中国宽带行业发展态势与盈利空间评估报告（2014-2019)

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《中国宽带行业发展态势与盈利空间评估报告（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：https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/194717194717.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: 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

第一章 全球化中的中国宽带市场概述
第一节 宽带阐述
一、中国宽带市场在全球市场中的地位
二、全球化中的亚欧宽带政策差异分析
三、宽带移动通信的全球化竞争分析
第二节 宽带接入技术
一、DSL
二、VDSL
三、Cable Modem
四、光纤接入网
五、ISDN
六、ADSL
第三节 中国宽带产业价值链分析
一、宽带价值链的形成
二、电信产业价值链
三、运营商价值链模式
四、电信价值链整合与赢利
第二章 2012-2013年全球化中的宽带国际市场运行分析
第一节 2012-2013年国际环境对宽带市场的影响
第二节 2012-2013年全球DSL成为宽带接入的主流
一、全球市场规模
二、普及率
第三节 2012-2013年全球CABLE MODEM运行分析
一、CABLE MODEM业务市场份额
二、CABLE MODEM业务价格
三、CABLE MODEM用户的ARPU值分析
第四节 光纤市场分析
第五节 韩国宽带市场分析
第六节 日本宽带市场分析
第七节 欧盟宽带市场分析
第八节 美国宽带市场分析
第十节 美日宽带比较
第三章 2012-2013年中国宽带产业运行环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析
一、GDP历史变动轨迹分析
二、固定资产投资历史变动轨迹分析
三、2014年中国宏观经济发展预测分析
第二节 2012-2013年中国宽带市场政策环境分析
一、光纤宽带接入定价监管趋于明朗
二、《互联网出版管理暂行规定》
三、相关产业法律法规
第三节 2012-2013年中国宽带市场政策环境分析
一、中国人口规模及学历结构分析
二、中国电脑及网络普及情况分析
我问你啊，你家为什么换真皮沙发，是不是因为你以前坐下去有个坑啊陷着起不来啊
第四章 2012-2013年中国宽带市场运行态势分析
第一节 2012-2013年中国宽带市场综述
一、宽带用户及网民规模
二、DSL市场规模
三、ADSL特点
四、目前宽带用户选择因素
第二节 宽带市场发展规律分析
一、传统宽带运营商发展轨迹及其规律
二、宽带业务的市场周期规律分析
三、主要的宽带内容类型
第三节 2012-2013年中国宽带业务运行透析
一、宽带市场规模
二、宽带市场地区分布
三、目前宽带用户选择因素
四、宽带运营商发展业务的重点
第四节 2012-2013年中国主流宽带接入方式分析
第五节 2012-2013年中国宽带接入市场发展中存在的问题
一、宽带内容同质化由来已久
二、宽带发展减缓原因分析
三、解决宽带内容瓶颈的根本途径
第五章 2012-2013年中国LAN业务发展中的问题及策略分析
第一节 影响LAN业务发展的主要问题
一、网络质量、服务质量和资费

二、网络安全问题
三、不规范的价格竞争
四、排他性协议的不公平竞争
第二节 宽带运营商经营策略转变及建议分析
一、宽带竞争升级，竞争方式分析
二、用户群细分分析
三、服务转变分析
四、宽带内容与应用策略分析
五、具体建议
第六章 2012-2013年中国互联网业务动态分析
第一节 2012-2013年中国互联网运行概述
一、中国互联网产业发展现状及特点
二、中国互联网用户年规模
三、互联网用户消费分析
第二节 2012-2013年中国互联网络深度剖析
一、网民人数
二、域名数
三、网站数
四、网络国际出口带宽数
五、IP地址数
六、网民特性分析
第三节 2012-2013年中国互联网产业面临的问题与应对
一、互联网产业发展问题
二、互联网产业发展政策思考
三、互联网在中国的应用和管制
第七章 2012-2013年中国宽带内容市场的主要参与者
第一节 内容集成商
一、宽带运营商经营宽带内容分析
二、驻地网运营商
三、门户网站运营商
第二节 内容提供商
一、国内ICP发展历程
二、国内ICP赢利模式
第八章 2012-2013年中国宽带内容市场热点探析
第一节 网络游戏

