



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国宽带市场研究预测报告 告

一、调研说明

《2007年中国宽带市场研究预测报告》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/42503.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

第一章 中国互联网业务发展概况	1
第一节 快速发展的中国互联网产业	1
第二节 中国互联网产业发展状况	4
一、中国互联网产业发展现状及特点	5
二、当前我国互联网产业发展存在的问题	14
三、互联网发展地区差异	16
四、互联网产业发展政策思考	20
五、互联网在中国的应用和管制	22
第三节 中国互联网用户行为意识调查	24
一、用户个人信息	24
二、用户上网的满意度调查	29
第四节 中国互联网发展趋势	35
一、互联网技术发展趋势	35
二、互联网未来发展趋势	37
三、互联网行业步入宽门户时代	38
第二章 中国宽带业务发展概况	42
第一节 宽带市场发展的一般规律分析	42
一、传统宽带运营商发展轨迹及其规律	42
二、宽带业务的市场周期规律分析	46
第二节 中国宽带业务发展现状与预测	47
一、宽带市场规模及预测	47
二、2007年宽带市场预测	48
三、宽带市场业务划分	49
四、宽带市场地区分布	50
五、目前宽带用户选择因素	50
六、宽带内容建设成为运营商发展业务的重点	53
第三节 中国宽带业务市场竞争分析	54

一、宽带业务市场竞争格局	54
二、各运营主体宽带业务情况	57
三、各运营商宽带接入策略比较	66
四、运营商之间的竞争分析	67
五、宽带市场赢利模式分析	69
第四节 主流宽带接入方式市场发展概况	72
第五节 中国宽带接入市场发展中的问题	74
第三章 内容和应用成为宽带产业价值链的发展核心	79
第一节 电信产业价值链现状剖析及发展建议	79
一、“超市”体系下的电信产业价值链	79
二、电信产业价值链所面临的问题	80
三、电信产业价值链的发展建议	81
第二节 电信运营商价值链模式比较	82
一、电信产业价值链的裂变	82
二、中国移动、中国联通、中国电信、中国网通的数据服务价值链及其比较	84
三、电信运营商打造良好的生态价值链应该注意的问题	88
第三节 电信价值链整合中的赢利模式透析	89
一、电信产业发展趋势	89
二、电信价值链与“配电盘”赢利模式	90
三、电信价值链整合的价值和意义	98
第四章 宽带内容市场的主要参与者	100
第一节 内容集成商	100
一、宽带运营商经营宽带内容是市场所需	100
二、驻地网运营商	102
三、门户网站运营商	103
第二节 内容提供商	109
一、国内ICP发展历程	109
二、国内ICP赢利模式	111
第五章 主要的宽带内容类型	113

第一节 基础服务类业务	113
第二节 增值服务类业务	113
第六章 宽带内容发展中的问题及对策	116
第一节 宽带内容服务的同质化现象严重	116
一、宽带内容同质化由来已久	116
二、宽带内容乏新成宽带发展减缓最主要原因	116
三、解决宽带内容瓶颈的根本途径	117
第二节 宽带内容发展之关键	119
第三节 赢利模式与运作模式不健全	120
第七章 2007宽带内容市场发展热点及趋势	123
第一节 网络游戏	123
一、网络游戏带动宽带产业链的发展	123
二、网络游戏未来发展趋势	125
第二节 网络教育	125
一、网络教育的发展	126
二、网络教育市场的潜在规模	127
三、网络教育优势	128
第三节 可视通信业务	128
一、视频通信的竞争优势	128
二、视频通信需求的广泛性	129
三、宽带视频业务未来发展前景	130
第四节 多媒体广告	131
一、多媒体广告的内容	131
二、网络普及让新型宽带广告飞速发展	131
三、宽带网络广告的特性	133
第五节 宽带娱乐市场发展预测	133
一、宽带娱乐业务运营模式	134
二、全球宽带娱乐业务发展预测	135
三、中国宽带在线娱乐发展现状及趋势预测	136
四、宽带娱乐业务引发的思考	137

