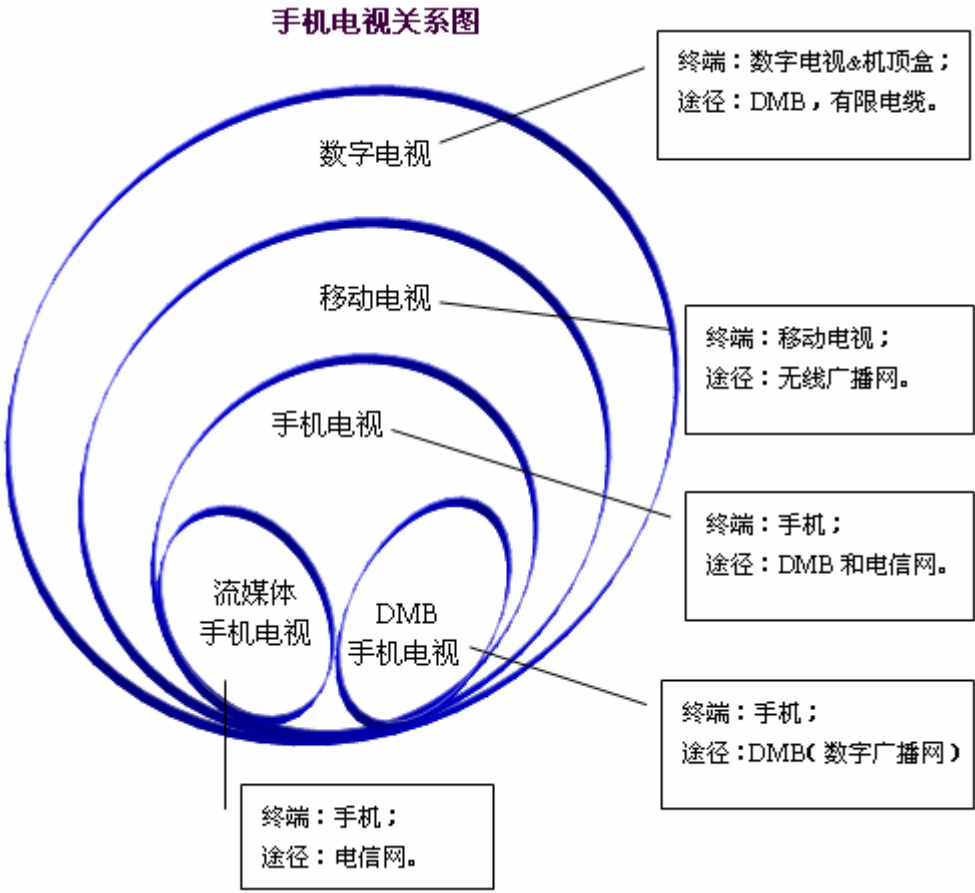
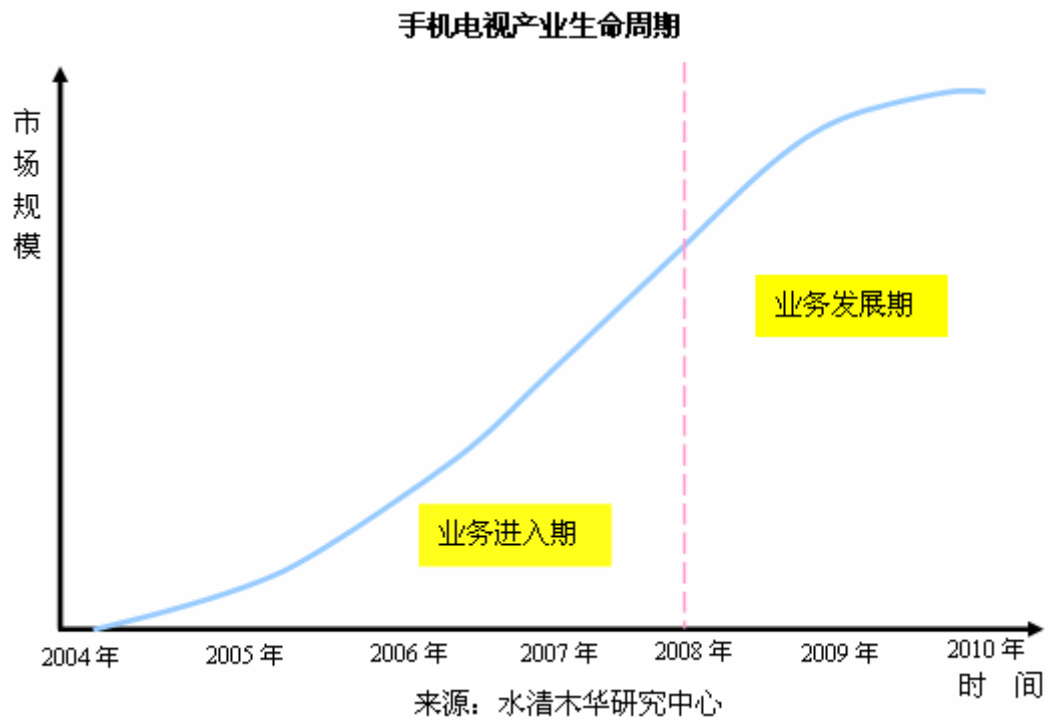


