

# 2018-2023年中国数字家庭产业市场发展需求调研 与投资方向评估分析报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国数字家庭产业市场发展需求调研与投资方向评估分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajukancai/301012301012.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

在云计算、大数据、移动互联网快速发展的背景下，我国数字家庭产业在服务上不断创新，也正面临着转型升级和生态模式重塑，原来数字家庭指的是家庭内部设备间的互联互通，而现在是将家庭作为社会的一个基本单元融入社会的信息化当中，运用信息技术将各种社会服务资源接入家庭。数字家庭概念已经从产品联网，正大踏步向数字化、智能化生态转型。比如，海尔 U+平台已经开始基于大数据分析从制造向服务转型。数字家庭从单一以硬件为主扩展到平台服务，将生产制造业与生产服务有机融合，创造了一个新的业务生态发展模式。

图：数字家庭产业涉及领域非常广泛

数字家庭产业具有重要的作用和意义，数字家庭产业是落实党中央确定的稳增长，调结构，惠民生，防风险的重要抓手，是信息消费的重要组成部分，与此同时，数字家庭产业有着巨大的潜力等待发掘。

图：数字家庭的应用发展趋势

观研天下发布的《2018-2023年中国数字家庭产业市场发展需求调研与投资方向评估分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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 2015-2017年中国家庭通信运行环境解析

第一节 2015-2017年中国家庭通信政策环境分析

一、《2018-2023年国家信息化发展战略》

二、《国民经济和社会发展信息化“十三五”规划》

三、《“十三五”时期广播影视科技发展规划》

第二节 2015-2017年中国宏观经济环境环境分析

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、财政收支状况

八、中国汇率调整

九、货币供应量

十、中国外汇储备

十一、存贷款基准利率调整情况

十二、存款准备金率调整情况

十三、社会消费品零售总额

十四、对外贸易&进出口

十五、城镇人员从业状况

第三节 2015-2017年中国家庭通信产业社会环境分析

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 2015-2017年中国家庭通信产业技术环境解析

一、3G

二、NGN

三、三网融合

第二章 2015-2017年中国家庭信息化业务运行透析

第一节 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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

## 第三章 2015-2017年中国家庭基础通信状况分析

### 第一节 2015-2017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

### 第四章 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

### 第五章 家庭用户对全业务套餐需求及评价分析

#### 第一节 用户没有选择现有家庭通信套餐的理由

#### 第二节 用户对全业务套餐购买意向

#### 第三节 全业务套餐对用户转网分析

#### 第四节 用户选择全业务套餐影响因素及其重要性

#### 第五节 用户对全业务套餐优惠值期望

#### 第六节 用户不选择全业务套餐的理由

### 第六章 2015-2017年中国家庭信息化综合需求分析

#### 第一节 2015-2017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 2015-2017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

### 第七章 2015-2017年中国家庭通信竞争态势分析

#### 第一节 2015-2017年中国家庭通信运营商各业务市场占有率分析

##### 一、固定电话各运营商占有率

##### 二、宽带接入各运营商占有率

##### 三、移动电话各运营商占有率

##### 四、无线接入各运营商占有率

#### 第二节 2015-2017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

#### 五、我们总结分析

### 第八章 2015-2017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

### 第九章 对中国家庭综合需求及套餐业务发展趋势分析

#### 第一节 2018-2023年中国家庭套餐业务用户需求趋势

#### 第二节 2018-2023年中国家庭套餐业务市场潜力分析

#### 第三节 2018-2023年中国家庭信息化全业务竞争趋势分析

#### 第四节 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

### 第十章 2018-2023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

#### 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

图表目录：

图表：2015-2017年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2017年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2015-2017年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2015-2017年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2017中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2015.4-2017.3年我国工业增加值增速统计

图表：2015-2017年我国全社会固定资产投资额走势图（2017年不含农户）

图表：2015-2017年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：近期人民币汇率中间价（对美元）

图表：2015.4-2017.3中国货币供应量月度数据统计

图表：2015-2017年中国外汇储备走势图

图表：2015-2017年央行存款利率调整统计表

图表详见报告正文（BGZQJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/301012301012.html>