际手持电视市场发展现状分析 26

#### 第一节 2014-2016年世界手持电视产业发展概述 26

##### 一、世界手持电视技术分析 26

##### 二、国际品牌争食手持电视市场 27

##### 三、手持电视价格分析 29

##### 四、全球手机电视用户规模 29

#### 第二节 2014-2016年欧洲手持电视市场发展情况分析 30

##### 一、欧洲基于蜂窝移动网络的手机电视市场发展情况分析 30

##### 二、欧洲数字广播式手持电视市场发展情况分析 30

##### 三、欧盟确立手机电视标准 31

#### 第三节 2017-2022年世界手持电视产业发展趋势分析 32

### 第三章 2014-2016年世界手持电视主要国家运行态势分析 33

#### 第一节 美国 33

##### 一、美国手机电视业务经营分析 33

##### 二、美国手持电视用户规模 34

##### 三、美国普及手机电视分析 35

#### 第二节 日本 36

一、日本手机电视快速发展的诀窍 36

二、日本手持电视产业规模分析 37

第三节 韩国 38

一、韩国移动流媒体手机电视市场发展分析 38

二、韩国数字广播式手持电视市场发展分析 39

第四章 2014-2016年中国手持电视产业运行环境分析 41

第一节 2014-2016年中国宏观经济环境分析 41

一、中国GDP分析 41

二、消费价格指数分析 42

三、城乡居民收入分析 45

四、社会消费品零售总额 46

五、全社会固定资产投资分析 48

六、进出口总额及增长率分析 49

第二节 2014-2016年中国手持电视产业政策环境分析 51

一、广电及通信行业政府相关政策 51

二、业务管制 52

三、内容管制 54

四、管制政策与产业发展的相互影响 55

第三节 2014-2016年中国手持电视产业社会环境分析 57

一、人口环境分析 57

二、教育环境分析 60

三、文化环境分析 61

四、生态环境分析 62

第五章 2014-2016年中国手持电视市场发展态势分析 65

第一节 2014-2016年中国手持电视市场总体概述 65

一、市场进入关键期需上下游合作 65

二、手持电视信号已覆盖城市分析 68

三、手持电视用户预计 68

第二节 2014-2016年中国手持电视市场启动在即 69

第三节 2014-2016年我国手持电视面临的问题分析 70

一、管制问题 70

二、标准问题 70

三、频率资源问题 71

四、终端问题 72

五、资费问题 72

六、用户认知问题 73

第四节 手持电视国内产品价格走势及影响因素分析 73

一、国内产品2014-2016年价格回顾 73

二、国内产品当前市场价格及评述 74

三、国内产品价格影响因素分析 74

四、2017-2022年国内产品未来价格走势预测 75

第六章 2014-2016年中国手持电视产业市场运行态势分析 76

第一节 2014-2016年中国手持电视产业市场综述 76

一、手持电视市场规模分析 76

1、手持电视行业总体规模 76

2、手持电视产能概况 77

3、2014-2016年产能分析 77

4、2017-2022年产能预测 79

二、手持电视终端市场规模初显 79

三、手持电视品牌分析 80

第二节 2014-2016年基于广播网络的手持电视业务发展分析 80

一、北京悦龙 80

二、上海文广手机电视有限公司 81

三、广东电视移动传播有限公司 82

第七章 2014-2016年中国手持电视的技术及实现方式分析 83

第一节 基于移动蜂窝网络技术 83

第二节 基于地面广播电视网络的技术 85

一、DVB-H 85

二、T-DMB 89

三、MediaFLO 90

#### 四、ISDB-T 92

### 第三节 基于卫星广播网络的技术 94

#### 一、S-DMB 94

#### 二、CMMB 100

### 第四节 各种实现方式的优缺点比较 106

#### 一、三种不同技术的特点 106

#### 二、点播式手机电视优劣势 107

#### 三、广播式手机电视优劣势 107

#### 四、T-DMB和DVB-H标准的优缺点分析 108

### 第五节 不同技术的应用情况 110

#### 一、欧洲 110

#### 二、美国 110

#### 三、日本、韩国 111

#### 四、目前已经开展的各项手机电视承载技术的试验情况 112

## 第八章 2014-2016年中国手持电视上下游产业链分析 114

### 第一节 手持电视行业上下游行业分析 114

#### 一、上游行业分析 114

#### 二、下游行业分析 122

### 第二节 2014-2016年基于广播网络的手持电视产业链分析 127

#### 一、芯片制造商 127

#### 二、终端厂商 133

#### 三、CAS供应商 137

#### 四、终端渠道经销商 139

#### 五、消费用户 141

## 第九章 2014-2016年中国手持电视商业模式分析 143

### 第一节 移动主导模式 143

#### 一、商业模式特征 143

#### 