

2016-2022年中国家庭通信行业市场运营态势及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国家庭通信行业市场运营态势及投资前景预测报告》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/286210.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

家庭网络是融合家庭控制网络和多媒体信息网络于一体的家庭信息化平台，是在家庭范围内实现信息设备、通信设备、娱乐设备、家用电器、自动化设备、照明设备、保安（监控）装置及水电气热表设备、家庭求助报警等设备互连和管理，以及数据和多媒体信息共享的系统。涉及到了电信、家电、IT等行业。

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2015年中国家庭通信运行环境解析

第一节2015年中国家庭通信政策环境分析

一、《2007-2020年国家信息化发展战略》

二、《国民经济和社会发展规划》

三、《广播影视科技发展规划》

第二节2015年中国宏观经济环境环境分析

一、国民经济运行情况gdp(季度更新)

二、消费价格指数cpi、ppi（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、财政收支状况（年度更新）

八、中国汇率调整（人民币升值）

九、存基准利率调整情况

十、存款准备金率调整情况

十一、社会消费品零售总额

十二、对外贸易&进出口

第三节2015年中国家庭通信产业社业会环境分析

一、人口规模及结构分析

二、居民通信支出情况分析

三、中国手机的普及情况分析

第四节2015年中国家庭通信技术环境解析

一、3g、4g

二、ngn

三、三网融合

第二章2015年中国家庭信息化基础设施发展情况分析

第一节 家庭信息化基础设施普及情况分析

一、移动及固定电话普及情况分析

二、家庭宽带普及情况分析

三、家庭电视普及情况分析

第二节 家庭信息化资源普及情况分析

第三节 家庭信息化套餐使用情况分析

一、整体使用情况分析

二、不同收入用户套餐使用情况分析

第三章2015年中国家庭信息化业务运行透析

第一节2015年中国家庭信息化的基础条件

一、互联网普及及使用情况

二、数字电视普及及使用情况

三、基础通信服务（手机、固话）普及及使用情况

四、家庭信息化发展存在的问题及对策

第二节2015年中国家庭信息化地方性推动措施及实例

一、广东省家庭信息化推动措施

二、上海市家庭信息化推动措施

第三节2015年中国电信家庭信息化业务综述

一、运营准备

二、家庭网络发展现状

三、家庭业务发展现状

第四节2015年中国联通家庭信息化业务分析

一、运营准备

二、家庭网络发展现状

三、家庭业务发展现状

第五节2015年中国移动家庭信息化业务运行分析

一、运营准备

二、家庭网络发展现状

三、家庭业务发展现状

第四章2015年中国家庭基础通信状况分析

第一节2015年中国家庭基础通信用户规模

一、家庭电话

二、家庭宽带

第二节 近三年中国家庭基础通信普及率对比

第三节 近三年中国家庭通信资源及通信条件拥有情况

一、家庭平均固定电话号码数

二、家庭平均移动电话号码数

三、家庭平均小灵通号码数

四、家庭平均宽带接入账号

五、家庭平均无线上网用户

六、家庭平均电脑台数

七、家庭平均电视台数

第四节 近三年中国家庭在各类通信费上开销情况分析

一、固定电话及信息服务费

二、手机通话及信息服务费

三、小灵通通话及信息服务费

四、宽带接入费用

五、套餐包月费用

第五节 近三年中国家庭套餐使用情况分析

一、我的e家

二、情亲1

三、家庭计划套餐

第五章 家庭用户对通信产品认知及期望情况

第一节 对家庭套餐品牌或产品认知情况

第二节 用户6类通信需求的重要性分析

第六章 2015年中国家庭用户对全业务套餐需求及评价分析

第一节 家庭信息化5类业务需求分析

一、全业务套餐使用意愿分析

二、全业务套餐价格优惠期望分析

三、全业务套餐设计推广缺陷分析

四、全业务套餐对用户转网的影响分析

五、家庭信息化接入设备支付意愿分析

第二节 家庭信息化19种产品需求分析

一、全业务捆绑套餐

二、移动家庭计划套餐、

三、家庭无线宽带、

四、无线宽带漫游

- 五、无线宽带+移动电话捆绑
- 六、家庭fmc业务
- 七、家庭彩铃
- 八、锁小区业务
- 九、数字电视/iptv类业务
- 十、基于电脑的家庭娱乐及信息服务
- 十一、基于电话的家庭信息服务
- 十二、家庭好管家
- 十三、家庭远程视频监控及联通报警
- 十四、亲子通类业务
- 十五、家庭定位产品
- 十六、智能家居远程控制
- 十七、智能家居室内控制
- 十八、家庭信息机业务
- 十九、数字家庭综合服务