第八章 宽带业务发展的趋势与策略研究	139
第一节 未来宽带业务市场展望	139
一、宽带接入市场影响因素分析	139
二、宽带业务市场前景分析	140
第二节 宽带业务发展策略研究	147
一、业务模式的创新	147
二、合理的价格策略	151
三、丰富多彩的内容和应用	153
四、合适的市场营销手段	155
第三节 电信、网通宽带策略比较	156
一、业务发展现状	156
二、品牌发展策略	157
三、南攻北伐策略	157
四、合作伙伴	158
第九章 ADSL业务发展现状及趋势	160
第一节 中国ADSL市场发展现状分析	160
一、ADSL主要特点	160
二、ADSL成为固网运营商的主营宽带业务	160
三、各地区业务发展不均衡	161
四、运营商积极扩大业务覆盖范围	162
五、运营商更加重视宽带产业链的整合和宽带内容建设	162
第二节 目前中国ADSL市场特点分析	163
一、业务市场特点	163
二、运营市场特点	165
三、ADSL终端市场特点	167
第三节 ADSL2 发展现状分析	170
一、ADSL2 有何进步	170
二、国内ADSL2 比拼，电信领先	172
三、高速宽带的未来市场前景	173
四、ADSL2 正逐步成为宽带接入主流方式	174

第十章 ADSL市场竞争状况	177
第一节 ADSL业务市场竞争状况	177
一、ADSL业务的核心竞争力	177
二、市场份额	178
三、ADSL业务竞争策略	178
四、竞争焦点	179
第二节 ADSL终端市场竞争状况	181
第十一章 中国ADSL发展中存在的问题分析	183
第一节 国外发展ADSL的经验教训	183
一、日本的情况	183
二、美国的情况	183
三、韩国的情况	184
第二节 目前中国ADSL业务发展中存在的问题与对策解析	184
第三节 今后我国发展ADSL需要注意的问题	187
第十二章 LAN业务运营主体分析	188
第一节 运营主体在价值链中的位置	188
第二节 基础电信运营商	188
一、中国电信	188
二、中国网通	190
第三节 驻地网运营商——长城宽带	190
一、长城宽带LAN接入方式	190
二、长城宽带与其他运营商LAN接入业务比较	191
第十三章 应用LAN组网方案探讨	193
第一节 针对不同用户的组网方案	193
一、商业应用	193
二、住宅、小区应用	194
三、酒店、宾馆客房提供快速上网服务	195
四、LAN—TO—LAN互联方案	196

第二节 LAN与ADSL组网方案比较	197
一、LAN与ADSL比较	197
二、光纤LAN与ADSL比较	198
第十四章 LAN业务发展中的问题及策略分析	202
第一节 影响LAN业务发展的主要问题	202
一、信息化程度的高低影响LAN业务的发展	202
二、网络质量、服务质量和资费是用户抱怨的主要内容	202
三、网络安全问题	203
四、不规范的价格竞争阻碍了市场的发展	204
五、一些小区与签订排他性协议，存在不公平竞争的情况	204
第二节 宽带运营商经营策略转变及建议分析	205
一、宽带竞争升级，竞争方式由价格转向服务	205
二、细分用户群，满足用户多层次需求	205
三、提升服务质量，向个性化服务转变	207
四、注重内容与应用并重，搭建内容丰富的宽带平台	207
五、具体建议	207
第十五章 WLAN业务发展现状与特点	209
第一节 政策环境	209
第二节 WLAN应用环境分析	209
一、市场拉动因素	209
二、市场阻碍因素	211
三、市场拉动因素与阻碍因素对比分析	212
第三节 WLAN市场销售与竞争分析	212
一、销售情况	213
二、市场竞争分析	213
第四节 WLAN产品用户综合分析	215
一、用户区域分布分析	216
二、WLAN产品用户综合分析	217
第五节 国内主要运营商WLAN业务市场竞争分析	218
一、中国网通WLAN业务开展现状	219

