



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国宽带市场市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2007年中国宽带市场市场分析及发展趋势研究报告》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/42282.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

【 目录 】

第一章 宽带发展相关概述 8

第一节 宽带产业发展中政府的作用分析 8

一、宽带产业遭遇断层 8

二、为什么政府要帮助宽带产业跨越断层 9

三、政府投资行为的经济学分析 10

四、政府如何帮助宽带产业跨越断层 11

第二节 宽带市场的游戏规则分析 13

一、ADSL是最需要的网络接入方式 13

二、可用性是WLAN产业化的最大障碍 14

三、速度是购买宽带接入的主因 16

四、网络还是工具不是娱乐 17

五、宽带市场的游戏规则 18

第三节 宽带发展环境与解决方案分析 19

第四节 宽带产业的价值链及其运用分析 22

第五节 宽带的卖点分析 26

第六节 四大因素影响无线宽带发展 31

第二章 全球宽带市场分析 33

第一节 全球宽带接入市场发展分析 33

一、全球宽带接入市场总体情况 33

二、全球宽带接入市场用户发展分析 37

三、宽带接入技术发展分析 40

四、宽带接入技术发展趋势分析 40

五、区域发展分析 42

四、宽带接入市场发展趋势 43

第二节 全球宽带市场分层调查分析 44

第三节 全球宽带市场发展分析 46

一、2005年全球宽带网增值服务市场收入增长情况	46
二、2005年全球各地区宽带所占份额	46
三、全球宽带用户数量突破3亿	47
第四节 全球宽带业务发展状况及策略分析	48
一、宽带业务市场增长强劲	48
二、宽带业务市场发展策略分析	50
第五节 国外宽带发展分析	52
一、国外宽带互联网市场发展状况	52
二、国外宽带视频业务发展的启示	53
三、国外宽带发展成功经验分析	55
四、国外宽带计费模式多元化分析	59
第六节 西欧宽带发展落后的原因分析	61
第七节 美国宽带发展分析	68
一、美国宽带市场落后于世界先进水平	68
二、美国高速宽带发展现状	70
三、美国有线宽带发展迅速的原因分析	70
第八节 法国宽带接入市场现状与分析	72
一、宽带接入技术的发展分析	73
二、法国宽带接入提供商分析	77
三、宽带接入服务分析	78
四、竞争形势分析	80
第九节 韩国宽带发展分析	82
一、韩国宽带发展政策	82
二、韩国宽带发展现状	84
三、韩国宽带的策略、网络和应用分析	88
四、韩国电信KT宽带战略分析	97
第十节 日本宽带发展分析	101
一、日本的宽带政策	101
二、日本的宽带发展策略	104
第十一节 印度宽带发展分析	107
一、政府宽松的管制政策	109
二、典型的宽带业务提供商	110

第三章 我国宽带市场发展现状分析 113

第一节 我国宽带市场的发展环境分析 113

一、政策环境分析 113

二、IT环境分析 113

三、电信基础设施环境分析 114

四、社会环境分析 114

第二节 国内宽带市场调查与分析 115

一、宽带市场整体概况 115

1、ADSL的发展规模 115

2、中国LAN接入用户整体规模 116

3、WLAN的情况 117

4、运营商用户分布情况 117

二、宽带发展内容是关键 118

三、产业链的建立不容忽视 119

四、谈“宽”论“带” 120

第三节 我国宽带发展现状分析 121

一、新一代宽带无线移动通信将获国家重点支持 121

二、我国政府高度重视宽带网发展 122

三、2006年中国宽带用户数量达5190万 124

四、截至2007年第一季度我国宽带上网用户达到9700万户 124

五、2010年中国宽带家庭用户将达1.3亿 125

第四节 我国宽带网发展存在的问题及对策分析 125

第四章 我国宽带接入市场发展分析 131

第一节 2004年中国宽带接入市场分析 131

一、用户市场加速发展“宽带热”持续升温 131

二、设备市场格局渐变 整体洗牌大势已成 132

三、运营市场群雄逐鹿 内容建设成重中之重 135

第二节 我国宽带接入市场现状分析 136

一、宽带网络发展分析 136

二、宽带接入运营商比较分析 136

三、运营商之间的竞争分析	138
第三节 宽带接入产品应用分析	140
一、宽带接入技术的发展	140
二、各电信运营商在宽带接入市场中的策略	141
三、对未来宽带接入技术发展的一些想法	142
第四节 宽带接入各种方式的当前状况和未来前景分析	143
第五节 宽带接入建设模式分析	145
一、技术比较	145
二、经济性比较	148
三、建设模式分析	151
第六节 宽带接入市场运营商市场策略分析	153
一、运营商产品策略	153
二、运营商价格策略	154
第七节 宽带接入网技术发展分析	155
一、宽带接入网发展的驱动力	155
二、双绞线上的宽带数字用户线系统	155
三、同轴电缆上的混合光纤同轴网系统	157
四、宽带光纤接入网系统	158
五、宽带固定无线接入	159
六、以太网技术	160
第八节 宽带接入技术和产品发展分析	161
一、宽带光接入技术的发展	161
二、宽带无线接入技术发展分析	164
三、宽带接入技术和产品发展趋势	166
第九节 FTTH是未来宽带接入的方向	166

