



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2018-2024年中国数字家庭行业市场专项调研及投资前景分析报告

# 一、调研说明

《2018-2024年中国数字家庭行业市场专项调研及投资前景分析报告》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/289944.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

### 报告目录:

#### 第一章 2017年中国家庭通信运行环境分析

##### 第一节 2017年中国家庭通信政策环境

- 一、《2006-2020年国家信息化投资前景》
- 二、《国民经济和社会发展信息化"十三五"规划》
- 三、《"十三五"时期广播影视科技发展规划》

##### 第二节 国内宏观经济环境

- 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、2017年中国宏观经济发展预测分析

##### 第三节 2017年中国家庭通信社会环境

- 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 2017年中国家庭通信技术环境

- 一、3G
- 二、NGN
- 三、三网融合

#### 第二章 2017年中国家庭信息化业务运行分析

##### 第一节 2017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 2017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 2017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 2017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 2017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 2017年中国家庭基础通信状况分析

#### 第一节 2017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 2017年中国家庭信息化综合需求分析

### 第一节 2017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 2017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 2017年中国家庭通信竞争力分析

### 第一节 2017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 2017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 2017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 2018-2024年中国家庭综合需求及套餐业务发展趋势分析

### 第一节 2018-2024年中国家庭套餐业务用户需求趋势

### 第二节 2018-2024年中国家庭套餐业务市场潜力分析

### 第三节 2018-2024年中国家庭信息化全业务竞争趋势分析

### 第四节 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 2018-2024年中国运营商家庭信息化业务战略实施及保障措施（AKLT）

### 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

部分图表目录：

图表：2005-2017年国内生产总值

图表：2005-2017年居民消费价格涨跌幅度

图表：2017年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2017年年末国家外汇储备

图表：2005-2017年财政收入

图表：2005-2017年全社会固定资产投资

图表：2017年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2017年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2017年房地产开发和销售主要指标完成情况

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

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

略&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/289944.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](http://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提供专业投资咨询报告、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。