第七章2015年中国家庭信息化综合需求分析

第一节2015年中国家庭信息化5类业务需求分析

- 一、家庭信息化5类业务需求迫切性分析
- 二、家庭信息化5类业务吸引力分析
- 三、我们对家庭信息化5类业务需求评价分析

第二节2015年中国家庭信息化23种产品需求分析

- 一、家庭信息化23种产品需求迫切性分析
- 二、家庭信息化23种产品吸引力分析
- 三、我们对家庭信息化产品需求评价分析

第八章2015年中国家庭通信竞争态势分析

第一节2015年中国家庭通信运营商各业务市场同比分析

- 一、固定电话各运营商
- 二、宽带接入各运营商
- 三、移动电话各运营商
- 四、无线接入各运营商

第二节2015年中国家庭通信运营商家庭业务竞争力对比分析

- 一、中国电信
- 二、中国移动
- 三、中国联通
- 四、其他

第九章 2016-2022年中国运营商家庭信息化业务战略规划研究

第一节 中国电信

- 一、家庭信息化首选融合方案
- 二、分阶段推进家庭信息化
- 三、以家庭信息化为基点的主动进攻

第二节 中国移动

- 一、面临巨大市场压力应及早应对
- 二、充分利用品牌优势延伸业务领域
- 三、以家庭业务为核心重构品牌形象

第三节 中国联通

- 一、发挥3g网络优势打造新业务品牌
- 二、开辟生活娱乐新领域
- 三、充分发挥宽带业务优势

第十章 2016-2022年中国家庭综合需求及套餐业务发展趋势分析

第一节 2016-2022年中国家庭套餐业务用户需求趋势

第二节 2016-2022年中国家庭套餐业务市场潜力分析

第三节 2016-2022年中国家庭信息化全业务竞争趋势分析

第四节 权威专家对家庭信息化及全业务套餐发展建议

- 一、对家庭信息化整体建议
- 二、对套餐设计建议
- 三、对运营商策略建议

第十一章 2016-2022年中国运营商家庭信息化业务战略实施及保障措施

第一节 促进产业链资源整合与发展

第二节 新产品开发及解决方案

- 一、加强新产品开发力度
- 二、新产品开发解决方案

第三节 提高用户认知度与消费习惯培养

- 一、提高用户认知度
- 二、培养用户业务使用习惯
- 三、锁定目标用户，进行用户细分，实施产品差异化

第四节 提高客户体验管理水平

第五节 塑造家庭信息化业务品牌

- 一、实施品牌战略
- 二、构建完备家庭信息系统平台
- 三、产品和服务创新，紧扣“家庭”

四、分阶段推进家庭信息化

图表目录：

图表：2011-2015年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2015年中国三产业增加值结构图

图表：2011-2015年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2011-2015年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2011-2015年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2011-2015中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：2011-2015中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2011-2015年中国工业增加值增长趋势图

图表：2011-2015年我国工业增加值分季度增速

图表：2011-2015年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2011-2015年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2011-2015年我国财政收入支出走势图

图表：2014年-2015年人民币兑美元汇率中间价

图表：2015年人民币汇率中间价对照表

图表：2011-2015年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2011-2015年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2011-2015年中国外汇储备走势图

图表：2011-2015年中国外汇储备及增速变化图

图表：2015年中国人民币利率调整表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2011-2015年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2011-2015年我国货物进出口总额走势图

图表：2011-2015年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2011-2015年中国就业人数走势图

图表：2011-2015年中国城镇就业人数走势图

图表：2011-2015年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：2011-2015年我国总人口数量增长趋势图

图表：2015年人口数量及其构成

图表：2011-2015年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2011-2015年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：2011-2015年中国城镇化率走势图

图表：2011-2015年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2010-2015年各月电信业务收入比较

- 图表：中国网民人数增长情况
- 图表：中国互联网普及率
- 图表：全球部分国家互联网普及率比较
- 图表：全国电信业务主要指标
- 图表：中国电信宽带用户数
- 图表：江苏电信e9全业务套餐
- 图表：江苏电信手机可选包套餐
- 图表：中国联通宽带用户数
- 图表：中国移动部分家庭信息化新产品和业务
- 图表：家庭信息化业务价值链模型
- 图表：广州地区居民对数字家庭期待的功能
- 图表：家庭信息化市场竞争形式分析
- 图表：中国电信家庭业务swot分析及应对策略
- 图表：中国移动家庭业务swot分析及应对策略
- 图表：中国联通家庭业务swot分析及应对策略
- 图表：三家运营商综合实力与家庭业务市场地位分析
- 图表：中国移动家庭信息化业务战略定位
- 图表：中国电信家庭信息化业务战略定位
- 图表：中国联通家庭信息化业务战略定位
- 图表：广州地区居民对电信“我的e家”产品了解情况
- 图表：广东移动家庭信息化业务运营系统
- 图表：广州地区居民对数字家庭服务的认知
- 图表：用户体验设计管理金字塔
- 图表：广州地区居民对宽带业务的认知渠道

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/286210.html>