

2011-2015年中国移动多媒体行业市场分析与投资前景研究报告

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

《2011-2015年中国移动多媒体行业市场分析与投资前景研究报告》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/tongxun1011/U151043RHX.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】2010-11-05

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国移动多媒体行业市场分析与投资前景研究报告》共十四章。首先介绍了移动多媒体技术与标准、中国移动多媒体产业发展环境等，接着分析了中国移动多媒体产业运行的现状，然后介绍了中国移动多媒体广播电视业务市场状况、中国移动多媒体广播（CMMB）产业运行态势等。随后，报告对中国移动多媒体内容/服务提供商做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动多媒体产业发展趋势与投资预测。您若想对移动多媒体产业有个系统的了解或者想投资移动多媒体行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

手机电视作为融合媒体具有高度的整合性,它是移动互联网与广播电视以及手机终端深度融合的产物,传播形态上能够整合文字、音频、视频等形式的多媒体信息,从早期短信、彩信、飞信的传播,到手机WAP网站、手机报、手机电视、视频直播等,多媒体形态是手机媒体的发展方向,手机电视是3G时代最有前景的多媒体业务。在技术形式上,手机电视打破了传统产业尤其是通讯业与传媒业等之间的界限,其产业链中的内容提供商、渠道运营商、终端厂商等之间不再泾渭分明,它们的角色开始相互渗透和融合,你中有我,我中有你,手机电视不仅是广电业与电信业的融合,其未来发展将整合如文化、娱乐、金融、交通等更多行业,是“产业融合的移动革命”,这也将对传媒等诸多行业带来新的挑战和发展机遇。

第一章 移动多媒体技术与标准分析

第一节 世界手机电视标准

- 一、欧洲DVB-H标准
- 二、美国MEDIAFLO标准
- 三、日本ISDB-T标准
- 四、韩国T-DMB标准

第二节 中国手机电视标准

- 一、CMMB
- 二、TMMB
- 三、DAB
- 四、TD-MBMS

第二章 2010年中国移动多媒体产业发展环境分析

第一节 2010年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2010年中国移动多媒体产业发展政策环境分析

- 一、产业政策分析
- 二、相关产业政策影响分析
- 三、产业发展规划

第三节 2010年中国移动多媒体产业发展社会环境分析

第三章 2010年世界移动多媒体产业发展状况分析

第一节 2010年世界移动多媒体产业运行概况

- 一、世界移动多媒体产业特点分析
- 二、世界移动多媒体市场分析
- 三、世界移动多媒体产业竞争分析

第二节 2010年世界移动多媒体产业主要国家运行情况分析

- 一、美国
- 二、日本
- 三、韩国

第三节 2011-2015年世界移动多媒体产业发展趋势分析

第四章 2010年中国移动多媒体产业链运行形势分析

第一节 2010年中国移动多媒体产业链分析

- 一、内容提供商
- 二、业务提供商
- 三、移动通信网络运营商
- 四、广电网络运营商
- 五、系统设备提供商
- 六、终端厂商
- 七、用户

第二节 2010年中国移动多媒体运营模式分析

- 一、广电主导
- 二、电信主导
- 三、广电、电信合作

第五章 2010年中国移动多媒体广播电视业务市场状况分析

第一节 2010年中国移动多媒体广播电视的运营主体

- 一、DAB运营主体
- 二、流媒体手机电视运营主体
- 三、中国移动多媒体广播电视（CMMB）运营主体

第二节 2010年中国移动多媒体广播电视运营业务发展状况分析

- 一、DAB运营业务发展状况
- 二、流媒体手机电视运营业务发展状况
- 三、中国移动多媒体广播电视（CMMB）运营发展状况
- 四、我国建成全球最大移动多媒体广播电视网