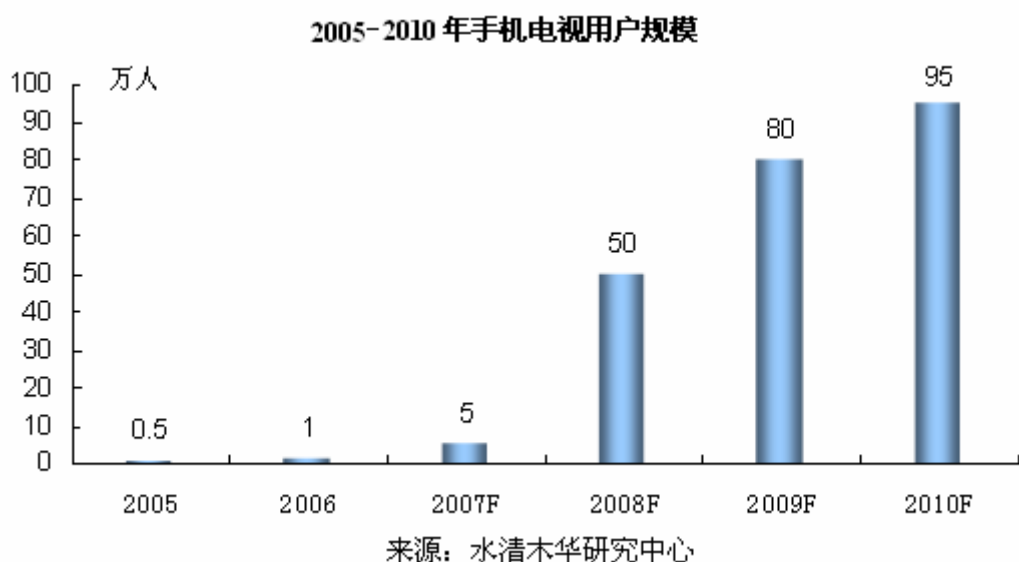
2007 年 手机电视专题 研究报告

版权声明：该报告的所有图片、表格以及文字内容的版权归北京水清木华科技有限公司（水清木华研究中心）所有。其中，部分图表在标注有其他方面数据来源的情况下，版权归属原数据所有公司。水清木华研究中心获取的数据主要来源于市场调查、公开资料和第三方购买，如果有涉及版权纠纷问题，请及时联络水清木华研究中心。

报告名称	2007年手机电视专题研究报告				
报告序号	A112	字数	4.8万	报告页数	122
图表数量	110	报告语种	中文	完成时间	07年09月
电子版(RMB)	8500	纸质版(RMB)	7500	会员价:	八折
报告摘要	<p>手机电视（Handset Television）是用具有视频支持功能的手机观看电视的业务，号称3G时代杀手级业务之一。</p> <div style="text-align: center;"> <p>手机电视关系图</p>  <p>来源：水清木华研究中心</p> </div> <p>手机电视业务兴起于2004年，产生于移动增值业务用户消费日趋理性的环境中，加上还存在内容、终端、技术、标准和资费及用户等多方面的发展障碍。因而，手机电视业务发展不会再像彩铃凭借用户五分钟热度的好奇心和标新立异的愿望取得长足发展。目前，该业务仍然处于市场准备阶段。</p>				



手机电视业务与传统电视业务相比，最大优势在于移动性和互动性。与其它增值业务相比，则胜在多媒体整合完备、内容生动上。因此，要促进该业务的发展，使之真正成为 3G 时代的“杀手级业务”必须从内容入手，开发那些能为用户带来独特价值的服务，才会吸引大量的移动用户。



