

2014-2019年中国车载移动 电视市场竞争力分析及投资前景研究报告

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

《2014-2019年中国车载移动电视市场竞争力分析及投资前景研究报告》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/peijian1407/057504HB01.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-07-03

【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

报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国车载移动电视市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十三章。介绍了车载移动电视行业相关概述、中国车载移动电视产业运行环境、分析了中国车载移动电视行业的现状、中国车载移动电视行业竞争格局、对中国车载移动电视行业做了重点企业经营状况分析及中国车载移动电视产业发展前景与投资预测。您若想对车载移动电视产业有个系统的了解或者想投资车载移动电视行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

科技突飞猛进的发展，使得新媒体越来越受到人们的关注，成为人们议论的热门话题。新媒体，顾名思义，就是有别于传统媒体的信息传播形态与商业模式，它是随着技术的进步而不断变化的相对的概念，是继报刊、广播、电视、户外等四大传统媒体之后，在新技术支撑体系下出现的媒体形态，它被形象地称为“第五媒体”，包括网络媒体、手机媒体、数字电视等。伴随着三网融合的步伐加快，作为新媒体代表的车载移动电视等数字新媒体和新业务正在国内迅速崛起，打破了中国传媒市场的格局。新媒体运营商不断涌现、新业务加快推广、网络设备强力支持，再加上地面数字电视标准的出台，令我们看到了一个加快步伐前进的车载移动电视新媒体产业。

传统媒体一个显而易见的规律是“内容为王”，媒体更多依赖于内容的影响力来赢得受众的眼球；而车载移动电视新媒体，其媒体内容受到了渠道特性的制约，在传统媒体上完整的内容被拆分、重组和调整，以适应不同的渠道传播的需求。例如在飞机内、在公交车内受众看到的内容大多是3-5分钟的短片，与在家看到的电视剧完全不同。并且，传统电视在家居生活中处于中心位置，受众在收看电视节目时，其主要精力都关注在电视屏幕上。

因此，移动电视的从属地位和其收视强制性的媒体特点，使得节目制作者无法选择受众群，受众也无法选择频道。因此，车载移动电视的媒体应该根据覆盖人群的规模、人群质量、媒体环境的排他性，将自身定位为一个对象化、特色化的综合性频道。这一定位同时需要与之相适应的节目编排，通过锁定特定受众群的生活路径，长时间的、潜意识地反复影响受众，从而成为受众生活习惯中的一部分。例如，可以参照乘客出行习惯对节目进行布局，即根据上下班高峰和平常乘车的不同状况提出不同的节目编排思路，从当前的形势来看，用内容整合可持续的注意力，与传统媒体强强联合，使各自媒体优势充分发挥，实现新媒体与传统媒体共同发展、共同扩张的道路将是一种最佳选择。如果未来一段时间，新媒体在资本市场追捧的热潮下能得以爆炸式发展，估计在不久的将来将替代传统媒体，并出现传媒市场和广告资源的一次重新分配。

已经掘得第一桶金的车载移动电视新媒体，在全国这个大舞台上，它的发展空间势必会更

加广阔。

第一章 2013-2014年世界车载移动电视行业整体运营状况分析

第一节 2013-2014年世界车载移动电视运行环境分析

第二节 2013-2014年世界车载移动电视产业运营格局

- 一、世界车载移动电视产业亮点呈现
- 二、全球数字化背景的车载移动电视
- 三、世界最先进的车载卫星电视系统研究
- 四、全球车载移动电视芯片发展分析
- 五、世界车载移动电视技术新进展分析

第三节 2013-2014年世界主要国家车载移动电视运行分析

- 一、美国
 - 1、美国电视媒体产业运行分析
 - 2、美国德尔福计划两年内在中国推广车载电视
- 二、德国
- 三、日本

第四节 2014-2019年世界车载移动电视产业发展趋势分析

第二章 2013-2014年中国车载移动电视产业运行环境分析

第一节 2013-2014年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、社会消费品零售总额
- 八、对外贸易&进出口

