

# 中国宽带产业全景调研与市场商机分析报告（2014-2019）

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《中国宽带产业全景调研与市场商机分析报告（2014-2019）》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/hulianwang/186840186840.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

在过去五年中，固定宽带价格占人均GNI的份额下降了82%。到2012年，发达国家的固定宽带价格占每月人均GNI的1.7%。发展中国家的固定宽带业务依然昂贵，占平均月收入的30.1%。

在包括48个发展中国家的95个国家中，2012年每月固定宽带订费占人均GNI的5%或更低。随着业务价格更可承受，固定宽带采用率呈强劲增长，到2013年，固定宽带用户数接近7亿，达到9.8%的全球普及率。

2013年发展中国家的宽带用户总数超过了发达国家。但在固定宽带普及率方面依然存在巨大差距，发展中国家的普及率为6.1%（撒哈拉沙漠以南非洲地区不足1%），而发达国家已达27.2%。

2013年，基础电信企业固定互联网宽带接入用户净增1905.6万户，比上年净增减少612.6万户，总数达1.89亿户。其中，2M以上、4M以上和8M以上宽带接入用户占宽带用户总数的比重分别达到96.2%、78.8%、22.6%，比上年分别提高1.9、14.3、9.5个百分点。

2013年，我国互联网网民数净增5358万人，达6.18亿人，互联网普及率达到45.8%，比上年提高3.7个百分点。手机网民规模达到5亿人，比上年增加8009万人，网民中使用手机上网的人群占比由上年的74.5%提升至81%。手机即时通信、手机搜索、手机视频、和手机网络游戏用户规模比上年分别增长22.3%、25.3%、83.8%、54.5%。电子商务应用在手机端应用发展迅速，手机在线支付用户在手机网民中占比由上年末的13.2%上升至25.1%。

近年来，中国网民规模增长主要源于以下四个方面因素：第一，中国政府在信息化领域制定了一系列政策方针并持续加强基础网络设施建设，为互联网接入提供较好的网络基础条件；第二，运营商和各大厂商积极推动互联网应用发展，加快网络应用对社会生活的渗透，如打车、支付等应用与线下结合紧密，吸引更多人使用互联网；第三，传统媒体和新媒体的联动加强，提升整体社会对互联网的认知，促使更多人使用互联网；第四，网络应用的社交性和即时沟通的便捷性，在增加网民使用黏性的同时加大了网民对非网民同伴的连带影响，促进非网民向网民转化。这一系列因素共同推动互联网用户规模的增长，尤其推动了手机网民规模的持续增加。2013年中国新增网民中使用手机上网的比例高达73.3%，高于其他设备的使用比例，这意味着手机依然是中国网民增长的主要驱动力。数据来源：工信部

中国报告网发布的《中国宽带产业全景调研与市场商机分析报告（2014-2019）》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、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研究分析。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 全球化中的中国宽带市场概述 1

