2009年中国宽带市场趋势观察研究报告

报告大纲

观研报告网
www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009年中国宽带市场趋势观察研究报告》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://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/3028030280.html

报告价格：电子版: 6500元　纸介版：7000元　电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

2009年中国宽带市场趋势观察研究报告

前 言 市场现状 2007年，我国宽带接入市场继续保持快速增长，到2007年底，累计用户达到6647万，是全球第二大宽带市场。同时，我国也是宽带接入用户增长最快的国家，2007年的四个季度我国新增宽带用户数均居全球首位。2007年我国电信运营商的宽带业务收入为521亿元，同比增长了37.5%。宽带业务已经成为固网运营商业务收入增长的主要拉动力量。……

市场竞争近几年，宽带接入市场火爆异常。基础电信运营商联手设备厂商，大力推动ADSL业务的发展。随着长城宽带在多个城市的业务逐步摆脱亏损，不久前长城宽带追加1.2亿元的投资，开始重拾基础建设，升级13个城市的宽带网络。广电网和电力线宽带接入更是异军突起，积极发展用户，拓展市场。方正宽带也悄然崛起，已经占据北京、大连等几个城市以太网市场的最大份额，在北京覆盖了180多个住宅小区，2万多个以太网用户，并计划今后每年用户数翻一番。

种种迹象表明，新一轮的竞争热潮已经掀起。与让互联网业至今谈之变色的第一次圈地泡沫相比，新一轮的宽带圈地有本质不同。宽带接入是一个严格的以规模制胜的市场，持续保持有扩张规模的能力至关重要，因此，第二次宽带圈地的到来是必然的。然而，在此时掀起新一轮宽带竞争格局，是多重因素共同影响的结果……

市场预测2007年中国互联网用户规模达1.82亿人。预计2008年中国互联网用户规模将达2.44亿人。到2010年，包括ADSL、有线宽带在内的中国宽带家庭用户将达到8143.6万户。中国宽带家庭用户数量将呈现平稳上升的趋势，在未来几年我国宽带市场将……更多详细内容请阅读2009年中国宽带市场趋势观察研究报告！目录 content上 卷

《2009年中国宽带市场趋势观察研究报告》

本报告上卷为您对2007-2008年宽带市场及细分市场进行了详尽的表观描述，并对中国宽带行业运行各项指标进行了详细分析，让您对2007-2008中国宽带市场现状及行业运行有详尽的了解……，详细内容请您阅读《2009年中国宽带市场趋势观察研究报告》1章——15章……

第一部分 市场现状 1
第一章 2009年全球化中的中国宽带市场 2
1.1 中国宽带市场在全球市场中的地位 2
1.2 全球化中的亚欧宽带政策差异分析 2
1.3 宽带移动通信的全球化竞争分析 9第二章 2009全球化中的宽带国际市场分析 18
2.1 市场现状 18
2.2 DSL成为宽带接入的主流 19
2.2.1 全球市场规模 19
2.2.2 普及率 20

2.3 CABLE MODEM发展分析 21
2.3.1 CABLE MODEM业务市场份额 21
2.3.2 CABLE MODEM业务价格 24
2.3.3 CABLE MODEM用户的ARPU值分析 24
2.4 光纤市场分析 24
2.5 韩国宽带市场分析 26
2.6 日本宽带市场分析 27
2.7 欧盟宽带市场分析 28
2.8 美国宽带市场分析 29
2.9 美日宽带比较 31第三章 中国宽带市场分析 32
3.1 中国宽带市场分析 32
3.1.1 市场现状 32
3.1.2 ADSL特点 32
3.1.3 各地区宽带业务发展分析 33
3.1.4 宽带业务覆盖范围分析 34
3.2 宽带市场发展规律分析 35
3.2.1 传统宽带运营商发展轨迹及其规律 35
3.2.2 宽带业务的市场周期规律分析 40
3.3 中国宽带业务发展现状 41
3.3.1 宽带市场规模 41
3.3.2 宽带市场地区分布 43
3.3.3 目前宽带用户选择因素 44
3.3.4 宽带运营商发展业务的重点 46
3.4 主流宽带接入方式市场发展概况 48
3.5 中国宽带接入市场发展中存在的问题 51第四章 中国ADSL发展中存在的问题分析 56
4.1 宽带市场四大问题 56
4.2 宽带业务发展中存在的问题与对策解析 57
4.3 未来宽带发展需要注意的问题 59第五章 宽带内容发展中的问题及对策 61
5.1 宽带内容服务的同质化现象分析 61
5.1.1 宽带内容同质化由来已久 61
5.1.2 宽带发展减缓原因分析 61
5.1.3 解决宽带内容瓶颈的根本途径 63
5.2 宽带内容发展之关键 65
5.3 赢利模式与运作模式分析 66第六章 LAN业务发展中的问题及策略分析 69
6.1 影响LAN业务发展的主要问题 69