第二节 2013-2014年中国车载移动电视政策环境分析

- 一、标准林立市场混乱移动电视亟待标准推进
- 二、解析车载GPS移动电视标准CMMB/DAB/DVB-T

第三节 2013-2014年中国车载移动电视技术环境分析

一、车载移动电视弥补传统媒体空白

二、车载移动电视双天线分集接收技术

第四节 2013-2014年中国车载移动电视社会环境分析

一、社会消费品零售

二、人口规模

三、年龄结构

四、居民生活水平提高

第三章 2013-2014年中国移动电视新媒体产业运行分析

第一节 移动电视媒体的价值剖析

一、媒体发展的时代背景解读

二、各种媒体的市场价值分析

三、移动电视新媒体全效传播特征透析

第二节 2013-2014年中国移动电视收视率分析

一、影响电视收视率的四大因素浅析

二、电视媒体的收视率面临的不足

三、电视媒体需要理性看待“收视率”指标

四、中国电视媒体亟需建立绿色收视率体系

第三节 2013-2014年中国移动电视新媒体现状综述

一、新时期移动电视需重视四大生存法则

二、地铁电视媒体的经营思路分析

三、车载移动电视媒体的运营思路探讨

四、公交移动电视的发展状况及改进措施

第四节 2013-2014年中国电视广告市场透析

一、中国电视广告发展背景概况

二、中国电视广告市场发展的特点解析

三、中国移动电视广告市场规模分析

四、经济寒流下广告业主青睐移动电视媒体

五、中国电视广告市场将持续增长

六、中国电视媒体广告的经营思路探讨

第四章 2013-2014年中国车载移动电视行业市场运行态势剖析

第一节 中国移动数字电视发展历程

第二节 中国车载移动电视行业动态分析

一、中广移动完成一百五十七城市移动电视网络覆盖

二、爱国者WALKTV移动电视成奥运赢家

三、尼尔森助力移动电视跻身主流媒体

第三节 2013-2014年中国车载移动电视产业现状综述

一、中国车载移动电视运行特点分析

二、中国车载移动电视副覆盖规模分析

三、移动电视发展势如破竹

四、产业化之路初露端倪

第四节 2013-2014年中国车载移动面临的瓶颈分析

第五章 2013-2014年中国车载移动电视业市场热点聚焦

第一节 中国车载移动电视市场动态

一、车载移动电视市场步入发展新阶段

二、移动电视用户将达5亿车载娱乐市场大

第二节 车载电视市场持续走高三大动因分析

第三节 奥运给公交车载电视带来的机遇与挑战

第四节 提升公交车载电视发展战略分析

一、建立多样化盈利模式

二、加强内容建设

三、丰富广告产品

四、完善传播技术

第六章 2013-2014年中国车载移动电视运营模式分析

第一节 服务运营模式

一、用户主导模式

二、新型终端主导模式

三、广告主导模式

第二节 技术运营模式

一、广播网

二、卫星网

第三节 运营个案分析

- 一、东方明珠
- 二、北广传媒
- 三、深圳力合
- 四、上海高清
- 五、世通华纳
- 六、华视传媒

第四节 车载移动电视运营策略探讨

第七章 2013-2014年中国车载移动电视市场竞争格局透析

第一节 2013-2014年中国车载移动电视市场竞争总况

- 一、巨头分食移动电视市场格局初定
- 二、车载电视—群雄逐鹿
- 三、手机电视—广电PK电信
- 四、电信重组和3G发牌压缩广电空间
- 五、抢占移动电视棒市场制高点

第二节 2013-2014年中国车载移动电视重点地区竞争透析

- 一、上海移动电视
- 二、北京移动电视
- 三、湖南移动电视
- 四、河南移动电视

第三节 DAB CMMB良性竞争加速国内WEB TV发展

第四节 2014-2019年中国车载移动电视行业竞争趋势分析

第八章 2013-2014年中国车载移动电视地区发展透析

第一节 东北地区

- 一、辽宁
- 二、吉林
- 三、黑龙江

第二节 华北沿海地区

- 一、北京
- 二、天津

三、河北

四、山东

第三节 黄河中游地区

一、河南

二、山西

三、陕西

四、内蒙古

第四节 华东沿海地区

一、上海

二、江苏

三、浙江

第五节 华南沿海地区

一、福建

二、广东

三、广西

四、海南

第六节 长江中游地区

一、湖北

二、湖南

三、江西

四、安徽

第七节 西南地区

一、重庆

二、四川

三、贵州

四、云南

第八节 西北地区

一、甘肃

二、青海

三、宁夏

第九章 2013-2014年中国移动电视优势运营企业竞争力及关键性数据分析

第一节 上海东方明珠(集团)股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 深圳市同洲电子股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十章 中国车载户外电视内容供应市场

