

2015-2020年中国手机视频 市场监测及投资规划建议报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国手机视频市场监测及投资规划建议报告》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.bosidata.com/tongxun1502/5012851YJH.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2024-12-23

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

数据显示，2010年全球手机出货量为13.92亿部，2011年全球手机出货量上升至15.46亿部，同比增长11.1%。2012年全球手机出货量达到17.38亿部,同比增长12.4%。2013年，全球手机出货量为18.22亿部，同比增长4.8%。与传统功能手机相比，智能手机的增长速度明显，趋势预测更加广阔。2011年全球智能手机总出货量为4.9亿部，较2010年的3.05亿部增长61.3%，2012年全球智能手机出货量上升到7.25亿部,较上年增长49.0%。2013年，全球智能手机出货量上升到10.04亿部，较上年持续增长38.4%。预计，未来智能手机市场仍将保持较好的增长势头。

2008-2013 年全球手机出货量

资料来源：博思数据整理

目前，中国已成为全球重要的手机生产基地，全球著名手机厂商如三星等都在中国建立了生产基地。根据工信部《2013年电子信息产业统计公报》统计，2013年，我国手机出货量占全球出货量的比重达到81.11%，名列世界第一。中国已经成为全球最重要的手机生产和销售基地。

2008年-2013年中国国内市场手机出货量如下：

资料来源：博思数据整理

目前新兴视频传播渠道呈现快速融合增长态势，具体表现为：有线网络视频行业平稳增长；受益于电信的强力推广，IPTV用户蓬勃发展；网络视频快速增长，但盈利前景不容乐观；手机视频作为新兴的传播渠道，得益于智能机普及强势拉动用户消费增长、运营商提高无线网络下载速度、资费价格下降等因素，处于快速融合增长阶段。

博思数据发布的《2015-2020年中国手机视频市场监测及投资规划建议报告》共十六章。首先介绍了手机视频相关概述、中国手机视频市场运行环境等，接着分析了中国手机视频市场发展的现状，然后介绍了中国手机视频重点区域市场运行形势。随后，报告对中国手机视频重点企业经营状况分析，最后分析了中国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监测数据，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 手机视频相关概述 1

第一节 手机视频产业链 1

一、手机视频内容提供商 1

二、手机视频移动网络 1

第二节 手机视频格式 2

一、3GPP格式 2

二、MPEG 2

三、*.RM 2

第三节 手机视频其它阐述 3

一、手机视频转换的通用参数 3

二、手机视频转码方式的对比 5

三、主流手机视频播放性能对照表 6

第二章 2014-2015年世界手机视频行业市场分析 8

第一节 2014-2015年世界手机视频领域运行环境浅析 8

一、世界手机产销情况 8

二、世界手机浏览器市场透析 8

三、全球手机电视现状分析 9

第二节 2014-2015年世界手机视频行业市场格局 12

一、世界手机视频市场亮点分析 12

二、世界手机视频用户规模 14

三、世界手机视频市场发展动态分析 15

第三节 2015-2020年世界手机视频服务趋势分析分析 15

第三章 2014-2015年全球重点国家手机视频业务市场透析 17

第一节 美国手机视频市场 17

一、美国手机视频收入分析 17

二、美国手机视频用户分析 17

三、美国手机视频需求分析 18

四、美国手机视频商业模式 19

第二节 韩国手机视频市场 20

一、韩国手机视频发展状况 20

二、韩国手机视频商业模式 22

三、韩国手机视频运营情况 23

四、韩国手机视频发展的启示	26
第三节 欧洲手机视频市场	29
一、欧洲手机电视开发的成果	29
二、欧洲手机电视开发的策略	32
三、欧洲手机电视开发的不足	34
四、欧洲手机电视关注的焦点	36
五、欧洲手机电视开发模式的启示	37
六、视频应用在欧美手机市场份额增大	38
第四节 中国手机视频市场	39
一、手机电视市场发展现状分析	39
二、手机视频娱乐业务发展现状分析	50
三、中国手机影视市场规模	52
四、手机视频影响因素分析	55
五、国外手机视频内容研发的实践与创新	56
六、国外经验借鉴	59
第四章 2014-2015年中国手机视频产业发展环境分析	62
第一节 2014-2015年中国手机视频政策环境	62
一、我国信息产业五年规划	62
二、我国电信管理法规	63
三、我国邮电通信业税收政策	69
四、电视手机的标准及挑战	70
第二节 2014-2015年中国手机视频技术环境	72
一、中国手机发展方向	72
二、多媒体手机技术发展	83
三、手机电视技术与应用的发展	83
第三节 2014-2015年中国手机视频业务社会环境分析	87
一、手机客户端市场商业模式分析	87
二、全球免费手机电视用户情况	88
三、3G市场对手机市场的影响	88
第四节 国内宏观经济环境分析	89
一、GDP历史变动轨迹分析	89
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	95

三、2014-2015年中国宏观经济发展预测分析	102
第五章 2014-2015年中国手机视频行业市场供需分析剖析	107
第一节 2014-2015年中国手机视频行业动态聚焦	107
一、中国手机安全产业进入行业标准卡位战	107
二、不合格手机名单三星HTC榜上有名	108
第二节 2014-2015年中国手机视频市场现状综述	108
一、中国手机视频业务市场规模	108
二、中国手机视频布局	110
第三节 2014-2015年中国手机视频产业面临的壁垒	111
第六章 2014-2015年中国手机视频用户调研	119
第一节 用户特征	119
一、年龄	119
二、性别	120
三、学历	121
第二节 用户行为分析	122
一、产品认知	122
二、产品内容	122
三、产品比较优势	122
第七章 2014-2015年中国手机视频商业模式调研	123
第一节 手机电视商业模式分析	123
一、移动运营商单独运营模式	123
二、广播公司单独运营模式	123
三、合作运营模式	125
第二节 手机视频的业务模式（内容来源的角度划分）	129
一、电影公司主导模式	129
二、视频许可企业主导模式	129
三、用户主导模式	129
第三节 手机视频商业模式分析	130
一、手机视频服务与商业模式	130
二、3G时代手机视频商业模式	130
三、手机视频监控商业模式分析	132
第四节 手机电视商业模式透析	134