第五章 我国宽带消费市场分析 170

第一节 国内宽带接入市场消费者调查分析 170

第二节 我国宽带接入用户市场分析 173

- 一、宽带时代用户需求的特征 173
- 二、宽带接入用户市场总体分析 174
- 三、宽带接入用户市场成熟度分析 176

四、宽带接入用户市场分析	178
1、宽带接入用户结构分析	178
2、宽带接入市场用户需求分析	180
3、宽带接入用户行为分析	182
4、宽带接入用户上网行为特点	184
五、2004年中国宽带接入用户同比增长50%	184
六、宽带用户市场情况调查分析	185
第三节 中国宽带市场消费者行为分析	188
第四节 挖掘宽带有效市场需求分析	189
第五节 IMS宽带消费悬念分析	191
第六章 宽带关联行业发展分析	194
第一节 中国宽带网络接入设备市场分析	194
一、宽带接入设备市场洗牌在即	194
1、用户市场加速发展“宽带热”持续升温	194
2、设备市场格局渐变 整体洗牌大势已成	195
3、运营市场群雄逐鹿 内容建设成重中之重	196
二、宽带接入设备市场规模和结构分析	197
三、宽带接入设备市场总体特征分析	197
四、DSL市场分析	197
五、LAN市场分析	198
六、WLAN市场分析	199
第二节 中国宽带内容和应用市场分析	200
一、宽带内容和应用市场结构分析	200
二、宽带内容和应用特点分析	200
三、宽带内容和应用提供商类型分析	201
四、宽带内容和应用提供商特点分析	201
五、宽带内容和应用提供商市场策略分析	202
六、宽带内容将呈“多样化体验型”态势	203
七、宽带内容平台应改善内容结构	204
第七章 我国宽带发展模式分析	207

第一节 宽带业务商业模式分析	207
一、宽带业务的特点	207
二、商业模式的内容	207
三、商业模式的优点	208
四、商业模式中不同实体的关系	209
五、商业模式的问题	209
第二节 宽带网络经营模式分析	210
第三节 宽带市场赢利模式分析	213
第四节 对宽带网络盈利模式思考	215
一、对宽带网络建设的再认识	215
二、宽带网络盈利模式简析	215
三、软交换在宽带网络中的应用	216
第五节 宽带业务营销模式的转变分析	218
一、宽带业务的特点	218
二、宽带业务运营模式的转变	219
第六节 宽带接入的终极模式	220

第八章 我国宽带行业的竞争格局分析 224

第一节 中国宽带应用产业格局分析	224
一、全球宽带应用产业格局	224
二、我国宽带应用服务的用户状况	225
三、我国宽带应用服务的市场格局	226
四、我国宽带应用的服务商格局	227
五、我国宽带应用的产业特征	227
1、行业内部格局不断发生变化	227
2、少数企业占有绝大部分市场份额	227
3、外资通过各种途径进入中国市场	228
4、内容提供商的议价能力增强	228
第二节 中国宽带网络产业竞争模型分析	228
一、现有竞争对手之间竞争	229
二、新的进入者威胁	231
三、替代品的威胁	233

四、用户讨价还价能力	233
五、供应商讨价还价能力	234
第三节 中国宽带市场成为竞争焦点	235
第四节 宽带运营转向服务竞争	238
一、从“跑马圈地”到“深耕细作”	238
二、价格战不再	238
三、争夺存量用户	238
四、市场潜力巨大	238
第五节 固网如何应对广电宽带竞争	239
一、广电宽带业务发展策略	239
二、广电宽带与固网宽带对比分析	240
三、固网应对广电宽带竞争的对策	242
第六节 中国宽带网络产业战略集团竞争分析	243
一、宽带网络产业战略集团分布	243
二、宽带网络产业战略集团竞争分析	244
第七节 中国宽带网络产业竞争风险分析	246
一、政策风险	246
二、市场风险	246
三、技术风险	247
第九章 中国宽带业投资机会及投资风险分析	248
第一节 宽带运营市场分析	248
一、LAN市场快速增长预期将为投资者提供新机会	248
二、本地无线接入(LMDS)将成为投资亮点	248
第二节 宽带内容和应用市场分析	249
一、视讯业务宽带下一个增长点	249
二、远程教育一块大得没有边际的蛋糕	249
三、远程医疗讲究规则且潜力巨大的市场	250
第三节 宽带内容增值市场分析	252
一、增值业务政策法规逐步放开	252
二、宽带增值业务市场特点	252
三、国际宽带增值业务市场热点分析	253