二、中国移动WLAN业务开展现状	221
三、中国电信WLAN业务开展现状	222
第六节 WLAN市场趋势预测	224
一、未来WLAN市场发展趋势	224
二、2005年WLAN市场预测	225
第十六章 2006-2007年国内外宏观环境分析与预测	227
第一节 经济全球化分析	227
一、经济全球化的含义	227
二、经济全球化的七个趋势分析	227
三、2005—2010年主要国家经济格局与发展展望	229
第二节 2005年中国经济运行态势	231
一、2005年经济运行情况分析	231
二、2005年经济运行四大问题	235
第三节 2006年上半年经济运行情况分析	237
一、总体情况	237
二、农业生产	238
三、工业生产	238
四、固定资产投资	239
五、国内市场销售	240
六、市场价格	240
七、对外贸易	241
八、城乡居民收入	241
第四节 人口与消费水平	241
一、我国人口	241
二、中国家庭结构变化分析	242
第十七章 宽带发展环境分析	245
第一节 中国电信市场市场环境	245
一、市场环境现状	245
二、2006-2007年市场环境发展趋势	246
第二节 宽带市场政策环境	251

第十八章 宽带接入技术发展现状与趋势	255
第一节 DSL（数字用户线）技术	255
一、DSL技术	255
二、DSL技术的发展现状	256
三、DSL技术的发展趋势	258
第二节 CABLE MODEM（电缆调制解调器）技术	263
一、CABLE MODEM解释	263
二、CABLE MODEM的种类	265
三、CABLE MODEM对有线电视网络资源的应用	265
第三节 以太网接入	266
一、以太网概述	266
二、以太网技术的应用及发展	270
三、千兆以太网技术应用现状及其发展趋势	272
第四节 光纤接入技术综述	274
一、充满前景的PON技术	274
二、宽带接入的先锋——EPON技术	279
三、GPON	282
四、三种PON的技术比较	285
第五节 WLAN（无线局域网）技术	288
一、WLAN相关概念	288
二、WLAN的优势	290
三、WLAN的应用	290
第六节 PLC（电力线）接入	292
一、电力线通信的主要技术	292
二、电力线通信的网络结构模式	294
三、电力线通信的主要优劣势	295
四、电力线通信的市场前景	297
第十九章 全球宽带接入业务发展现状与特点	298
第一节 DSL成为宽带接入的主流	298
一、市场规模	298

二、普及率	301
三、业务价格	304
第二节 CABLE MODEM在局部地区发展态势良好	304
一、CABLE MODEM业务市场份额	304
二、CABLE MODEM业务价格	307
三、CABLE MODEM用户的ARPU值高于DSL	307
第三节 光纤接入再度升温	307

图表目录

图表1-1 截至到2005年6月30日中国互联网用户	3
图表1-2 历次调查的上网用户总数(万人)	8
图表1-3 历次调查的不同上网方式的用户数(万人)	9
图表1-4 历次调查的我国上网计算机总数(万台)	9
图表1-5 历次调查不同方式上网计算机数(万台)	9
图表1-6 按域名类别统计的域名数量	10
图表1-7 按地域划分的WWW站点数量	10
图表1-8 2005年中国互联网服务市场结构	11
图表1-9 2005年中国互联网服务市场规模与增长情况	11
图表1-10 2005年中国互联网应用业务细分市场分布	12
图表1-11 2006-2010年中国互联网市场规模预测(除电子商务)	12
图表1-12 2005年中国消费者使用网络营销方式排名	13
图表1-13 2005年中国网络营销市场结构	13
图表1-14 城乡网民普及率比较	17
图表1-15 东中西部GDP分布、网民数分布和人口数分布比较	18
图表1-16 东中西部网民普及率情况比较	18
图表1-17 东中西部上网基本数据分布情况	19
图表1-18 东中西部人均上网基本数据情况	20
图表1-19 中国互联网用户性别	24
图表1-20 历次调查网民数量及性别	25
图表1-21 我国互联网用户年龄构成	25
图表1-22 我国互联网用户婚姻状况	26
图表1-23 我国互联网用户的文化程度状况	27

