

# 2017-2022年中国家庭通信市场产销调研及十三五 竞争策略分析报告

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《2017-2022年中国家庭通信市场产销调研及十三五竞争策略分析报告》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/tongxin/274903274903.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

中国报告网发布的《2017-2022年中国家庭通信市场产销调研及十三五竞争策略分析报告》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。

### 第一章2014-2016年中国家庭通信运行环境解析

#### 第一节2014-2016年中国家庭通信政策环境分析

- 一、《2017-2022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2014-2016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2014-2016年中国家庭通信产业社社会环境分析

- 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2014-2016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2014-2016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2014-2016年中国家庭信息化业务运行透析

##### 第一节2014-2016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2014-2016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2014-2016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2014-2016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2014-2016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2014-2016年中国家庭基础通信状况分析

### 第一节2014-2016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、家庭平均宽带接入账号

#### 四、家庭平均无线上网用户

#### 五、家庭平均电脑台数

#### 六、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、宽带接入费用

#### 四、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

#### 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2014-2016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2014-2016年中国家庭信息化综合需求分析

第一节2014-2016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2014-2016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2014-2016年中国家庭通信竞争态势分析

第一节2014-2016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2014-2016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2017-2022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2017-2022年中国家庭综合需求及套餐业务发展趋势分析

#### 第一节2017-2022年中国家庭套餐业务用户需求趋势

#### 第二节2017-2022年中国家庭套餐业务市场潜力分析

#### 第三节2017-2022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2017-2022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

#### 部分图表目录

图表：2009-2016年1季度中国gdp总量及增长趋势图

图表：2012.09-2015.11中国月度cpi、ppi指数走势图

图表：2009-2016年1季度中国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2009-2016年1季度中国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2014中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2012.9-2015.11年中国工业增加值增速统计

图表：2009-2016年1季度中国全社会固定资产投资额走势图

图表：2009-2016年1季度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：2012.9-2015.11中国货币供应量月度数据统计

图表：2005-2016年11月中国外汇储备走势图

图表：1990-2015年央行存款利率调整统计表

图表：1990-2015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：2009-2016年1季度中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2009-2016年1季度中国货物进出口总额走势图

图表：2009-2016年1季度中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2009-2015年中国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：2009-2015年中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：2005-2015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：2001-2015年中国广播和综合人口覆盖率走势图

图表：2009-2015年中国城镇化率走势图

图表：2009-2016年1季度中国研究与试验发展（r&d）经费支出走势图

图表：2009-2016年1季度各月电信业务收入比较

（GYZX）

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxin/274903274903.html>