四、国内宽带增值业务市场热点分析	255
第四节 宽带网络设备市场分析	258
一、交换机	258
二、路由器	258
三、网卡	259
第五节 宽带投资风险分析	259
一、政策风险	259
二、市场风险	260
三、融资风险	261
四、技术风险	261
五、投资管理风险	262
六、成本风险	262
七、范围风险	263
八、项目市场质量风险	263
第六节 宽带运营商投资宽带风险分析	264
一、出发点不一，面临风险不同	264
二、管制政策不确定带来风险	265
三、带宽需求不确定蕴含风险	267
四、业务收入来源不明朗面临风险	267
五、对需求不了解隐藏风险	268
第十章 我国宽带业发展战略分析	271
第一节 宽带业务大发展须要构建紧密产业链	271
一、宽带业务是未来竞争战略领域	271
二、宽带产业链迫切需要协同配合	271
三、网络演进方向对宽带发展影响巨大	272
第二节 宽带发展应深掘特色内容	273
第三节 面向业务创新的宽带网络建设策略	274
一、以业务为核心的开放网络	274
二、系统化的端到端网络	275
三、以运营商为中心的可盈利网络	275
四、演进性的分阶段建网策略	276

第四节 宽带盈利的策略分析	277
第五节 运营商主导宽带产业持续发展的策略分析	279
一、宽带业务发展现状	279
二、话音业务与宽带增值业务的产业链比较分析	279
三、运营商主导宽带产业持续发展的策略分析	281
第六节 我国宽带发展的若干战略思考	284
一、宽带快速健康持续发展的国家条件——韩国案例	284
二、我国宽带发展目前存在的问题	286
三、宽带发展可能带来的影响	289
四、我国宽带发展的长远考虑	291

第十一章 我国宽带业发展趋势分析	296
第一节 全球宽带互联网发展及应用趋势	296
第二节 从欧洲市场看宽带浪潮新趋势	297
第三节 从北美运营商实践看无线宽带发展趋势	302
第四节 影响中国宽带产业发展趋势关键因素	305
第五节 中国宽带网络发展及应用趋势	306
第六节 中国宽带网络产业发展趋势	308
一、市场发展趋势	308
二、技术发展趋势	310
三、产业发展趋势	312
四、竞争发展趋势	314
第七节 电信运营商经营宽带内容渐成趋势	316
第八节 宽带内容“竞合”成趋势	318
第九节 宽带接入网络的光纤化趋势	321

图表目录

图表1 需要接入的网络
图表2 影响WLAN产业化的因素
图表3 影响宽带购买的因素
图表4 上网的最大目的
图表5 2002年与2003年用户上网活动排名

图表6 各地区宽带接入线路数所占比例

图表7 宽带用户数最多的10个国家和地区（2005 - 2006年）

图表8 2006年第一季度新增宽带用户最多的10个国家和地区

图表9 宽带人口普及率最高的10个国家和地区（2004年）

图表10 各个地区的宽带人口普及率及增长情况

图表11 全球宽带家庭普及率最高的10个国家和地区

图表12 宽带用户数最多的10个国家和地区

图表13 2004年3季度宽带用户增长率最高的10个国家

图表14 2004年3季度宽带渗透率最高的10个国家和地区

图表15 各种宽带接入技术用户数的增长趋势

图表16 2006年第一季度末各种宽带接入技术的市场份额

图表17 各地区宽带用户市场份额

图表18 中国和美国的宽带接入业务发展情况的比较

图表19 2005年全球各地区宽带所占份额

图表20 GDP排名前20个国家宽带网络覆盖能力

图表21 GDP排名前20个国家宽带业务用户数

图表22 GDP排名前20个国家宽带业务住宅用户普及率

图表23 8个国家在线用户宽带业务使用情况

图表24 8个国家用户使用宽带业务考虑的因素

图表25 韩国宽带用户和窄带用户（万名）发展情况

图表26 韩国宽带用户的展情况

图表27 T - Online国际公司的运营情况

图表28 韩国KT的宽带系列品牌

图表29 SingTel Consumer 按时长/流量计费产品列表

图表30 Plusnet Business 产品列表

图表31 欧美日韩及全球宽带普及率对比（每人拥有宽带数）

图表32 DSL在宽带市场的份额比较：西欧明显高于其他发达国家

图表33 主要发达国家的DSL普及率对比（每百人DSL线路数）

图表34 西欧主要国家DSL市场结构

图表35 部分国家Cable Modem普及率对比

图表36 欧美主要国家Cable Modem普及率现状和预测对比（每百人CableModem数量）

图表37 欧美主要国家宽带和ISDN普及率(每百人线路数)