6.1.1 网络质量、服务质量和资费 69
6.1.2 网络安全问题 70
6.1.3 不规范的价格竞争 70
6.1.4 排他性协议的不公平竞争 71
6.2 宽带运营商经营策略转变及建议分析 72
6.2.1 宽带竞争升级，竞争方式分析 72
6.2.2 用户群细分分析 73
6.2.3 服务转变分析 74
6.2.4 宽带内容与应用策略分析 74
6.2.5 具体建议 75第二部分 市场细分 76
第七章 2007-2008年中国互联网业务发展 77
7.1 2007-2008年中国互联网发展现状 77
7.1.1 中国互联网产业发展现状及特点 77
7.1.2 2007中国互联网用户年规模 81
7.1.3 2008上半年互联网用户消费分析 81
7.2 2007-2008年中国互联网络发展状况分析 82
7.2.1 网民人数 82
7.2.2 域名数 84
7.2.3 网站数 85
7.2.4 网络国际出口带宽数 86
7.2.5 IP地址数 87
7.2.6 2008年网民特性分析 88
7.3 2007年中国互联网发展分析 94
7.3.1 2007互联网产业发展问题 94
7.3.2 2007互联网产业发展政策思考 97
7.3.3 2007互联网在中国的应用和管制 99第八章 宽带内容市场的主要参与者 102
8.1 内容集成商 102
8.1.1 宽带运营商经营宽带内容分析 102
8.1.2 驻地网运营商 105
8.1.3 门户网站运营商 106
8.2 内容提供商 112
8.2.1 国内ICP发展历程 112
8.2.2 国内ICP赢利模式 114第九章 主要的宽带内容类型 116
9.1 基础服务类业务 116
9.2 增值服务类业务 116第十章 宽带内容市场发展热点分析 119

10.1 网络游戏 119
10.1.1 网络游戏发展现状分析 119
10.1.2 网络游戏对宽带产业的影响 119
10.1.3 网络游戏发展趋势与原则 121
10.2 网络教育 122
10.2.1 网络教育的发展历程 122
10.2.2 2007年网络教育分析 123
10.2.3 网络教育优势 125
10.3 可视通信业务 126
10.3.1 视频通信竞争性分析 126
10.3.2 视频通信需求分析 127
10.3.3 宽带视频业务未来发展 127
10.4 多媒体广告 129
10.4.1 多媒体广告的内容 129
10.4.2 宽带与广告关系 129
10.4.3 宽带网络广告的特性 130第十一章 WLAN业务发展市场分析 132
11.1 政策环境 132
11.2 WLAN应用环境分析 132
11.2.1 市场拉动因素 132
11.2.2 市场阻碍因素 133
11.2.3 市场拉动因素与阻碍因素对比分析 134
11.3 WLAN市场销售与竞争分析 135
11.3.1 销售情况 135
11.3.2 市场竞争分析 136
11.4 WLAN产品用户综合分析 137
11.4.1 用户区域分布分析 137
11.4.2 产品用户综合分析 139
11.5 国内主要运营商WLAN业务市场竞争分析 141
11.5.1 中国网通WLAN业务开展现状 142
11.5.2 中国移动WLAN业务开展现状 144
11.5.3 中国电信WLAN业务开展现状 145第十二章 LAN业务运营主体分析 149
12.1 运营主体在价值链中的位置 149
12.2 基础电信运营商分析 149
12.2.1 中国电信 149
12.2.2 中国网通 151