第三节 我国移动多媒体广播电视技术应用领域日益广泛

第六章 2010年中国移动多媒体广播电视（CMMB）运营分析

第一节 2010年中国移动多媒体广播电视运营模式

- 一、广电独立运营模式
- 二、合作运营模式

第二节 2010年中国移动多媒体广播电视盈利模式

- 一、用户订阅模式
- 二、广告盈利模式
- 三、增值服务模式

第三节 2010年中国移动多媒体广播电视收费模式

- 一、与终端捆绑销售的模式
- 二、与电信运营商合作收费模式
- 三、电子商务收费模式

第七章 2010年中国移动多媒体广播（CMMB）产业运行态势分析

第一节 2010年中国移动多媒体广播（CMMB）产业动态分析

一、中国移动、中广移动争抢CMMB产业链话语权

二、CMMB天津资费方案出炉 睛彩体验活动开始

三、全国最大CMMB体验中心落户重庆

第二节 2010年中国移动多媒体广播（CMMB）运行综述

一、CMMB产业化加速 SMD解密或成最大推手

二、CMMB产业运营步伐不断加快

三、移动多媒体广播覆盖情况

四、移动集成TD+CMMB 明年G3上网本规模达百万

第三节 2010年中国移动多媒体广播（CMMB）网络建设分析

一、网络建设规划

二、网络建设现状

第四节 2010年中国移动多媒体广播（CMMB）产业化进展分析

一、总况

二、CMMB城市进展

三、其他城市发展

第五节 2010年中国移动多媒体广播（CMMB）业务与服务模式

一、公共服务平台

二、基本业务平台

三、扩展业务平台

四、服务模式

第八章 2010年中国移动多媒体广播（CMMB）产业运行解析

第一节 2010年中国DAB网络建设分析

一、网络建设规划

二、网络建设现状

三、中国DAB产业化进展分析

第二节 2010年中国TMMB的发展现状分析

一、TMMB发展只能走多方合作道路

二、TMMB发展取决于移动运营商态度

三、TMMB与HSDPA并驾齐驱

四、2010年中国TMMB产业化进展分析

第三节 2010年中国TD-MBMS的发展现状分析

- 一、TD-MBMS标准趋于完善
- 二、TD-MBMS系统架构与关键技术
- 三、TD-MBMS手机电视标准持续演进

第九章 2010年中国CMMB移动电视运营分析

第一节 2010年中国CMMB移动电视运营推进

- 一、完善的技术体系
- 二、网络覆盖有序推进
- 三、产业链结构初步建成
- 四、商业规模化试验进行成功

第二节 2010年中国CMMB移动电视商业模式分析

- 一、商业模式现状分析
- 二、商业模式评估
- 三、商业模式建议

第三节 2010年中国CMMB手持电视运营与业务发展

- 一、地面网络覆盖
- 二、运营支撑系统
- 三、文化业务形态
 - 1、广播电视频道业务
 - 2、紧急广播业务
 - 3、数字内容业务
- 四、终端产品推广
 - 1、终端产品类型
 - 2、终端产品推广
- 五、深度业务合作
- 六、推动产业发展

第四节 2010年中国CMMB运营商分析

- 一、运营目标
- 二、战略规划
- 三、组织构架分析
- 四、业务运营分析
- 五、投融资分析

- 六、网络规划
- 七、市场推广规划
- 八、运营支撑系统

第十章 2010年中国CMMB 芯片市场运行分析

第一节 CMMB芯片市场发展现状

- 一、CMMB芯片厂欲通吃产业链
- 二、TD手机将加载CMMB芯片
- 三、CMMB与国际厂商合作取得新进展

第二节 2010年中国CMMB芯片市场运行分析

- 一、CMMB芯片售出140万片数据业务为目前研究重点
- 二、CMMB芯片厂商开始加速产品更新换代

第三节 2010年中国CMMB芯片厂商部分运行商分析

- 一、北京创毅视讯科技有限公司
- 二、北京泰和志恒科技有限公司
- 三、展讯通信有限公司
- 四、Siano
- 五、苏州中科半导体（灵芯集成）
- 六、中科院微电子
- 七、瑞芯微电子有限公司
- 八、杭州爱浦多数码技术有限公司

第十一章 2010年中国CMMB终端市场运行透析

第一节 2010年中国CMMB终端市场运行动态分析

- 一、CMMB终端今起大规模面市
- 二、CMMB功能成TD手机标配
- 三、CMMB手机“曲线救国”

第二节 2010年中国CMMB终端细分市场运行分析

- 一、CMMB手机市场分析
- 二、CMMB MP4市场分析
- 三、CMMB GPS市场分析

第三节 2010年中国CMMB外接设备市场分析

一、CMMB SD卡市场分析

二、CMMBUSB电视棒市场分析

第四节 2010年中国CMMB终端重点厂商分析

一、天宇朗通

二、联想移动通信科技公司

三、宇龙

四、海尔

五、新邮通

六、华旗资讯

七、蓝魔

八、中国电子

九、新科

十、君奥

十一、欣广视

十二、深圳市中冠通科技有限公司

十三、中兴通讯股份有限公司

十四、航天信息股份有限公司

第十二章 2010年中国移动多媒体业务运营状况解析

第一节 2010年中国移动多媒体内容制作分析

第二节 2010年中国移动多媒体内容集成分析

第三节 2010年中国移动多媒体内容分类及分析

一、新闻资讯

二、体育节目

三、公益宣传

四、生活服务

五、影视剧类节目

六、娱乐类节目

七、广告

第四节 2010年中国移动多媒体内容保护分析

第五节 2010年中国移动多媒体收费模式分析

第十三章 2010年中国移动多媒体内容/服务提供商运行格局分析

第一节 上海文广

- 一、企业基本概况
- 二、2010年企业运营情况分析
- 三、企业重点资讯分析

第二节 东方龙

- 一、企业基本概况
- 二、2010年企业运营情况分析
- 三、企业重点资讯分析

第三节 央视国际

- 一、企业基本概况
- 二、2010年企业运营情况分析
- 三、企业重点资讯分析

第四节 中国国际广播电台（CRI）

- 一、企业基本概况
- 二、2010年企业运营情况分析
- 三、企业重点资讯分析

第五节 中央人民广播电台（CNR）

- 一、企业基本概况
- 二、2010年企业运营情况分析
- 三、企业重点资讯分析

第六节 北京中投视讯文化传媒有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2010年企业运营情况分析
- 三、企业重点资讯分析