图表1-24	历次调查不同受教育程度网民数量（万人）	27
图表1-25	我国互联网用户的行业分布情况	27
图表1-26	我国互联网用户的职业分布情况	28
图表1-27	我国互联网用户月收入情况	29
图表1-28	用户经常上网的主要地点调查(多选题)	29
图表1-29	用户每月实际花费的上网费用调查	30
图表1-30	用户通常上网的时间调查(多选题)	31
图表1-31	用户上网最主要的目的调查	31
图表1-32	用户经常使用的网络功能调查(多选题)	32
图表1-33	用户得知新网站的主要途径调查	33
图表1-34	用户认为当前互联网在如下几方面的帮助程度	33
图表1-35	用户对当前互联网在以下几方面的满意程度调查	33
图表1-36	用户对互联网最反感的方面	34
图表1-37	关于“使用互联网可以提高工作/学习和生活的效率”	34
图表1-38	关于“使用互联网容易受不良信息影响”	34
图表1-39	对互联网的信任程度	34
图表2-1	传统宽带运营商成长轨迹	42
图表2-2	AT&T成长轨迹	44
图表2-3	FT成长轨迹	45
图表2-4	中国宽带用户增长情况	48
图表2-5	2005年我国宽带市场规模	48
图表2-6	用户使用宽带上网的方式	49
图表2-7	用户选择宽带接入的第一要素	51
图表2-8	用户认为宽带最具备的优势	51
图表2-9	消费者将要接入的宽带网	52
图表2-10	各运营商优劣势比较	55
图表2-11	中国电信宽带用户增长情况（万户）	60
图表2-12	2006年第一季中国网通用户数量	63
图表2-13	中国网通和中国电信宽带战略比较	66
图表2-14	其他运营商宽带接入策略比较	66
图表3-1	电信产业价值链的演化	83
图表3-2	电信运营商业务范围的变化	83

图表3-3 移动梦网的价值链模式	85
图表3-4 互联星空的价值模式	86
图表3-5 移动、电信和联通价值链经营模式比较分析	87
图表3-6 波特的价值系统	91
图表3-7 “配电盘”赢利模式的示意图	92
图表4-1 用户听说或使用过的宽带门户网站调查	104
图表4-2 用户在门户网站消费情况调查	105
图表4-3 用户在门户上进行的消费内容调查	105
图表4-4 对门户网站用户满意度调查	106
图表4-5 用户在门户网站上的月消费额调查	106
图表4-6 对用户门户网站收费高低评价的调查	107
图表4-7 用户喜欢的付费方式调查	108
图表4-8 用户对宽带门户网站改进的意见调查	108
图表4-9 用户希望宽带门户网站增加的内容调查	109
图表7-1 2000-2005年中国网络游戏市场规模	123
图表7-2 2005年全球网络游戏产品格局	124
图表7-3 网民对远程教育的支持率	126
图表7-4 网络教育用户增长速度预测	127
图表7-6 全球宽带夜里外收入预测	135
图表7-7 全球宽带娱乐业务预测(百万美元)	135
图表8-1 2006年1-5月中国电信宽带业务发展情况	156
图表9-1 2005年我国DSL用户增长情况	161
图表9-2 中国各地区的ADSL市场份额	161
图表9-3 我国ADSL用户数占全部宽带用户的比重	163
图表10-1 中国电信ADSL用户接入市场份额	178
图表11-1 2006年6月日本ADSL用户总数统计	183
图表13-1 ATM/FTTX + HomePNA 混合组网方案	193
图表13-2 多个ADSL + HomePNA	194
图表13-3 DDN + HomePNA混合组网方案	195
图表13-4 LAN—TO—LAN互联方案	196
图表13-5 LAN 与其他接入方式比较	197
图表13-6 ADSL宽带接入的层次结构	198