二、产品及市场定位 143

#### 三、盈利空间分析 144

#### 四、商业模式发展演绎 144

## 第二节 广电主导模式 145

## 第三节 融合模式 146

## 第四节 商业模式的比较 148

### 一、电信运营商与广电运营商的SWOT分析 148

### 二、三种商业模式的比较 151

## 第十章 2014-2016年中国手持电视业务模式分析 154

### 第一节 手机电视商业化进程介绍 154

### 第二节 手持电视的业务实现方式 156

### 第三节 手机电视业务实现模式介绍 160

#### 一、基于移动通信网络开展业务 160

#### 二、利用广播频率开展业务 161

#### 三、利用移动通信网络交换运营数据，广播频率下行视频业务的综合业务 164

### 第四节 2014-2016年中国手持电视运营分析 166

#### 一、目标人群 166

#### 二、运营模式 166

#### 三、赢利模式 167

### 第五节 2014-2016年中国手机电视业务模式的分析 169

#### 一、免费广播业务模式 169

#### 二、用户付费业务模式 170

#### 三、手机电视购物业务模式 170

#### 四、手机电视互动业务盈利模式 171

## 第十一章 2014-2016年中国手机电视产业市场运行态势分析 174

### 第一节 2014-2016年手机电视市场发展现状分析 174

#### 一、我国手持电视行业发展现状 174

#### 二、中国手持电视产品技术分析 179

#### 三、中国手持电视行业存在的问题 194

#### 四、对中国手持电视市场的分析及思考 196

### 第二节 2014-2016年CMMB手机电视的发展分析 208

#### 一、奥运后CMMB手机电视面临的局面剖析 208

#### 二、CMMB手机电视进入大规模商用阶段 209

- 三、CMMB手机电视收费模式的思考 210
- 四、CMMB手机电视的运营与定位 211
- 五、CMMB手机电视的市场前景探析 211

## 第十二章 2017-2022年中国手持电视产业发展前景展望分析 213

### 第一节 2017-2022年中国手持电视的用户预测分析 213

- 一、全球手机电视终端市场发展预测 213
- 二、我国手持电视的用户预测 214
- 三、手机电视运营市场预测 215

### 第二节 2017-2022年中国手持电视行业发展前景预测分析 215

- 一、2017-2022年中国手持电视行业发展预测分析 215
- 二、未来手持电视发展分析 215
- 三、未来手持电视行业技术开发方向 219

### 四、总体行业“十三五”整体规划及预测 220

### 第三节 2017-2022年中国手持电视行业市场前景分析 222

- 一、产品差异化是企业发展的方向 222
- 二、渠道重心下沉 224

## 第十三章 2017-2022年中国手持电视行业投资战略研究 227

### 第一节 2014-2016年中国手持电视行业投资策略分析 227

- 一、手持电视投资策略 227
- 二、手持电视投资筹划策略 228
- 三、2016年手持电视品牌竞争战略 231

### 第二节 2017-2022年中国手持电视行业品牌建设策略 233

- 一、手持电视的规划 233
- 二、手持电视的建设 234
- 三、手持电视业成功之道 234

## 第十四章 市场指标预测及行业项目投资建议 235

### 第一节 中国手持电视行业市场发展趋势预测 235

### 第二节 手持电视产品投资机会 235

### 第三节 手持电视产品投资趋势分析 235



#### 第四节 项目投资建议 236

- 一、行业投资环境考察 236
- 二、投资风险及控制策略 237
- 三、产品投资方向建议 237
- 四、项目投资建议 238
  - 1、技术应用注意事项 238
  - 2、项目投资注意事项 239
  - 3、生产开发注意事项 242
  - 4、销售注意事项 243

### 第十五章 手持电视行业市场竞争策略分析 245

#### 第一节 行业竞争结构分析 245

- 一、现有企业间竞争 245
- 二、潜在进入者分析 245
- 三、替代品威胁分析 246
- 四、供应商议价能力 246
- 五、客户议价能力 247

#### 第二节 手持电视市场竞争策略分析 248

- 一、手持电视市场增长潜力分析 248
- 二、手持电视产品竞争策略分析 249
- 三、典型企业产品竞争策略分析 250

#### 第三节 手持电视企业竞争策略分析 251

- 一、2017-2022年我国手持电视市场竞争趋势 251
- 二、2017-2022年手持电视行业竞争格局展望 251
- 三、2017-2022年手持电视行业竞争策略分析 252

### 第十六章 手持电视国内重点生产厂家分析 254

#### 第一节 爱国者数码科技有限公司 254

- 一、企业基本概况 254
- 二、2014-2016年企业经营与财务状况分析 256
  - (一) 企业偿债能力分析 256
  - (二) 企业运营能力分析 258