图表38 2001-2004年法国ADSL用户数的演变

图表39 1998-2003年法国有线电视网宽带接入用户数的演变

图表40 法国宽带接入市场竞争程度的发展

图表41 法国有线电视网运营商宽带接入市场份额

图表42 韩国17家FSP的宽带用户数

图表43 韩国宽带服务费用和接入速率

图表44 1995-2010年韩国宽带发展阶段性投资计划

图表45 韩国宽带市场占有率

图表46 互联网接入带宽进程图

图表47 e-Japan的目标与政策重点

图表48 印度宽带用户发展情况

图表49 印度ADSL用户发展情况

图表50 BSNL的家庭宽带用户套餐

图表51 BSNL的企业宽带用户套餐

图表52 中国ADSL用户规模发展情况

图表53 中国LAN用户规模发展情况

图表54 中国主要宽带接入运营商分析

图表55 中国宽带接入用户在运营商的分布

图表56 2004年中国宽带接入用户增长情况

图表57 2004年中国主要省份宽带接入设备市场规模情况

图表58 2004年各季度ADSL终端设备市场规模增长情况

图表59 2004年各季度ADSL局端设备市场增长情况

图表60 2004年中国ADSL局端品牌主要厂商市场份额

图表61 2004年中国ADSL终端品牌主要厂商市场份额

图表62 中国网通和中国电信宽带战略比较

图表63 其他运营商宽带接入策略比较

图表64 网民选择的互联网接入方式

图表65 未使用宽带的网民打算安装宽带的比例

图表66 网民认为宽带具备的优势

图表67 用户选择宽带接入的第一要素

图表68 用户最愿意接受的宽带收费服务方式

图表69 网民对宽带种类的选择

图表70 网民对无线网发展前景的看法

图表71 网民对我国宽带业务发展前景的态度

图表72 中国宽带接入用户总量发展情况

图表73 中国宽带用户区域分布

图表74 中国宽带接入用户相对成熟市场区域

图表75 中国宽带接入用户早期开发市场区域

图表76 中国宽带接入用户潜在开发市场区域

图表77 中国宽带接入用户年龄结构

图表78 中国互联网用户年龄结构

图表79 中国互联网用户收入结构分布

图表80 中国宽带用户接入收入结构分布

图表81 中国宽带用户接入方式比例

图表82 中国宽带接入用户上网方式

图表83 宽带用户上网对上网速度的评价

图表84 目前宽带接入用户月平均使用费用分布

图表85 目前宽带接入用户理想上网费用

图表86 宽带用户喜欢的计费方式

图表87 互联网用户上网时段分布

图表88 宽带接入用户上网时段分布

图表89 2004年1 - 10月中国宽带接入用户增长情况

图表90 2002年宽带接入设备市场结构和规模

图表91 中国ADSL终端设备(MODEM)市场

图表92 中国ADSL局端设备(DSLAM)市场

图表93 中国宽带LAN设备市场(应用于宽带接入)厂商市场份额

图表94 中国WLAN设备市场厂商市场份额

图表95 宽带接入用户使用的主要宽带应用

图表96 主要宽带应用的市场规模

图表97 主要宽带应用服务商的规模

图表98 2004年各类应用市场的主导服务商

图表99 宽带网络产业波特竞争模型

图表100 宽带产业战略集团分布

图表101 宽带产业战略集团移动壁垒

图表102 三家美国运营商的Triple- Play推广计划

图表103 欧美市场2004年Triple Play服务的用户数据比较

图表104 数字家庭网络涵盖的服务内容

图表105 加快宽带建设的出发点

图表106 三重服务用户预测

图表107 不同类型VoD业务提供商收入预测

图表108 OECD国家消费支出（不包括新西兰和土耳其）

图表109 宽带增值业务产业链三角架构

图表110 市场潜力与用户需求象限

图表111 2002-2004年我国宽带用户发展情况

图表112 全球2003年宽带业务收入构成比例（Point Topic's）

图表113 采用计时付费家庭宽带用户月支付上网费用

图表114 北京宽带资费变化情况（ADSL）

图表115 香港宽频的宽带电话用户发展情况

图表116 宽带用户经常使用的网络服务

图表117 2004-2009年宽带增值业务收入图

图表118 未来主要的宽带增值业务应用

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42282.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。