一、确定标准	134
二、业务定位	135
三、市场细分	136
四、运营模式	136
五、盈利模式	137
六、定价模式	138
七、推广模式	138
第八章 手机视频商业模式可行性评估	146
第一节 以无线移动通信技术为基础商业模式	146
一、模式特征	146
二、可行性分析	146
第二节 以数字无线广播技术为基础商业模式	147
一、模式特征	147
二、可行性分析	147
第三节 融合运营商业模式	148
一、模式特征	148
二、可行性分析	148
第四节 手机电视商业模式可行性评估	149
一、商业模式介绍	149
二、盈利方式分析	151
三、可操作性分析	152
四、政策风险分析	154
第五节 3G手机视频网站模式商业化可行性探讨	155
第九章 手机视频产业典型商业模式现状研究	157
第一节 运营商为主导	157
一、商业模式内涵	157
二、商业模式的发展现状	158
三、商业模式面临的问题	165
四、商业模式趋势预测	165
第二节 PC视频为主导	167
第三节 内容商位主导	172
第四节 SP为主导	179

第十章 2014-2015年国内外手机视频典型商业模式解构	182
第一节 中国移动	182
一、企业概况	182
二、竞争力分析	192
第二节 激动网	193
第三节 优酷网	196
第四节 空中网	199
第五节 3G门户	201
第六节 乐视网	205
第十一章 2014-2015年中国手机视频内容提供商运营情况分析	208
第一节 电视台	208
一、上海文广	208
二、中央电视台	210
三、广东南方传媒	215
四、中央广播电台	216
五、国际台（国视通讯）	217
第二节 通讯社	218
一、新华社	218
二、华文新闻通讯社	219
第三节 独立的内容制造商	219
一、空中网	219
二、北京风网	220
三、乐视移动	221
第十二章 2014-2015年中国手机浏览器产业深度剖析	222
第一节 2014-2015年中国手机浏览器行业发展概述	222
一、手机浏览的主要模式	222
二、3G推动中国手机浏览器行业兴起	223
三、国内第三方手机浏览器市场发展状况分析	224
四、国内手机浏览器行业平台化发展态势明显	226
第二节 2014-2015年中国手机浏览器行业发展分析	227
一、中国手机浏览器市场运行特点回顾	227
二、我国手机浏览器行业市场规模快速增长	228

三、我国手机浏览器市场用户规模分析	229
第三节 2014-2015年中国手机浏览器行业竞争综况分析	231
一、手机浏览器的主要竞争者及进入门槛	231
二、我国手机浏览器市场竞争概况	232
三、“入口优势”成为手机浏览器行业竞争的导火索	234
四、我国手机浏览器行业竞争焦点逐渐转移	235
五、我国手机浏览器行业推广渠道竞争日趋明显	236
第四节 2014-2015年中国主流手机浏览器透析	237
一、Opera手机浏览器	237
二、爱可信NF手机浏览器	238
三、UCWEB手机浏览器	239
四、QQ手机浏览器	239
五、GO手机浏览器	241
第十三章 2014-2015年中国手机电视产业发展新格局探析	242
第一节 手机电视完整产业链	242
一、产业链结构分析	242
二、内容提供商	242
三、服务提供商	244
四、移动运营商	245
五、系统技术支持商	246
六、终端设备制造商	246
七、用户消费群	246
第二节 2014-2015年中国手机电视发展总况	247
一、中国手机电视市场初具规模	247
二、手机电视在中国市场日渐渗透	248
三、中国手机电视业务的实践探索	248
四、中国手机电视市场竞争异常激烈	250
第十四章 2015-2020年中国手机视频行业发展趋势与前景展望	252
第一节 2015-2020年中国手机视频行业趋势预测分析	252
一、未来手机应用视频受追捧直播前景最好	252
二、手机视频监控前景	253
三、手机视频网站的前景	254

第二节 2015-2020年中国手机视频业务的发展趋势浅谈	255
第三节 2015-2020年中国手机视频行业市场预测分析	258
一、中国手机视频市场规模预测分析	258
二、中国手机视频用户规模预测	259
第四节 2015-2020年中国手机视频市场盈利预测分析	260
第十五章 2015-2020年中国手机视频商业模式发展建议	262
第一节 商业模式策略性建议	262
一、3G手机电视投资策略建议	262
二、手机视频行业发展建议	265
三、对运营商发展的建议	267
第二节 商业模式运营性建议	268
一、运营模式策略建议	268
二、政策管制方面建议	272
三、运营主要环节 建议	273
四、手机终端方面建议	275
五、内容及收费的建议	276
第十六章 2015-2020年中国手机视频行业投资价值研究	277
第一节 2014-2015年中国手机视频领域投资概况	277
一、中国手机视频投资环境分析	277
二、中国手机视频投资关注情况	282
三、中国手机视频资金投入情况	283
第二节 2015-2020年中国手机视频行业投资机会分析	284
一、国内手机娱乐视频产业发展机遇分析	284
二、手机视频投资热点分析	285
三、与产业链相关的投资机会分析	286
第三节 2015-2020年中国手机视频行业投资前景预警	286
一、市场竞争风险	286
二、技术风险	287
三、市场运营机制风险	288
第四节 专家投资建议	288

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：略……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tongxun1502/5012851YJH.html>