12.3 驻地网运营商-长城宽带 152
12.3.1 长城宽带LAN接入方式 152
12.3.2 长城宽带与其他运营商LAN接入业务比较 152第十三章 应用LAN组网方案分析 155
13.1 针对不同用户的组网方案 155
13.1.1 商业应用 155
13.1.2 住宅、小区应用 156
13.1.3 酒店、宾馆客房提供快速上网服务 157
13.1.4 LAN—TO—LAN互联方案 158
13.2 LAN 与ADSL组网方案比较 160
13.2.1 LAN与ADSL比较 160
13.2.2 光纤 LAN与ADSL比较 160第十四章 电信增值服务市场分析 165
14.1 SMS 165
14.1.1 SMS市场规模 165
14.2 MMS 165
14.2.1 市场规模 165
14.3 WAP市场 166
14.3.1 市场规模 166
14.3.2 市场发展关键要素 168
14.4 IVR市场 172
14.4.1 市场规模 172
14.4.2 IVR市场走向分析 174
14.5 CRBT 175
14.5.1 市场规模 175
14.5.2 市场促进因素 177
14.6 手机游戏 177
14.6.1 市场规模 177第十五章 互联网服务市场分析 178
15.1 搜索引擎 178
15.1.1 市场现状分析 178
15.1.2 阻碍中国搜索引擎发展因素分析 180
15.2 网络广告 181
15.2.1 市场规模 181
15.2.2 中美市场比较 182
15.3 网络游戏 183
15.3.1 市场规模 183
15.3.2 产业发展 185

15.3.3 网络游戏带给我们的反思 187
15.4 数字杂志 190
15.4.1 市场规模 190
15.4.2 市场竞争 190
15.5 数字音乐 191
15.5.1 市场规模 191
15.5.2 市场发展 191
15.6 电子邮箱 195
15.6.1 市场规模 195
15.6.2 电子邮箱市场改革 196
15.7 网络社区 198
15.7.1 市场现状 198
15.8 即时通讯 200
15.8.1 市场规模 200
15.8.2 市场趋势 202下 卷
《2009年中国宽带市场趋势观察研究报告》
本报告下卷为您对2007-2008年宽带行业竞争、市场营销、技术环境、趋势预测等进行了深度解构分析，让您对2009年中国宽带市场有更好的了解与把握，助您把握商机，占尽先机！详细内容请您阅读《2009年中国宽带市场趋势观察研究报告》16章——21章……第三部分 市场营销 205
第十六章 宽带业务发展策略分析 206
16.1 宽带业务发展策略研究 206
16.1.1 业务模式的创新 206
16.1.2 价格策略分析 210
16.1.3 内容和应用多样性分析 212
16.1.4 市场营销策略分析 214
16.2 电信、网通宽带策略比较 216
16.2.1 品牌发展策略 216
16.2.2 合作伙伴 217第十七章 宽带产业价值链分析 218
17.1 电信产业价值链现状剖析及发展建议 218
17.1.1 “超市”体系下的电信产业价值链 218
17.1.2 电信产业价值链所面临的问题 219
17.1.3 电信产业价值链的发展建议 220
17.2 电信运营商价值链模式比较 222
17.2.1 电信产业价值链的裂变 222

17.2.2 四大通信运营商的数据服务价值链及其比较 224
17.2.3 电信运营商价值链应该注意的问题 228
17.3 电信价值链整合中的赢利模式透析 229
17.3.1 电信产业发展趋势 229
17.3.2 电信价值链与“配电盘”赢利模式 231
17.3.3 电信价值链整合的价值和意义 241第四部分 市场环境 243
第十八章 宽带发展环境分析 244
18.1 中国电信市场市场环境 244
18.2 宽带市场政策环境 245第十九章 宽带接入技术分析 250
19.1 DSL（数字用户线）技术 250
19.1.1 DSL技术 250
19.1.2 DSL技术的发展现状 251
19.1.3 DSL技术的发展趋势 254
19.2 CAMBLE MODEM（电缆调制解调器）技术 259
19.2.1 CAMBLE MODEM分析 259
19.2.2 CABLE MODEM的种类 262
19.2.3 CABLE MODEM对有线电视网络资源的应用 262
19.3 以太网接入 264
19.3.1 以太网概述 264
19.3.2 以太网技术的应用及发展 268
19.3.3 千兆以太网技术应用现状及其发展趋势 271
19.4 光纤接入技术 273
19.4.1 充满前景的PON技术 273
19.4.2 宽带接入的先锋-EPON技术 279
19.4.3 GPON 283
19.4.4 三种PON的技术比较 286
19.5 WLAN（无线局域网）技术 290
19.5.1 WLAN相关概念 290
19.5.2 WLAN的优势 292
19.5.3 WLAN的应用 293
19.6 2007年WLAN市场现状分析 295
19.6.1 WLAN国内市场现状 295
19.6.2 美国WLAN市场分析 296
19.6.3 运营商WLAN的客户群定位 298
19.6.4 运营商WLAN的合作模式 299