(三) 企业盈利能力分析	261
三、2014-2016年企业竞争优势分析	262
四、企业未来发展战略与规划	265
第二节 中兴通讯股份有限公司	266
一、企业基本概况	266
二、2014-2016年企业经营与财务状况分析	266
(一) 企业偿债能力分析	266
(二) 企业运营能力分析	268
(三) 企业盈利能力分析	271
三、2014-2016年企业竞争优势分析	272
四、企业未来发展战略与规划	274
第三节 联想集团	275
一、企业基本概况	275
二、2014-2016年企业经营与财务状况分析	276
(一) 企业偿债能力分析	276
(二) 企业运营能力分析	278
(三) 企业盈利能力分析	281
三、2014-2016年企业竞争优势分析	282
四、企业未来发展战略与规划	282
第四节 长虹电子集团有限公司	283
一、企业基本概况	283
二、2014-2016年企业经营与财务状况分析	284
(一) 企业偿债能力分析	284
(二) 企业运营能力分析	286
(三) 企业盈利能力分析	289
三、2014-2016年企业竞争优势分析	290
四、企业未来发展战略与规划	293
第五节 创维集团有限公司	294
一、企业基本概况	294
二、2014-2016年企业经营与财务状况分析	295
(一) 企业偿债能力分析	295
(二) 企业运营能力分析	297

- (三) 企业盈利能力分析 300
- 三、2014-2016年企业竞争优势分析 301
- 四、企业未来发展战略与规划 302
- 第六节 中国长城计算机深圳股份有限公司 302

- 一、企业基本情况 302
- 二、2014-2016年企业经营与财务状况分析 303
  - (一) 企业偿债能力分析 303
  - (二) 企业运营能力分析 305
  - (三) 企业盈利能力分析 308
- 三、2014-2016年企业竞争优势分析 310
- 四、企业未来发展战略与规划 311

## 第十七章 手持电视地区销售分析 312

### 第一节 中国手持电视区域销售市场结构变化 312

#### 第二节 手持电视“东北地区”销售分析 312

- 一、2014-2016年东北地区销售规模 312
- 二、东北地区“规格”销售分析 313
- 三、2017-2022年东北地区“规格”销售规模分析 313

#### 第三节 手持电视“华北地区”销售分析 313

- 一、2014-2016年华北地区销售规模 313
- 二、华北地区“规格”销售分析 314
- 三、2017-2022年华北地区“规格”销售规模分析 314

#### 第四节 手持电视“华南地区”销售分析 315

- 一、2014-2016年华南地区销售规模 315
- 二、华南地区“规格”销售分析 315
- 三、2017-2022年华南地区“规格”销售规模分析 315

#### 第五节 手持电视“华东地区”销售分析 316

- 一、2014-2016年华东地区销售规模 316
- 二、华东地区“规格”销售分析 316
- 三、2017-2022年华东地区“规格”销售规模分析 316

#### 第六节 手持电视“华中地区”销售分析 317

- 一、2014-2016年华中地区销售规模 317

二、华中地区&ldquo;规格&rdquo;销售分析	317
三、2017-2022年华中地区&ldquo;规格&rdquo;销售规模分析	318
第七节 手持电视&ldquo;西北地区&rdquo;销售分析	318
一、2014-2016年西北地区销售规模	318
二、西北地区&ldquo;规格&rdquo;销售分析	318
三、2017-2022年西北地区&ldquo;规格&rdquo;销售规模分析	319
第八节 手持电视&ldquo;西南地区&rdquo;销售分析	319
一、2014-2016年西南地区销售规模	319
二、西南地区&ldquo;规格&rdquo;销售分析	320
三、2017-2022年西南地区&ldquo;规格&rdquo;销售规模分析	320

## 图表目录：

图表1 美国移动VOD消费量以及移动电视和VOD用户数量的预测	34
图表2 1998-2016年国内生产总值季度累计同比增长率（%）	41
图表3 2000-2016年居民消费价格指数（上年同月=100）	44
图表4 2006-2016年农村居民人均纯收入及其增长速度	45
图表5 2006-2016年城镇居民人均可支配收入及其增长速度	46
图表6 2000-2016年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）	47
图表7 2001-2016年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）	48
图表8 2000-2016年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）	50
图表9 2006-2016年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数	60
图表10 移动多媒体广播电视系统总体构成	77
图表11 2015年中国集成电路产量分省市统计	115
图表12 2016年我国集成电路产量分省市统计	116
图表13 融合运营模式模拟图	147
图表14 电信和广电在IPTV市场上的SWTO分析	151
图表15 我国网民对便携式电子产品移动互联网功能和价格的选择分析	175
图表16 台电 M55	197
图表17 OPPO K39	198
图表18 长城 C31	201
图表19 飞利浦 SA065	202
图表20 纽曼CTV50	203

图表21 爱国者 CM5228 204

略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R06/R0606/201702/14-225198.html>