第七节 乐视移动

- 一、企业基本概况
- 二、2010年企业运营情况分析
- 三、企业重点资讯分析

第八节 中交星网

- 一、企业基本概况
- 二、2010年企业运营情况分析

三、企业重点资讯分析

第十四章 2011-2015年中国移动多媒体产业发展趋势与投资预测分析

第一节 2011-2015年中国移动多媒体发展前景分析

一、移动多媒体技术发展趋势

二、移动多媒体发展新模式

三、移动多媒体的经营趋势分析

四、未来三年CMMB将飞速发展

五、CMMB商业前景探讨

第二节 2011-2015年中国手机电视产业运行预测分析

一、手机用户规模及预测

二、手机电视终端用户需求分析

三、中国手机电视用户规模及预测

四、中国手机电视服务市场规模及预测

第三节 2011-2015年中国移动多媒体产业投资机会分析

第四节 2011-2015年中国移动多媒体产业投资风险分析

第五节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：日本ISDB-T发展时间表

图表：CMMB网络总体架构图

图表：TMMB系统网络结构图

图表：DAB系统网络结构图

图表：TD-MBMS组网结构图

图表：联想CMMB产品价格趋势图

图表：天宇朗通CMMB产品价格趋势图

图表：华旗资讯CMMB产品价格趋势图

图表：新科CMMB产品价格趋势图

图表：AOCOS CMMB产品价格趋势图

图表：蓝魔CMMB产品价格趋势图

图表：中国电子CMMB产品价格趋势图

图表：航天信息CMMB产品价格趋势图

图表：中恒CMMB产品价格趋势图

图表：三诺CMMB产品价格趋势图

图表：CMMB推送式业务系统体系结构图

图表：节目集成及播出前端

图表：DAB全国建网城市分布图

图表：iriver DAB产品价格趋势图

图表：北京交广DAB产品价格趋势图

图表：北广电子DAB产品价格趋势图

图表：艾维特DAB产品价格趋势图

图表：菱科DAB产品价格趋势图

图表：手机用户是否听说过CMMB手机电视

图表：手机用户是否听说过TD-SCDMA手机电视

图表：手机用户是否愿意开通电视业务

图表：用户希望看到的手机电视的内容

图表：2003-2010年中国手机用户数发展

图表：世界各国开展DVB-H的相关移动电视业务测试情况

图表：中国移动多媒体广播配套标准

图表：国家广电总局颁布的移动多媒体广播配套标准（截至2009年2月）

图表：中国开通CMMB信号的150个城市（数据截至2009年2月）

图表：部分开通CMMB城市具体情况

图表：天宇朗通CMMB产品

图表：中兴通讯CMMB产品

图表：宇龙通信CMMB产品

图表：华旗资讯CMMB产品

图表：新科CMMB产品

图表：方正科技CMMB产品

图表：AOCOS CMMB产品

图表：索爱CMMB产品

图表：蓝魔CMMB产品

图表：台电科技CMMB产品

图表：中国电子CMMB产品

图表：航天信息CMMB产品

图表：尼欧CMMB产品

图表：欣万和CMMB产品

图表：中恒 CMMB产品

图表：洲讯电子CMMB产品

图表：盈科创展CMMB产品

图表：天敏CMMB产品

图表：三诺电子CMMB产品

图表：部分开通DAB信号城市具体情况

图表：iriver DAB产品

图表：北京交广DAB产品

图表：北广电子DAB产品

图表：艾维特DAB产品

图表：菱科DAB产品

图表：国家通信标准化协会颁布的TD-MBMS配套标准

图表：东方手机电视资费标准

图表：CCTV手机电视的资费标准

图表：CRI手机电视各频道的资费标准

图表：青岛海尔股份有限公司主要经济指标走势图

图表：青岛海尔股份有限公司经营收入走势图

图表：青岛海尔股份有限公司盈利指标走势图

图表：青岛海尔股份有限公司负债情况图

图表：青岛海尔股份有限公司负债指标走势图

图表：青岛海尔股份有限公司运营能力指标走势图

图表：青岛海尔股份有限公司成长能力指标走势图

图表：中兴通讯股份有限公司主要经济指标走势图

图表：中兴通讯股份有限公司经营收入走势图

图表：中兴通讯股份有限公司盈利指标走势图

图表：中兴通讯股份有限公司负债情况图

图表：中兴通讯股份有限公司负债指标走势图

图表：中兴通讯股份有限公司运营能力指标走势图

图表：中兴通讯股份有限公司成长能力指标走势图

图表：航天信息股份有限公司主要经济指标走势图

图表：航天信息股份有限公司经营收入走势图

图表：航天信息股份有限公司盈利指标走势图

图表：航天信息股份有限公司负债情况图

图表：航天信息股份有限公司负债指标走势图

图表：航天信息股份有限公司运营能力指标走势图

图表：航天信息股份有限公司成长能力指标走势图

图表：2011-2015年中国手机用户规模及预测

图表：2011-2015年中国手机电视终端用户需求分析

图表：2011-2015年中国手机电视用户规模及预测

图表：2011-2015年中国手机电视服务市场规模及预测

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tongxun1011/U151043RHX.html>