### 第一节 宽带阐述 1

#### 一、中国宽带市场在全球市场中的地位 1

#### 二、全球化中的亚欧宽带政策差异分析 1

#### 三、宽带移动通信的全球化竞争分析 7

### 第二节 宽带接入技术 8

#### 一、DSL 8

#### 二、VDSL 8

#### 三、CABLEMODEM 9

#### 四、光纤接入网 10

#### 五、ISDN 10

#### 六、ADSL 10

### 第三节 中国宽带产业价值链分析 11

#### 一、宽带价值链的形成 11

#### 二、电信产业价值链 13

#### 三、运营商价值链模式 14

#### 四、电信价值链整合与赢利 14

## 第二章 2012-2013年全球化中的宽带国际市场运行分析 17

### 第一节 2012-2013年国际环境对宽带市场的影响 17

### 第二节 2012-2013年全球DSL成为宽带接入的主流 18

#### 一、全球市场规模 18

#### 二、普及率 18

### 第三节 2012-2013年全球CABLEMODEM运行分析 19

#### 一、CABLE MODEM业务市场份额 19

#### 二、CABLE MODEM业务价格 20

#### 三、CABLE MODEM用户的ARPU值分析 21

### 第四节 光纤市场分析 21

### 第五节 韩国宽带市场分析 22

第六节 日本宽带市场分析 23

第七节 欧盟宽带市场分析 25

第八节 美国宽带市场分析 28

第十节 美日宽带比较 31

第三章 2012-2013年中国宽带产业运行环境解析 33

第一节 国内宏观经济环境分析 33

一、GDP历史变动轨迹分析 33

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 34

三、2014年中国宏观经济发展预测分析 37

第二节 2012-2013年中国宽带市场政策环境分析 38

一、光纤宽带接入定价监管趋于明朗 38

二、《互联网出版管理暂行规定》 38

三、相关产业法律法规 43

1、工信部《关于推进光纤宽带网络建设的意见》 43

2、工信部《关于推进第三代移动通信网络建设的意见》 45

3、“十一五”期间通信产业发展思路和重点发展领域 47

4、《电子信息产业调整和振兴规划》的政策措施 49

5、“村村通电话”工程和“信息下乡”活动相关措施 50

6、TD-SCDMA发展政策措施 52

7、国家电信业“十二五”规划前期预研重点研究课题 52

第三节 2012-2013年中国宽带市场政策环境分析 55

一、中国人口规模 学历结构分析 55

二、中国电脑及网络普及情况分析 57

第四章 2012-2013年中国宽带市场运行态势分析 61

第一节 2012-2013年中国宽带市场综述 61

一、宽带用户及网民规模 61

二、DSL市场规模 61

三、ADSL特点 62

四、目前宽带用户选择因素 63

第二节 宽带市场发展规律分析 64

一、传统宽带运营商发展轨迹及其规律 64

二、宽带业务的市场周期规律分析 65

三、主要的宽带内容类型 66

第三节 2012-2013年中国宽带业务运行透析 68

- 一、宽带市场规模 68
- 二、宽带市场地区分布 68
- 三、目前宽带用户选择因素 68
- 四、宽带运营商发展业务的重点 69
- 第四节 2012-2013年中国主流宽带接入方式分析 72
- 第五节 2012-2013年中国宽带接入市场发展中的问题 73
  - 一、宽带内容同质化由来已久 73
  - 二、宽带发展减缓原因分析 74
  - 三、解决宽带内容瓶颈的根本途径 75
  
- 第五章 2012-2013年中国LAN业务发展中的问题及策略分析 78
  - 第一节 影响LAN业务发展的主要问题 78
    - 一、网络质量、服务质量和资费 78
    - 二、网络安全问题 79
    - 三、不规范的价格竞争 81
    - 四、排他性协议的不公平竞争 82
  - 第二节 宽带运营商经营策略转变及建议分析 84
    - 一、宽带竞争升级，竞争方式分析 84
    - 二、用户群细分分析 85
    - 三、服务转变分析 86
    - 四、宽带内容与应用策略分析 87
    - 五、具体建议 89
  
- 第六章 2012-2013年中国互联网业务动态分析 90
  - 第一节 2012-2013年中国互联网运行概述 90
    - 一、中国互联网产业发展现状及特点 90
    - 二、中国互联网用户年规模 94
    - 三、互联网用户消费分析 95
  - 第二节 2012-2013年中国互联网络深度剖析 95
    - 一、网民人数 95
    - 二、域名数 99
    - 三、网站数 100
    - 四、网络国际出口带宽数 101
    - 五、IP地址数 102
    - 六、网民特性分析 103

### 第三节 2012-2013年中国互联网产业面临的问题与应对 107

- 一、互联网产业发展问题 107
- 二、互联网产业发展政策思考 109
- 三、互联网在中国的应用和管制 112

## 第七章 2012-2013年中国宽带内容市场的主要参与者 124

### 第一节 内容集成商 124

- 一、宽带运营商经营宽带内容分析 124
- 二、驻地网运营商 126
- 三、门户网站运营商 127

### 第二节 内容提供商 128

- 一、国内ICP发展历程 128
- 二、国内ICP赢利模式 134

## 第八章 2012-2013年中国宽带内容市场热点探析 135

### 第一节 网络游戏 135

- 一、我国网络游戏产业地域特点 135
- 二、中国网游用户规模 135
- 三、网络游戏对宽带产业的影响 136

### 第二节 网络教育 137

- 一、中国网络教育市场开始快速增长 137
- 二、中国网络教育用户规模持续增长 137
- 三、中国网络远程教育市场年产值过亿 139
- 四、中国网络教育对宽带需求及影响分析 139

### 第三节 可视通信业务 141

- 一、视频通信竞争性分析 141
- 二、视频通信需求分析 142
- 三、宽带视频业务未来发展 143

### 第四节 多媒体广告 146

- 一、多媒体广告的内容 146
- 二、宽带与广告关系 147
- 三、宽带网络广告的特性 148

## 第九章 2012-2013年中国WLAN业务市场透析 150

### 第一节 2012-2013年中国WLAN业务运行环境分析 150

- 一、WLAN应用环境分析 150
- 二、市场拉动与阻碍因素 153
- 第二节 2012-2013年国内WLAN市场销售与竞争分析 154
  - 一、销售情况 154
  - 二、市场竞争分析 154
- 第三节 2012-2013年国内WLAN产品用户综合分析 154
  - 一、用户区域分布分析 154
  - 二、产品用户综合分析 155
- 第四节 2012-2013年国内主要运营商WLAN业务市场竞争分析 156
  - 一、中国网通WLAN业务开展现状 156
  - 二、中国移动WLAN业务开展现状 157
  - 三、中国电信WLAN业务开展现状 158
  
