

# 中国数字家庭系列---家庭综合服务及全业务套餐 行业应用前景分析报告（2012-2016）

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《中国数字家庭系列---家庭综合服务及全业务套餐行业应用前景分析报告（2012-2016）》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/jiadianchanye/131831131831.html>

报告价格：电子版: 7000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

数字家庭是指以计算机技术和网络技术为基础，各种家电通过不同的互连方式进行通信及数据交换,实现家用电器之间的“互联互通”,使人们足不出户就可以更加方便快捷地获取信息,从而极大提高人类居住的舒适性和娱乐性。

中国报告网发布的《中国数字家庭系列---家庭综合服务及全业务套餐行业应用前景分析报告(2012-2016)》共十一章。依据国家统计局、国家信息中心、国家海关总署、国际组织、行业协会、中国报告网等权威机构的数据。内容严谨，数据翔实，结合丰富的图表，可以直观的看到数字家庭系列---家庭综合服务及全业务套餐市场的发展动态竞争格局等信息。对我国数字家庭系列---家庭综合服务及全业务套餐市场环境与发展前景、市场竞争格局与动态、市场需求供给与产销状况、投资风险与规避经营、未来行业趋势与规划建议等进行深入研究，并列举数字家庭系列---家庭综合服务及全业务套餐市场行业内重点企业状况，竞争优势等。报告深入揭示了数字家庭系列---家庭综合服务及全业务套餐市场潜在需求和机会，为投资者选择恰当的投资时机和投资决策，为公司领导层做战略规划提供准确的行业市场情报及科学的决策依据，对银行信贷部门也具有重要的参考价值！

### 第一章 2011-2012年中国家庭通信运行环境解析

#### 第一节 2011-2012年中国家庭通信政策环境分析

- 一、《2006-2020年国家信息化发展战略》
- 二、《国民经济和社会发展信息化“十一五”规划》
- 三、《“十一五”时期广播影视科技发展规划》

#### 第二节 2011-2012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、存贷款基准利率调整情况
- 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 2011-2012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2011-2012年中国家庭通信技术环境解析

#### 一、3G

#### 二、NGN

#### 三、三网融合

### 第二章2011-2012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2011-2012年中国家庭信息化业务运行透析

#### 第一节2011-2012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2011-2012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2011-2012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2011-2012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2011-2012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2011-2012年中国家庭基础通信状况分析

##### 第一节2011-2012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 2011-2012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2011-2012年中国家庭信息化综合需求分析

### 第一节2011-2012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2011-2012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2011-2012年中国家庭通信竞争态势分析

### 第一节2011-2012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2011-2012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 2012-2016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 2012-2016年中国家庭综合需求及套餐业务发展趋势分析

### 第一节 2012-2016年中国家庭套餐业务用户需求趋势

### 第二节 2012-2016年中国家庭套餐业务市场潜力分析

### 第三节 2012-2016年中国家庭信息化全业务竞争趋势分析

### 第四节 中国报告网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 2012-2016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：（部分）

图表：2005-2011年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010.09-2011.09中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2011年中国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2011年中国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2010中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010.9-2011.9年中国工业增加值增速统计

图表：2005-2011年中国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2011年中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：2010.9-2011.9中国货币供应量月度数据统计

图表：2005-2011年9月中国外汇储备走势图

图表：1990-2011年央行存款利率调整统计表

图表：1990-2011年央行贷款利率调整统计表

图表：中国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2011年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2011年中国货物进出口总额走势图

图表：2005-2011年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：1978-2009年中国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年中国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：2005-2010年中国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2010年中国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1990-2010年中国城镇化率走势图

图表：2005-2010年中国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2005-2011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

《中国数字家庭系列---家庭综合服务及全业务套餐行业应用前景分析报告（2012-2016）》系统全面的调研了数字家庭的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/131831131831.html>