

2017-2022年中国数字家庭综合服务市场竞争态势 及十三五发展策略研究报告

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《2017-2022年中国数字家庭综合服务市场竞争态势及十三五发展策略研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/zengzhifuwu/259335259335.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

随着电信业重组完成、3G牌照的颁发，重组后的中国电信、中国移动、中国联通成为具有固定电话、手机、固定宽带及移动宽带的全业务运营商，中国电信业进入一个全新时代——全业务运营时代。从某种意义上来说，三大运营商站在了同一起跑线上。国内三大电信运营商正从公司整合重组期迈向全业务运营初期，即全业务捆绑阶段，全业务竞争格局正逐渐形成。网络融合、业务融合及终端融合作为未来发展的大趋势以为产业内企业广泛认可。在融合的大趋势下，运营商根据个人用户不同方面需求提供多种可供选择业务的运营模式在提升用户体验度及粘度方面将受到巨大的挑战。而家庭作为社会最重要的组成单元，多个人的消费选择常常起到决定性的作用。各大运营商在这种趋势下，纷纷把目光从满足个人的需求转变到满足个人所在家庭的整体需求的视角下满足个人需求，并开始设计相应的融合业务及产品。而家庭用户的需求与个人用户需求是有很大差异的，这就使得精确了解把握家庭用户需求成为运营商的头等大事。

中国报告网发布的《2017-2022年中国数字家庭综合服务市场竞争态势及十三五发展策略研究报告》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。

报告目录：

第一章2016年中国家庭通信行业市场运行展环境分析

第一节2016年中国家庭通信经济环境环境分析

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、2016年中国家庭通信经济发展预测分析

第二节2016年中国家庭通信政策环境分析

一、《2016-2020年国家信息化发展战略》

二、《国民经济和社会发展信息化“十二五”规划》

三、《“十一五”时期广播影视科技发展规划》

第二章2016年中国家庭信息化业务运行透析

第一节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

第三章2016年中国家庭基础通信状况分析

第一节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

第四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

第五章家庭用户对全业务套餐需求及评价分析

第一节用户没有选择现有家庭通信套餐的理由

第二节用户对全业务套餐购买意向

第三节全业务套餐对用户转网分析

第四节用户选择全业务套餐影响因素及其重要性

第五节用户对全业务套餐优惠值期望

第六节用户不选择全业务套餐的理由

第六章2016年中国家庭信息化综合需求分析

第一节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

第七章2016年中国家庭通信竞争力分析分析

第一节2016年中国家庭通信运营商各业务市场占有率分析

一、固定电话各运营商占有率

二、宽带接入各运营商占有率

三、移动电话各运营商占有率

四、无线接入各运营商占有率

第二节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

第八章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

第九章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

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

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2016年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2016年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2016年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2016年中国GDP增速预测

图表：略.....

（GYZT）

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/zengzhifuwu/259335259335.html>