

# 2018-2024年中国手机多媒体业务市场深度调研分析及投资前景研究预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国手机多媒体业务市场深度调研分析及投资前景研究预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/361254.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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。

报告目录： 第一章业务发展概述

1.1手机多媒体业务应用分类 1.2手机多媒体业务存在的问题与意义

1.2.1手机多媒体业务发展现状 1.2.2手机多媒体业务发展中存在的问题

1.3手机多媒体对增值业务的贡献 第二章价值链及商业模式分析 2.1手机流媒体业务

2.1.1价值链分析 2.1.2商业模式分析 2.2手机广播电视 2.2.1价值链分析 2.2.2商业模式分析

2.3基础视频通信业务 2.3.1价值链分析 2.3.2商业模式分析 2.4行业应用类业务

2.4.1价值链分析 2.4.2商业模式分析 第三章手机视频消费者结构特征 3.1消费者基本构成

3.1.1年龄结构 3.1.2性别比例 3.1.3学历结构 3.1.4收入水平 3.1.5职业构成

3.2消费者基本特征 3.2.1消费者每月手机费用支出情况分析 3.2.2智能手机使用情况

3.2.3用户手机功能使用情况分析 第四章手机视频业务用户行为分析及吸引力评测

4.1手机视频业务用户使用分析 4.1.1手机视频业务使用情况分析

4.1.2手机视频业务使用时间分析 4.1.3手机视频业务使用时长及频次分析

4.2手机视频内容使用分析 4.2.1手机视频内容用户偏好分析

4.2.2手机视频内容用户使用时间分析 4.2.3手机视频内容获取渠道分析

4.2.4手机视频业务用户支出分析 4.3手机视频软件认知及使用分析

4.4手机视频业务发展阻碍因素分析 4.5手机视频业务吸引力评测

4.5.1手机视频业务吸引力测评体系 4.5.2手机视频业务吸引力测评

第五章手机电视业务用户行为分析及使用评价 5.1手机电视业务用户认知及使用情况分析

5.1.1手机电视业务用户认知分析 5.1.2手机电视用户使用习惯分析

5.2手机电视内容改进分析 5.3手机电视发展阻碍因素分析 5.4手机电视用户期望分析

5.4.1手机电视终端用户购买期望分析 5.4.2手机电视收费标准及模式用户期望分析

5.5手机电视业务体验综合评价 第六章视频通话业务用户行为分析及使用评价

6.1视频通话业务用户认知分析 6.2视频通话业务用户吸引力分析 6.3视频通话资费期望分析

6.4视频通话业务使用评价 第七章手机视频监控用户行为分析 7.1用户使用行为及影响因素

7.1.1用户手机视频监控业务开通情况 7.1.2用户选择开通视频监控业务的考虑因素

7.2用户对手机监控费用的期望 7.2.1用户对资费的期望 7.2.2用户对设备费期望

第八章手机视频娱乐业务用户行为分析 8.1用户对产品的认知及使用情况分析

8.1.1用户手机娱乐视频业务开始使用时间 8.1.2用户对手机视频播放软件认知及使用情况

8.1.3用户对手机电视的了解 8.2用户的使用习惯 8.2.1用户观看视频娱乐时间段分布

8.2.2用户手机娱乐视频业务基本使用情况 8.2.3手机娱乐视频用户观看时长及频率分布

|                         |                       |
|-------------------------|-----------------------|
| 8.2.4对手机电视节目内容的偏好       | 8.3用户的手机娱乐视频节目获得渠道    |
| 8.3.1用户视频内容的来源          | 8.3.2用户登陆下载手机视频的网站选择  |
| 8.4手机电视使用效果评价           | 8.5用户使用手机电视业务阻碍因素分析   |
| 8.6手机娱乐视频业务用户需求及期望      | 8.6.1手机视频娱乐业务对用户吸引力评测 |
| 8.6.2用户对CMMB手机电视内容的期望   | 8.6.3用户对手机电视资费的支出及期望  |
| 8.6.4用户对手机电视资费收费模式的期望   | 第九章手机视频娱乐业务营销策略建议     |
| 9.1手机视频娱乐业务营销要素分析       | 9.1.1顾客的需求和期望         |
| 9.1.3购买的便利性             | 9.1.2业务资费             |
| 9.1.4顾客与企业的沟通           | 9.2手机视频娱乐业务营销策略建议     |
| 第十章手机视频用户规模及预测          | 图表目录：                 |
| 图表1手机流媒体类业务产业价值链        | 图表2流媒体类手机视频业务商业模式分析   |
| 图表3广播电视类手机视频业务价值链       | 图表4广播电视类手机视频业务商业模式分析  |
| 图表5视频通信类手机视频业务价值链       | 图表6行业应用类手机视频业务产业价值链   |
| 图表7用户年龄分布               | 图表8用户性别分布             |
| 图表9教育状况分布               | 图表10用户月收入情况分析         |
| 图表11职业分布情况              | 图表12用户每月手机费用支出分布      |
| 图表13网民中智能手机占有率          | 图表14用户手机功能使用情况分析      |
| 图表15用户手机视频业务使用情况分析      | 图表16用户手机视频业务使用时间分布    |
| 图表17用户观看手机视频时长分析        | 图表18用户手机视频业务使用频次分布（一） |
| 图表20用户手机视频内容选择偏好分析      | 图表19用户手机视频业务使用频次分布（二） |
| 图表22用户手机视频内容获取渠道分析      | 图表21用户观看手机视频内容时段分析    |
| 图表23用户手机视频下载/观看网站获取渠道分销 | 图表24用户手机视频业务使用费用支出分析  |
| 图表25用户手机视频播放软件认知情况分析    | 图表26用户手机视频播放软件使用情况分析  |
| 图表27用户手机视频在线观看/下载阻碍因素分析 | 图表28手机视频业务用户吸引力评测体系   |
| 图表29手机视频业务用户吸引力综合评测结果   | 图表30手机视频业务吸引力测评       |

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/361254.html>