一、我国网络游戏产业地域特点
二、中国网游用户规模
三、网络游戏对宽带产业的影响
第二节 网络教育
一、中国网络教育市场开始快速增长
二、中国网络教育用户规模持续增长
三、中国网络远程教育市场年产值过亿
四、中国网络教育对宽带需求及影响分析
第三节 可视通信业务
一、视频通信竞争性分析
二、视频通信需求分析
三、宽带视频业务未来发展
第四节 多媒体广告
一、多媒体广告的内容
二、宽带与广告关系
三、宽带网络广告的特性
第九章 2012-2013年中国WLAN业务市场透析
第一节 2012-2013年中国WLAN业务运行环境分析
一、 WLAN应用环境分析
二、市场拉动与阻碍因素
第二节 2012-2013年国内WLAN市场销售与竞争分析
一、销售情况
二、市场竞争分析
第三节 2012-2013年国内WLAN产品用户综合分析
一、用户区域分布分析
二、产品用户综合分析
第四节 2012-2013年国内主要运营商WLAN业务市场竞争分析
一、中国网通WLAN业务开展现状
二、中国移动WLAN业务开展现状
三、中国电信WLAN业务开展现状
第十章 2012-2013年中国LAN业务运营主体分析
第一节 运营主体在价值链中的位置
第二节 基础电信运营商分析
一、中国电信
二、中国网通

第三节 驻地网运营商-长城宽带
一、长城宽带LAN接入方式
二、长城宽带与其他运营商LAN接入业务比较
第十一章 2012-2013年中国应用LAN组网方案分析
第一节 针对不同用户的组网方案
一、商业应用
二、住宅、小区应用
三、酒店、宾馆客房提供快速上网服务
四、LAN—TO—LAN互联方案
第二节 LAN 与ADSL组网方案比较
一、LAN与ADSL比较
二、光纤+LAN与ADSL比较
第十二章 2012-2013年中国宽带产业价值链分析
第一节 电信产业价值链现状剖析及发展建议
一、“超市”体系下的电信产业价值链
二、电信产业价值链所面临的问题
三、电信产业价值链的发展建议
第二节 电信运营商价值链模式比较
一、电信产业价值链的裂变
二、四大通信运营商的数据服务价值链及其比较
三、电信运营商价值链应该注意的问题
第三节 电信价值链整合中的赢利模式透析
一、电信产业发展趋势
二、电信价值链与“配电盘”赢利模式
三、电信价值链整合的价值和意义
第十三章 2012-2013年中国宽带接入技术分析
第一节 DSL（数字用户线）技术
一、DSL技术
二、DSL技术的发展现状
三、DSL技术的发展趋势
第二节 CAMBLE MODEM（电缆调制解调器）技术
一、CAMBLE MODEM分析
二、CABLE MODEM的种类
三、CABLE MODEM对有线电视网络资源的应用
第三节 以太网接入

一、以太网概述
二、以太网技术的应用及发展
三、千兆以太网技术应用现状及其发展趋势
第四节 光纤接入技术
一、充满前景的PON技术
二、宽带接入的先锋-EPON技术
三、GPON
四、三种PON的技术比较
第五节 WLAN（无线局域网）技术
一、WLAN相关概念
二、WLAN的优势
三、WLAN的应用
第六节 2012-2013年WLAN市场现状分析
一、WLAN国内市场现状
二、美国WLAN市场分析
三、运营商WLAN的客户群定位
四、运营商WLAN的合作模式
五、运营商WLAN的运营收费模式
第七节 PLC（电力线）接入
一、电力线通信的主要技术
二、电力线通信的网络结构模式
三、电力线通信的主要优劣势
四、电力线通信的市场前景
第十四章 2012-2013年中国宽带市场竞争态势分析
第一节 2012-2013年中国宽带业务市场竞争现状分析
一、宽带业务市场竞争格局
二、运营商之间的竞争分析
三、宽带市场赢利模式分析
四、各运营商宽带接入策略比较
第二节 2012-2013年中国宽带业务市场竞争策略分析
一、宽带业务的核心竞争力
二、宽带业务竞争策略
三、竞争焦点
第三节 2012-2013年中国宽带终端市场竞争分析
第四节 2012-2013年中国宽带市场竞争手段分析

第五节 2012-2013年中国宽带竞争过度防范
第十五章 2014-2019年中国宽带市场前景预测分析
第一节 2014-2019年中国宽带接入技术及产品趋势
一、宽带接入移动化
二、业务需求高带宽
三、宽带接入方式融合化
四、网络智能化发展
五、宽带接入产品全方位化
第二节 2014-2019年中国宽带市场预测分析
一、中国互联网用户规模预测
二、中国宽带家庭用户数量预测
三、中国互联网接入费用预测
四、WLAN市场市场预测
五、中国CRBT市场预测
六、数字音乐市场预测
第十六章 2014-2019年中国宽带业务发展战略分析
第一节2014-2019年中国宽带业务发展策略研究
一、业务模式的创新
二、价格策略分析
三、内容和应用多样性分析
四、市场营销策略分析
第二节 电信、网通宽带策略比较
一、品牌发展策略
二、合作伙伴

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/194717194717.html