



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国数字家庭综合服务及全业务运营规划深度评估与投资价值分析报告

一、调研说明

《2011-2015年中国数字家庭综合服务及全业务运营规划深度评估与投资价值分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/165644.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

本报告为艾凯数据研究中心所有,为确保您购买报告数据的准确、权威以及真实性,请直接与我单位联系购买即可。近期我公司发现一些不良公司及个人将本公司的报告目录或改头换面或原样挂在其网站及一些博客中进行宣传销售,对不明情况的客户进行欺诈。本中心郑重声明:本报告为艾凯数据研究中心原创,我单位没有开展其它代理销售渠道,敬请识别,谨防上当受骗!该份报告为多用户报告,如果针对本报告有添加需求或特别需求的,您可以和我们联系,我们会根据您的相应修订报告研究框架,并给出合理的报价。

第一章 2010年中国家庭通信运行环境解析

第一节 2010年中国家庭通信政策环境分析

- 一、《2006-2020年国家信息化发展战略》
- 二、《国民经济和社会发展信息化"十一五"规划》
- 三、《"十一五"时期广播影视科技发展规划》

第二节 2010年中国宏观经济环境环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第三节 2010年中国家庭通信社会环境分析

- 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 2010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 2010年中国家庭信息化业务运行透析

第一节 2010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 2010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 2010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 2010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 2010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 2010年中国家庭基础通信状况分析
 - 第一节 2010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 2010年中国家庭信息化综合需求分析

第一节 2010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 2010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 2010年中国家庭通信竞争态势分析

第一节 2010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 2010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
- 五、我们总结分析

第八章 2010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 2011-2015年中国家庭综合需求及套餐业务发展趋势分析

第一节 2011-2015年中国家庭套餐业务用户需求趋势

第二节 2011-2015年中国家庭套餐业务市场潜力分析

第三节 2011-2015年中国家庭信息化全业务竞争趋势分析

第四节 华经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

第十章 2011-2015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：2009中国GDP分析

图表：2009年部分省市城镇居民收入及恩格尔系数一览

图表：总人口及增长率

图表：城乡人口比例

图表：2005-2009年各月电信业务收入比较

图表：中国网民人数增长情况

图表：中国互联网普及率

图表：全球部分国家互联网普及率比较

图表：全国电信业务主要指标

图表：中国电信宽带用户数

图表：江苏电信e9全业务套餐

图表：江苏电信手机可选包套餐

图表：中国联通宽带用户数

图表：中国移动部分家庭信息化新产品和业务

图表：家庭信息化业务价值链模型

图表：广州地区居民对数字家庭期待的功能

图表：家庭信息化市场竞争形式分析

图表：中国电信家庭业务SWOT分析及应对策略

图表：中国移动家庭业务SWOT分析及应对策略

图表：中国联通家庭业务SWOT分析及应对策略

图表：三家运营商综合实力与家庭业务市场地位分析

图表：中国移动家庭信息化业务战略定位

图表：中国电信家庭信息化业务战略定位

图表：中国联通家庭信息化业务战略定位

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国数字家庭综合服务及全业务运营规划深度评估与投资价值分析报告》，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、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。

图表：广州地区居民对电信"我的E家"产品了解情况

图表：广东移动家庭信息化业务运营系统

图表：广州地区居民对数字家庭服务的认知

图表：用户体验设计管理金字塔

图表：广州地区居民对宽带业务的认知渠道

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/165644.html>

三、研究方法

1、系统分析方法

- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。