19.6.5 运营商WLAN的运营收费模式 301
19.7 PLC（电力线）接入 302
19.7.1 电力线通信的主要技术 302
19.7.2 电力线通信的网络结构模式 304
19.7.3 电力线通信的主要优劣势 305
19.7.4 电力线通信的市场前景 308第五部分 市场竞争 309
第二十章 宽带市场竞争状况 310
20.1 宽带业务市场竞争现状分析 310
20.1.1 宽带业务市场竞争格局 310
20.1.2 各运营商宽带接入策略比较 313
20.1.3 运营商之间的竞争分析 314
20.1.4 宽带市场赢利模式分析 316
20.2 宽带业务市场竞争策略分析 319
20.2.1 宽带业务的核心竞争力 319
20.2.2 宽带业务竞争策略 320
20.2.3 竞争焦点 322
20.3 宽带终端市场竞争分析 323
20.4 宽带市场竞争手段分析 324
20.5 宽带竞争过度防范 326第六部分 趋势预测 328
第二十一章 2008-2010中国宽带市场趋势预测 329
21.1 2008年宽带接入技术及产品趋势 329
21.1.1 宽带接入移动化 329
21.1.2 业务需求高带宽 330
21.1.3 宽带接入方式融合化 330
21.1.4 网络智能化发展 331
21.1.5 宽带接入产品全方位化 332
21.2 宽带市场预测 333
21.2.1 2008年中国互联网用户规模预测 333
21.2.2 2010中国宽带家庭用户数量预测 334
21.2.3 2011年美国互联网接入费用预测 334
21.2.4 2011年中国网络游戏市场预测 335
21.2.5 2009年WLAN市场市场预测 335
21.2.6 2010年中国CRBT市场预测 336
21.2.7 2010年数字音乐市场预测 336
21.2.8 2010年全球移动宽带用户预测 337

21.2.9 2012年全球宽带普及率预测 337表目录
表1 全球十大DSL市场 19
表2 传统宽带运营商成长轨迹 35
表3 AT&T成长轨迹 38
表4 FT成长轨迹 39
表5 2007年我国宽带累计用户 42
表6 2007年我国电信运营商的宽带业务收入 42
表7 信息产业部受理的用户申诉分类统计 69
表8 2007年中国互联网用户总消费规模 81
表9 2008上半年互联网用户人均月互联网消费 82
表10 2008上半年我国网民数量 83
表11 2007年我国域名总数 84
表12 2008年6月中国CN域名数量 85
表13 2008年上半年中国网站数量 86
表14 2008年3月中国的IP地址数 87
表15 学生网民与非学生网民个人月收入分布对比 94
表16 2007年中国网络游戏用户数 119
表17 2007年中国网络游戏市场实际销售收入 119
表18 2008年上半年中国WLAN市场规模 135
表19 中国WLAN用户行业分布 138
表20 各运营商发展无线局域网的优劣势 147
表21 LAN 与其他接入方式比较 160
表22 2007年第4季度短信业务市场规模 166
表23 2007年第4季度彩信市场整体规模 166
表24 2007年第4季度中国官方WAP 市场规模 167
表25 2007年第4季度中国联通WAP市场规模 167
表26 2007年中国搜索引擎市场规模 178
表27 2007年中国网络广告整体市场规模 181
表28 2007年中国网络游戏市场规模 183
表29 2007年中国即时通讯市场规模 200
表30 移动、电信和联通价值链经营模式比较分析 227
表31 各种DSL技术的区别 250
表32 以太网工作原理示意图 265
表33 以太网和IEEE 802.3之间的区别以及不同IEEE 802.3物理层协议之间的区别 267
表34 PON协议效率因素 287

