

2016-2022年中国数字家庭 综合服务市场现状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

《2016-2022年中国数字家庭综合服务市场现状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/jiaju1511/M46510BVL7.html>

【报告价格】纸介版元 电子版元 纸介+电子元

【出版日期】2015-11-02

【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《2016-2022年中国数字家庭综合服务市场现状分析及投资前景研究报告》共十章。报告介绍了数字家庭综合服务行业相关概述、中国数字家庭综合服务产业运行环境、分析了中国数字家庭综合服务行业的现状、中国数字家庭综合服务行业竞争格局、对中国数字家庭综合服务行业做了重点企业经营状况分析及中国数字家庭综合服务产业发展前景与投资预测。您若想对数字家庭综合服务产业有个系统的了解或者想投资数字家庭综合服务行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

报告目录：

第一章2015年中国家庭通信运行环境解析1

第一节2015年中国家庭通信政策环境分析1

- 一、《2006-2022年国家信息化发展战略》1
- 二、《国民经济和社会信息化规划》11
- 三、《广播影视科技发展规划》19

第二节2014-2015年中国宏观经济环境环境分析31

- 一、中国GDP分析31
- 二、消费价格指数分析31
- 三、城乡居民收入分析34
- 四、社会消费品零售总额34
- 五、全社会固定资产投资分析35
- 六、进出口总额及增长率分析36

第三节2015年中国家庭通信社会环境分析39

- 一、人口规模及结构分析39
- 二、居民通信支出情况分析42
- 三、中国手机的普及情况分析43

第四节2015年中国家庭通信技术环境解析43

- 一、3G43
- 二、NGN44
- 三、三网融合48

第二章2014-2015年中国家庭信息化业务运行透析52

第一节2014-2015年中国家庭信息化的基础条件52

- 一、互联网普及及使用情况52
- 二、数字电视普及及使用情况54
- 三、基础通信服务（手机、固话）普及及使用情况54
- 四、家庭信息化发展存在的问题及对策56

第二节2014-2015年中国家庭信息化地方性推动措施及实例58

- 一、广东省家庭信息化推动措施58
- 二、上海市家庭信息化推动措施66

第三节2014-2015年中国电信家庭信息化业务综述71

- 一、运营准备71
- 二、家庭网络发展现状71
- 三、家庭业务发展现状73

第四节2014-2015年中国联通家庭信息化业务分析73

- 一、运营准备73
- 二、家庭网络发展现状73
- 三、家庭业务发展现状73

第五节2014-2015年中国移动家庭信息化业务运行分析74

- 一、运营准备74
- 二、家庭网络发展现状74
- 三、家庭业务发展现状75

第三章2014-2015年中国家庭基础通信状况分析76

第一节2014-2015年中国家庭基础通信用户规模76

- 一、家庭电话76
- 二、家庭宽带76

第二节近三年中国家庭基础通信普及率对比77

第三节近三年中国家庭通信资源及通信条件拥有情况80

- 一、家庭平均固定电话号码数80
- 二、家庭平均移动电话号码数81
- 三、家庭平均小灵通号码数81

四、家庭平均宽带接入账号	82
五、家庭平均无线上网用户	82
六、家庭平均电脑台数	83
七、家庭平均电视台数	83
第四节近三年中国家庭在各类通信费上开销情况分析	84
一、固定电话及信息服务费	84
二、手机通话及信息服务费	85
三、小灵通通话及信息服务费	85
四、宽带接入费用	86
五、套餐包月费用	86
第五节近三年中国家庭套餐使用情况分析	87
一、我的e家	87
二、情亲1+8	89
三、家庭计划套餐	89

第四章家庭用户对通信产品认知及购买影响因素分析90

第一节对家庭套餐品牌或产品认知情况	90
第二节用户6类通信需求的重要性分析	93

第五章家庭用户对全业务套餐需求及评价分析95

第一节用户对全业务套餐购买意向	95
第二节全业务套餐对用户转网分析	96
第三节用户选择全业务套餐影响因素及其重要性	98
第四节全业务竞争场景中的主要产品创新	100
第五节三大运营商全业务竞争能力的比较	100
第六节全业务运营是主流运营商选择	102
第七节我国全业务市场竞争状况与趋势	103
第八节用户对全业务套餐优惠值期望	105
第九节用户不选择全业务套餐的理由	106