- 第十章 2012-2013年中国LAN业务运营主体分析 160
  - 第一节 运营主体在价值链中的位置 160
  - 第二节 基础电信运营商分析 162
    - 一、中国电信 162
    - 二、中国网通 166
  - 第三节 驻地网运营商-长城宽带 167
    - 一、长城宽带LAN接入方式 167
    - 二、长城宽带与其他运营商LAN接入业务比较 168
  
- 第十一章 2012-2013年中国应用LAN组网方案分析 170
  - 第一节 针对不同用户的组网方案 170
    - 一、商业应用 170
    - 二、住宅、小区应用 171
    - 三、酒店、宾馆客房提供快速上网服务 172
    - 四、LAN-TO-LAN互联方案 174
  - 第二节 LAN与ADSL组网方案比较 175
    - 一、LAN与ADSL比较 175
    - 二、光纤+LAN与ADSL比较 179
  
- 第十二章 2012-2013年中国宽带产业价值链分析 182
  - 第一节 电信产业价值链现状剖析 发展建议 182
    - 一、“超市”体系下的电信产业价值链 182

- 二、电信产业价值链所面临的问题 183
- 三、电信产业价值链的发展建议 184
- 第二节 电信运营商价值链模式比较 186
  - 一、电信产业价值链的裂变 186
  - 二、四大通信运营商的数据服务价值链 其比较 187
  - 三、电信运营商价值链应该注意的问题 191
- 第三节 电信价值链整合中的赢利模式透析 192
  - 一、电信产业发展趋势 192
  - 二、电信价值链与“配电盘”赢利模式 194
  - 三、电信价值链整合的价值和意义 197

### 第十三章 2012-2013年中国宽带接入技术分析 199

- 第一节 DSL (数字用户线) 技术 199
  - 一、DSL技术 199
  - 二、DSL技术的发展现状 200
  - 三、DSL技术的发展趋势 201
- 第二节 CABLEMODEM (电缆调制解调器) 技术 203
  - 一、CABLEMODEM分析 203
  - 二、CABLEMODEM的种类 205
  - 三、CABLEMODEM对有线电视网络资源的应用 205
- 第三节 以太网接入 212
  - 一、以太网概述 212
  - 二、以太网技术的应用及发展 213
  - 三、千兆以太网技术应用现状及其发展趋势 215
- 第四节 光纤接入技术 216
  - 一、充满前景的PON技术 216
  - 二、宽带接入的先锋-EPON技术 221
  - 三、GPON 223
  - 四、三种PON的技术比较 224
- 第五节 WLAN (无线局域网) 技术 225
  - 一、WLAN相关概念 225
  - 二、WLAN的优势 228
  - 三、WLAN的应用 229
- 第六节 2012-2013年WLAN市场现状分析 232
  - 一、WLAN国内市场现状 232

- 二、美国WLAN市场分析 234
- 三、运营商WLAN的客户群定位 235
- 四、运营商WLAN的合作模式 236
- 五、运营商WLAN的运营收费模式 238

#### 第七节 PLC ( 电力线 ) 接入 239

- 一、电力线通信的主要技术 239
- 二、电力线通信的网络结构模式 240
- 三、电力线通信的主要优劣势 242
- 四、电力线通信的市场前景 244

### 第十四章 2012-2013年中国宽带市场竞争态势分析 245

#### 第一节 2012-2013年中国宽带业务市场竞争现状分析 245

- 一、宽带业务市场竞争格局 245
- 二、运营商之间的竞争分析 245
- 三、宽带市场赢利模式分析 246
- 四、各运营商宽带接入策略比较 246

#### 第二节 2012-2013年中国宽带业务市场竞争策略分析 247

- 一、宽带业务的核心竞争力 247
- 二、宽带业务竞争策略 248
- 三、竞争焦点 250

#### 第三节 2012-2013年中国宽带终端市场竞争分析 251

#### 第四节 2012-2013年中国宽带市场竞争手段分析 251

#### 第五节 2012-2013年中国宽带竞争过度防范 252

### 第十五章 2014-2019年中国宽带市场前景预测分析 254

#### 第一节 2014-2019年中国宽带接入技术及产品趋势 254

- 一、宽带接入移动化 254
- 二、业务需求高带宽 255
- 三、宽带接入方式融合化 255
- 四、网络智能化发展 256
- 五、宽带接入产品全方位化 257

#### 第二节 2014-2019年中国宽带市场预测分析 258

- 一、中国互联网用户规模预测 258
- 二、中国宽带家庭用户数量预测 258
- 三、中国互联网接入费用预测 259

四、WLAN市场市场预测 259

五、中国CRBT市场预测 260

六、数字音乐市场预测 260

第十六章 2014-2019年中国宽带业务发展战略分析 261

第一节 2014-2019年中国宽带业务发展策略研究 261

一、业务模式的创新 261

二、价格策略分析 264

三、内容应用多样性分析 264

四、市场营销策略分析 266

第二节 电信、网通宽带策略比较 268

一、品牌发展策略 268

二、合作伙伴 269

• • • • •

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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/186840186840.html>