第一节 车载户外电视内容提供

一、内容提供现状

二、内容提供特征

三、内容提供趋势

第二节 车载户外电视广告提供

一、车载户外电视广告现状

二、车载户外电视广告特征

三、车载户外电视广告趋势

第十一章 中国车载户外电视设备供应

第一节 车载户外电视发射设备

一、发射设备市场现状

二、发射设备产品构成

三、发射设备技术特征

四、发射设备市场规模

五、发射设备市场竞争

六、发射设备企业分析

1、北京吉兆

2、北广电子

3、罗德施瓦茨

第二节 车载户外电视转发设备市场

一、转发设备市场现状

二、转发设备应用领域

三、转发设备技术特征

四、转发设备市场竞争

五、转发设备生产企业

1、浙江三维

2、深圳力合

3、福建三元达

第三节 中国车载户外电视芯片提供现状

一、芯片市场现状

二、芯片发展特征

三、芯片市场竞争

四、芯片企业分析

1、杭州国芯

2、复旦微纳

3、上海高清

第四节 车载户外电视接收机市场

一、接收机市场现状

二、接收机发展特征

三、接收机市场规模

四、接收机市场竞争

五、接收机企业分析

1、深圳力合

2、江苏银河

3、深圳汉唐

第十二章 2014-2019年中国车载移动电视行业发展趋势与前景展望

第一节 2014-2019年中国车载移动电视产业前景预测分析

一、渐成为投资商和广告主的新宠

二、车载数字移动电视产业潜力巨大

三、中国车载移动电视的市场将持续升温

第二节 2014-2019年中国车载移动电视新趋势探析

一、分众化成为必然趋势分析

二、移动电视的发展趋势及技术挑战

三、机顶盒芯片演绎新趋势

第三节 2014-2019年中国车载移动电视行业市场预测分析

一、未来全国移动电视市场规模预测分析

二、中国车载视听系统终端累计数量预测分析

三、2014-2019年中国车载电视市场容量预测分析

第四节 2014-2019年中国车载移动电视市场盈利预测分析

第十三章 2014-2019年中国车载移动电视行业投资战略研究

第一节 2014-2019年中国车载移动电视行业投资周期分析

第二节 2014-2019年中国车载移动电视行业投资机会分析

一、移动电视商业价值凸现

二、投资热点分析

三、区域投资潜力分析

第三节 2014-2019年中国车载移动电视行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、服务问题风险

四、市场运营机制风险

第四节 博思数据投资建议

图表目录（部分）

图表：美国、日本、欧元区经济增长比较及预测

图表：全球汽车产量增长趋势图

图表：2005-2013年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2013年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2013年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2013年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2013年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010.12-2013.12年我国工业增加值增速统计

图表：2005-2013年我国全社会固定资产投资额走势图（2013年不含农户）

图表：2005-2013年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：2005-2013年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2013年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2013年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：爱国者WALKTV移动电视外观图

图表：各个车型车载移动电视的有效覆盖人数对比表

图表：工作日移动电视公交车的客流量变化和移动电视有效覆盖人数变化图

图表：周末移动电视公交车的客流量变化和移动电视有效覆盖人数变化图

图表：2014-2019年中国移动电视市场销量预测图

图表：中国车载公交移动电视终端发展及增长率

图表：中国车载公交视听系统市场品牌结构(已装车辆和播放终端)

图表：中国车载公交视听系统市场安装车辆数市场占比

图表：中国车载公交视听系统市场播放终端数市场占比

图表：2014-2019年中国车载视听系统终端累计销量预测图

图表：上海东方明珠(集团)股份有限公司主要经济指标走势图

图表：上海东方明珠(集团)股份有限公司经营收入走势图

图表：上海东方明珠(集团)股份有限公司盈利指标走势图

图表：上海东方明珠(集团)股份有限公司负债情况图

图表：上海东方明珠(集团)股份有限公司负债指标走势图

图表：上海东方明珠(集团)股份有限公司运营能力指标走势图

图表：上海东方明珠(集团)股份有限公司成长能力指标走势图

图表：深圳市同洲电子股份有限公司主要经济指标走势图

图表：深圳市同洲电子股份有限公司经营收入走势图

图表：深圳市同洲电子股份有限公司盈利指标走势图

图表：深圳市同洲电子股份有限公司负债情况图

图表：深圳市同洲电子股份有限公司负债指标走势图

图表：深圳市同洲电子股份有限公司运营能力指标走势图

图表：深圳市同洲电子股份有限公司成长能力指标走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司主要经济指标走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司经营收入走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司盈利指标走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司负债情况图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司负债指标走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司运营能力指标走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司成长能力指标走势图

图表：2014-2019年中国移动电视市场规模预测分析

图表：2014-2019年中国车载视听系统终端累计数量预测分析

图表：2014-2019年中国车载电视市场容量预测分析

图表：2014-2019年中国车载移动电视市场盈利预测分析

图表：略……

更多图表见报告正文

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/peijian1407/057504HB0I.html>