水清木华研究中心预计：到 2008 年，手机电视业务将借助中国走向世界的契机，一步步成长壮大，2008 年手机电视用户数有望超过 50 万。

正文目录

第一章 手机电视

1.1 手机电视定义

1.2 手机电视主要技术标准

1.2.1 移动网络的电视传输

1.2.2 广播网络的电视传输

1.2.3 手机电视传输方式的发展分析

第二章 手机电视运营全球标杆分析

2.1 SK 手机电视运营分析

2.1.1 SK 手机电视发展历程

2.1.2 SK 手机电视业务发展

2.1.3 SK 手机电视终端合作

2.1.4 SK 手机电视用户发展

2.2 NTT DoCoMo 手机电视运营分析

2.2.1 NTT DOCOMO 手机电视发展历程

2.2.2 NTT DOCOMO 手机电视业务发展

2.2.3 NTT DOCOMO 手机电视终端合作

2.2.4 NTT DOCOMO 手机电视用户发展

2.3 意大利电信手机电视运营分析

2.3.1 意大利电信手机电视发展历程

2.3.2 意大利电信手机电视业务发展

2.3.3 意大利电信手机电视终端合作

2.3.4 意大利电信手机电视用户发展

2.4 Verizon 手机电视运营分析

2.4.1 VERIZON 手机电视发展历程

2.4.2 VERIZON 手机电视业务发展

2.4.3 VERIZON 手机电视终端合作

2.4.4 VERIZON 手机电视用户发展

第三章 中国手机电视市场发展

3.1 手机电视政策环境分析

3.1.1 国家现有法律法规政策分析

3.1.2 手机电视领域国家相关主管部门简介

3.1.3 相关广电类政府部门态度分析

3.1.4 相关电信类政府部门态度分析

3.2 手机电视国内市场状况

3.2.1 手机电视国内市场发展阶段

3.2.2 手机电视国内用户增长趋势

3.2.3 手机电视国内未来市场规模

3.3 手机电视国内产业链环境

3.3.1 系统解决方案提供商分析

3.3.2 终端提供商分析

3.3.3 芯片提供商分析

3.3.4 内容提供商分析

第四章 国内手机电视运营分析

4.1 中国移动

4.1.1 中国移动背景分析

4.1.2 中国移动手机电视产品分析

4.1.3 中国移动手机电视市场策略分析

4.2 中国联通

4.2.1 中国联通背景分析

4.2.2 中国联通手机电视产品分析

4.2.3 中国联通手机电视市场策略分析

4.3 东方明珠（上海文广）

	<p>4.3.1 东方明珠背景分析</p> <p>4.3.2 东方明珠手机电视产品分析</p> <p>4.3.3 东方明珠手机电视市场策略分析</p> <p>第五章 手机电视商业模式分析</p> <p>5.1 “诺基亚手机电视”模式</p> <p>5.1.1 盈利方式</p> <p>5.1.2 可操作性</p> <p>5.1.3 市场预期</p> <p>5.1.4 政策风险</p> <p>5.2 “上海文广手机电视”模式</p> <p>5.2.1 盈利方式</p> <p>5.2.2 可操作性</p> <p>5.2.3 市场预期</p> <p>5.2.4 政策风险</p> <p>5.3 各商业模式对比分析</p>
<p>部分图表目录</p>	<p>图：手机电视关系图</p> <p>图：手机电视现有技术发展现状</p> <p>图：移动网络（蜂窝系统）与移动广播（数字广播）电视传输方式的对比</p> <p>图：欧美地区采用的 DAB 电视传输方式</p> <p>图：联想 DAB 手机 ET-980</p> <p>图：DMB 系统的信号构成</p> <p>图：卫星 DMB 概念图</p> <p>图：卫星 DMB 手机电视原理</p> <p>图：地面 DMB 概念图</p> <p>图：地面 DMB 手机电视原理</p> <p>图：三星 DMB 手机 SCH-B200、SCH-B250</p> <p>图：欧美、北美及亚太部分地区采用的 DVB-H 电视传输方式</p>