图表13-7	FTTX LAN宽带接入的层次结构	199
图表14-1	信息产业部受理的用户申诉分类统计	203
图表14-2	用户投诉热点	203
图表15-1	笔记本电脑销量和PDA销量(万台)	210
图表15-2	市场拉动因素与阻碍因素对比分析	212
图表15-3	2005年2季度WLAN交换机/服务器/应用程序市场销售情况	213
图表15-4	WLAN产品价格趋势	214
图表15-5	中国大陆无线局域网产品广告投入费用表	214
图表15-6	WLAN产品广告费用投入比较图	215
图表15-7	中国WLAN用户区域分布图	216
图表15-8	中国WLAN用户行业分布	216
图表15-9	目前中国无线局域网运营市场的区域分布情况	219
图表15-10	中国网通无限伴旅网络结构图	220
图表15-11	各运营商发展无线局域网的优劣势	224
图表16-1	2005年中国国内生产总值	231
图表16-2	2003-2004年中国国内生产总值增长	231
图表16-3	2005年中国国内生产总值1-4季度增长	231
图表16-4	2005年中国第一产业/第二产业/第三产业增长	232
图表16-5	2005年中国粮食总产量增长统计	232
图表16-6	2005年中国规模以上工业企业完成增加值统计	232
图表16-7	2005年以来投资增幅升降比较大的行业	232
图表16-8	2005年以来利润增幅比较大的行业	233
图表16-9	2005年中国对外贸易统计	235
图表16-10	2005年中国人均国内生产总值	235
图表16-11	2005年我国城镇居民人均可支配收入	236
图表16-12	2005年我国农民人均纯收入	236
图表16-13	2005年我国居民消费价格	236
图表16-14	2005年我国生产资料价格	237
图表16-15	2005年我国固定资产投资	237
图表16-16	2006年上半年中国第一产业/第二产业/第三产业增长	238
图表16-17	2006年上半年全国规模以上工业完成增加值	239
图表16-18	2006年1-5月全国规模以上工业利润	239

- 图表16-19 2006年上半年全社会固定资产投资 239
- 图表16-20 2006年上半年社会消费品零售总额 240
- 图表16-21 2006年上半年进出口总额 241
- 图表16-22 中国人口数及构成(万人) 241
- 图表16-23 中国城镇化率 242
- 图表16-24 中国城镇化率 243
- 图表16-25 中国居民恩格尔系数变化 243
- 图表18-1 各种DSL技术的区别 255
- 图表18-2 以太网工作原理示意图 267
- 图表18-3 以太网和IEEE 802.3与OSI参照模型的对应关系示意图 268
- 图表18-4 以太网和IEEE 802.3之间的区别以及不同IEEE 802.3之间的区别 269
- 图表18-5 以太网/IEEE 802.3帧的基本组成 269
- 图表18-6 EPON的组成单元 280
- 图表18-7 EPON下行传输原理 281
- 图表18-8 EPON上行传输原理 281
- 图表18-9 PON/GPON网络拓扑 284
- 图表18-10 未来GPON接入方案 284
- 图表18-11 PON协议效率因素 285
- 图表18-12 PON总效率 286
- 图表18-13 GPON所增加的带宽 286
- 图表18-14 不使用AP的独立WLAN 288
- 图表18-15 使用AP的独立WLAN 289
- 图表18-16 非独立的WLAN 289
- 图表18-17 WLAN的优势 290
- 图表19-1 全球十大DSL市场 298
- 图表19-2 亚太地区宽带用户分布情况 298
- 图表19-3 2002—2007全球及亚太DSL业务收入(百万美元) 299
- 图表19-4 2006年上半年全球DSL用户增长情况 299
- 图表19-5 2006年上半年欧盟国家DSL用户增长情况 300
- 图表19-6 2006年上半年北美地区DSL用户增长情况 300
- 图表19-7 2006年上半年亚太地区DSL用户增长情况 301
- 图表19-8 2006年上半年南亚和东亚地区DSL用户增长情况 301

图表19-9 2006年上半年中国及全球其他地区DSL用户增长情况 301

图表19-10 2005年10月全球宽带普及率排名 302 图表19-11 全球光纤接入市场收入(亿美元)

308

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42503.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。