第六章2014-2015年中国家庭信息化综合需求分析107

第一节2014-2015年中国家庭信息化5类业务需求分析	107
------------------------------	-----

- 一、家庭信息化5类业务需求迫切性分析107
- 二、家庭信息化5类业务吸引力分析108
- 三、我们对家庭信息化5类业务需求评价分析109
- 第二节2014-2015年中国家庭信息化23种产品需求分析109
- 一、家庭信息化23种产品需求迫切性分析109
- 二、家庭信息化23种产品吸引力分析111
- 三、我们对家庭信息化产品需求评价分析111

第七章2014-2015年中国家庭通信竞争态势分析112

- 第一节2014-2015年中国家庭通信营商各业务市场占有率分析112
- 一、固定电话各运营商占有率112
- 二、宽带接入各运营商占有率112
- 三、移动电话各运营商占有率113
- 四、无线接入各运营商占有率113
- 第二节2014-2015年中国家庭通信运营商家庭业务竞争力对比分析114
- 一、中国电信114
- 二、中国移动116
- 三、中国联通116
- 四、我们总结分析117

第八章2014-2015年中国运营商家庭信息化业务战略规划研究120

- 第一节中国电信120
- 一、家庭信息化首选融合方案120
- 二、分阶段推进家庭信息化121
- 三、以家庭信息化为基点的主动进攻122
- 第二节中国移动122
- 一、面临巨大市场压力应及早应对122
- 二、充分利用品牌优势延伸业务领域123
- 三、以家庭业务为核心重构品牌形象124
- 第三节中国联通124
- 一、发挥3G网络优势打造新业务品牌124
- 二、开辟生活娱乐新领域125

三、充分发挥宽带业务优势125

第九章 博思数据对中国家庭综合需求及套餐业务发展趋势分析126

第一节2016-2022年中国家庭套餐业务用户需求趋势126

第二节2016-2022年中国家庭套餐业务市场潜力分析126

第三节2016-2022年中国家庭信息化全业务竞争趋势分析127

第四节家庭信息化及全业务套餐发展建议130

一、对家庭信息化整体建议130

二、对套餐设计建议133

三、对运营商策略建议133

第十章2016-2022年中国运营商家庭信息化业务战略实施及保障措施134

第一节促进产业链资源整合与发展134

第二节新产品开发及解决方案134

一、加强新产品开发力度134

二、新产品开发解决方案136

第三节提高用户认知度与消费习惯培养137

一、提高用户认知度137

二、培养用户业务使用习惯139

第四节提高客户体验管理水平140

第五节塑造家庭信息化业务品牌建议141

图表目录：

图表：2015年7月我国居民消费价格分类指数31

图表：2015年7月我国商品零售价格分类指数32

图表：2015年7月我国各地区居民消费价格指数32

图表：2014-2015年我国居民消费信心指数34

图表：2015年三季度我国固定资产投资保持较快增长35

图表：2015年1-7月中国进出口贸易总体情况36

图表：2015年1-7月中国分贸易方式、企业性质进出口情况37

图表：2015年1-7月中国与主要贸易伙伴贸易情况39

图表：IPTV业务之端到端的系统网络架构50

图表：2015年7月我国各类固定电话用户增长情况比较统计表55

图表：广州地区居民对“我的e家”产品了解情况71

图表：2014年我国家庭通信资源平均拥有情况80

图表：近三年我国家庭平均固定电话号码数80

图表：近三年我国家庭平均移动电话号码数81

图表：近三年我国家庭平均小灵通号码数81

图表：近三年我国家庭平均宽带接入账号82

图表：近三年我国家庭平均无线上网用户82

图表：近三年我国家庭平均电脑台数83

图表：近三年我国家庭平均电视台数83

图表：近三年我国家庭固定电话及信息服务费（亿元）84

图表：近三年我国家庭手机通话及信息服务费（亿元）85

图表：近三年我国家庭小灵通通话及信息服务费（亿元）85

图表：近三年我国家庭宽带接入费用（亿元）86

图表：近三年我国家庭套餐包月费用（亿元）86

图表：我国通信用户对家庭套餐产品的认知情况91

图表：我国三大运营商家庭产品对比102

图表：用户对家庭信息化产品的最感兴趣调查情况108

图表：家庭信息化全业务23种产品需求迫切性109

图表：2015年我国固定电话各运营商占有率112

图表：2015年我国宽带接入各运营商占有率112

图表：2015年我国移动电话各运营商占有率113

图表：2015年无线接入各运营商占有率113

图表：三大运营商宽带用户规模对比117

图表：三大运营商家庭通信产品对比117

图表：三大运营商集团客户市场运营现状118

图表：三大运营商在三大市场的品牌分布情况118

图表：三大运营商提供的业务种类119

图表：运营商家庭业务竞争策略129

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/jiaju1511/M46510BVL7.html>