表35 PON总效率 287
表36 WLAN的优势 292
表37 2007年WLAN芯片组的销量 295
表38 各运营商优劣势比较 311
表39 其他运营商宽带接入策略比较 313
表40 2011年美国互联网接入费用预测 335
表41 2011年中国网络游戏出版市场销售收入预测 335
表42 2010年中国CRBT市场规模预测 336
表43 2008年中国数字音乐市场规模预测 337图目录
图1 亚太地区宽带用户分布情况 19
图2 2002—2007全球及亚太DSL业务收入（百万美元） 20
图3 中国各地区的ADSL市场份额 33
图4 用户选择宽带接入的第一要素 44
图5 用户认为宽带最具备的优势 45
图6 消费者将要接入的宽带网 45
图7 用户投诉热点 70
图8 2008年上半年中国互联网用户互联网消费总规模 82
图9 2008年上半年中国网民人数增长情况 88
图10 2008年上半年中国互联网普及率 89
图11 全球部分国家互联网普及率比较 89
图12 网民性别结构 90
图13 2008年6月和2007年12月分性别互联网普及率比较 91
图14 网民年龄结构 91
图15 2008年上半年各年龄段网民增长量 92
图16 网民学历结构 92
图17 网民职业结构 93
图18 网民收入结构 94
图19 用户听说或使用过的宽带门户网站调查 107
图20 用户在门户网站消费情况调查 107
图21 用户在门户上进行的消费内容调查 108
图22 对门户网站用户满意度调查 108
图23 用户在门户网站上的月消费额调查 109
图24 对用户对门户网站收费高低评价的调查 110
图25 用户喜欢的付费方式调查 110
图26 用户对宽带门户网站改进的意见调查 111

图27 用户希望宽带门户网站增加的内容调查 112
图28 市场拉动因素与阻碍因素对比分析 135
图29 中国WLAN设备市场出货 137
图30 中国WLAN 用户区域分布图 138
图31 目前中国无线局域网运营市场的区域分布情况 141
图32 中国网通无限伴旅网络结构图 143
图33 ATM/FTTX ＋ HomePNA 混合组网方案 155
图34 多个ADSL＋ HomePNA 156
图35 DDN＋HomePNA混合组网方案 158
图36 LAN—TO—LAN互联方案 159
图37 ADSL宽带接入的层次结构 161
图38 FTTX LAN宽带接入的层次结构 162
图39 2007年Q1-2008年Q1中国SMS市场规模及增长 165
图40 中国WAP业务整体市场规模及环比增长率 167
图41 2005-2008年IVP增值服务市场规模 173
图42 中国联通IVR业务各SP集中程度 175
图43 2005-2008年CRBT增值服务市场规模 176
图44 2001-2010年中国搜索引擎市场规模 178
图45 2007年搜索引擎市场营收份额 179
图46 2003-2011年中国网络游戏市场规模及增长率 183
图47 2007年中国个人收费电子邮箱提供商营收规模市场份额比较 195
图48 2002-2010年中国搜索引擎用户占互联网用户比例 199
图49 中国即时通讯市场规模发展情况 201
图50 电信产业价值链的演化 223
图51 电信运营商业务范围的变化 223
图52 移动梦网的价值链模式 225
图53 互联星空的价值模式 226
图54 波特的价值系统 232
图55 配电盘”赢利模式的示意图 234
图56 以太网和IEEE 802.3与OSI参照模型的对应关系示意图 266
图57 以太网/IEEE 802.3帧的基本组成 267
图58 EPON的组成单元 280
图59 EPON下行传输原理 281
图60 EPON上行传输原理 282
图61 PON/GPON网络拓扑 285

图62 未来GPON接入方案 286
图63 GPON所增加的带宽 288
图64 不使用AP的独立WLAN 290
图65 使用AP的独立WLAN 291
图66 非独立的WLAN 291
图67 2008年中国互联网用户规模及增长率 333
图68 2010中国宽带家庭用户数量预测 334

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/3028030280.html