图：NOKIA DVB-H 手机 N92

图：Samsung 的 DVB-H 手机

图：日本采用的 ISDB-T 电视传输方式

图：NTT DoCoMo 的 ISDB-T 手机

图：高通公司采用的 MediaFLO 电视传输方式

图：LG 的 MediaFLO 手机 vx9400

图：我国 CMMB 电视传输方式

图：联想的 CMMB 手机

图：中兴的 CMMB 手机

图：全球的手机电视业务发展及趋势

图：SK 手机电视业务发展策略

图：三星 DMB 手机 SCH-B200

图：三星 DMB 手机 SCH-B250

图：三星 DMB 手机电视终端 SPH-B4100

图：LG DMB 手机电视终端 LB1500

图：LG DMB 手机电视终端 KB1800

图：LG DMB 手机电视终端 KB1800

图：韩国 SK 2005-2010 年手机电视用户数

图：ISDB-T 原理框图

图：日本采用的 ISDB-T 电视传输方式

图：NTT DoCoMo 手机电视业务发展策略

图：NTT DoCoMo 的 ISDB-T 电视手机

图：NTT DoCoMo 手机电视终端 FOMA P901iTV

图：NTT DoCoMo 手机电视终端 D903iTV

图：日本手机电视终端 W33SA

图：日本手机电视终端 W41H

图：日本手机电视终端 W46T

图：欧美、北美及亚太部分地区采用的 DVB-H 电视传输方式

图：意大利电信手机电视终端 SGH-P910

图：意大利电信手机电视终端 SGH-P920

图：意大利手机电视终端 LG U900

- 图：意大利手机电视终端诺基亚 N77
- 图：Verizon 手机电视终端三星 SCH-U620
- 图：Verizon 手机电视终端摩托罗拉 RIZR Z6tv
- 图：Verizon 手机电视终端 LG-VX9400
- 图：美国手机电视用户数
- 图：信产部组织结构图
- 图：广电局机构设置图
- 图：手机电视产业生命周期
- 图：2004 年-2010 年手机电视市场规模预测
- 图：2004 年-2010 年手机电视用户规模预测
- 图：三星 DMB 手机 SCH-B100
- 图：三星 DMB 手机 SCH-B200
- 图：LG KB1300 手机
- 图：三星 DVB-H 前端芯片组
- 图：配备 Hollywood 具备微波数字电视接收功能的手机模型
-
- 表：基于 3G 移动网络的电视传输比较
- 表：移动网络手机电视面临的问题
- 表：基于移动广播传输的手机电视标准比较
- 表：数字音频广播与模拟音频广播之主要差异
- 表：DVB-H 的系统组成
- 表：DMB-T 和 DVB-H 传输方式的比较
- 表：日本 ISDB-T 系统的特点
- 表：高通 MediaFLO 系统的特点
- 表：广播网络手机电视面临的问题
- 表：电视手机传输方式优劣势比较
- 表：SK 手机电视发展的历史回顾
- 表：截至 2007 年已上市的 DMB 手机
- 表：NTT DoCoMo 手机电视发展的历史回顾
- 表：日本 ISDB-T 系统的特点
- 表：截至 2007 年已上市的日本手机电视终端

表：意大利电信手机电视发展的历史回顾
表：DVB-H 系统组成
表：截至 2007 年 8 月已上市的日本手机电视终端
表：Verizon 手机电视发展的历史回顾
表：截至 2007 年 8 月已上市的 Verizon 手机电视终端
表：富年电子市场策略分析
表：北京西伯尔通信简介
表：诺基亚手机电视相关产品
表：摩托罗拉手机电视相关产品
表：摩托罗拉手机电视相关产品市场策略分析
表：三星手机电视相关产品
表：三星手机电视相关产品市场策略分析
表：多普达手机电视相关产品
表：多普达手机电视相关产品市场策略分析
表：LG 手机电视相关产品简介
表：LG 手机电视相关产品市场策略分析
表：索尼爱立信手机电视相关产品简介
表：索尼爱立信手机电视相关产品市场策略分析
表：联想手机电视相关产品简介
表：联想手机电视相关产品市场策略分析
表：夏普手机电视相关产品简介
表：夏普手机电视相关产品市场策略分析
表：三星半导体手机电视相关产品简介
表：三星半导体市场策略分析
表：诺基亚手机电视相关产品市场策略分析
表：TI 手机电视相关产品简介
表：TI 市场策略分析
表：富瀚微电子产品线
表：富瀚微电子市场策略分析
表：东方龙手机电视内容简介
表：东方龙手机电视业务市场策略分析

表：乐视传媒手机电视产品简介
表：乐视移动传媒市场策略分析
表：数字鱼产品简介
表：数字鱼市场策略分析
表：上海移动手机电视产品线
表：广州移动手机电视业务简介
表：中国移动手机电视市场策略分析
表：中国联通手机电视“视讯新干线”简介
表：中国联通手机电视“视讯新干线”内容介绍
表：中国联通手机电视市场策略分析
表：东方明珠手机电视市场策略分析
.....

如何申请购买报告

- 1, 请填写《研究报告订购协议》(http://www.pday.com.cn/research/pday_report.doc), 注明单位名称、联系人、联系办法(含传真和邮件)、申请报告名称, 然后签字盖章后传真到: 86-10-82601570。
- 2, 研究中心在签订协议后, 将回复传真给您。
- 3, 会员或客户按照签订的协议汇款到以下帐户:
开户行: 交通银行世纪城支行 帐号: 110060668012015061217
户名: 北京水清木华科技有限公司
- 4, 研究中心在收到会员或客户汇款凭证的传真确认后, 按时提供信息服务资料或研究报告的文档。

电话: 86-10-82601561、82601562、82601563 传真: 86-10-82601570