

# 2021-2027年中国数字家庭 系列行业深度分析与行业竞争对手分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国数字家庭系列行业深度分析与行业竞争对手分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/114382VABM.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

如今随着科技的不断发展，数字化网络化、智能化的生活理念日益普及。加上家电下乡，家电以旧换新等政策的出台落实，使得数字家庭产业的相关厂商的技术实力得到了持续的提高，数字家庭服务产品不断丰富。近年来，我国面向三网融合的数字家庭产业发展快速，并且在产业转型及结构调整方面取得了一定的成果。

“十三五”期间，我国数字家庭产业的发展将随着数字电视及三网融合政策的进一步实施将会得到更好的发展。数字家庭娱乐、智能家居、社区服务等内需市场的扩大将为数字家庭产业发展提供强大的内需动力。而物联网、云计算等新技术的广泛应用将会为数字家庭产业的发展、转型、升级注入新的活力。未来，数字家庭产业链条将会更加趋于完整，也是数字家庭产业龙头企业及中小企业互动协作的重要时期。

近年来，数字家庭的理念正越来越多的被消费者所接受，特别是近年来，互联互通的电子产品进入消费领域，我国数字家庭市场已经逐渐深入。我国数字家庭产业有两大发展特点：1.以数字电视应用为中心、面向三网融合的数字家庭产业已经基本成型，并具有一定的产业规模。一些示范城市的数字家庭研发与应用示范步伐在不断的加快，并取得了一定的成效。2.从数字家庭的概念兴截至到现在，多数参与数字家庭产业的企业都提出了整合自身企业产品的数字家庭解决方案，而家庭娱乐解决方案应用最广泛。

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国数字家庭系列行业深度分析与行业竞争对手分析报告》共十一章。首先介绍了数字家庭系列相关概念及发展环境，接着分析了中国数字家庭系列规模及消费需求，然后对中国数字家庭系列市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国数字家庭系列面临的机遇及发展前景。您若想对中国数字家庭系列有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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 2017-2019年中国家庭通信运行环境分析

第一节 2017-2019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“十二五”规划》

### 三、《“十二五”时期广播影视科技发展规划》

#### 第二节 2017-2019年中国宏观经济环境环境分析

- 一、国民经济增长
- 二、中国居民消费价格指数
- 三、工业生产运行情况
- 四、房地产业投资情况
- 五、中国制造业采购经理指数

#### 第三节 2017-2019年中国家庭通信产业社会环境分析

- 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 2017-2019年中国家庭通信技术环境分析

- 一、4G
- 二、NGN
- 三、三网融合

### 第二章 2017-2019年中国家庭信息化基础设施发展情况分析

#### 第一节 家庭信息化基础设施普及情况分析

- 一、移动及固定电话普及情况分析
- 二、家庭宽带普及情况分析
- 三、家庭电视普及情况分析

#### 第二节 家庭信息化资源普及情况分析

#### 第三节 家庭信息化套餐使用情况分析

- 一、整体使用情况分析
- 二、不同收入用户套餐使用情况分析

### 第三章 2017-2019年中国家庭信息化业务运行透析

#### 第一节 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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

## 第四章 2017-2019年中国家庭基础通信状况分析

### 第一节 2017-2019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 2017-2019年中国家庭基础通信普及率对比

### 第三节 2017-2019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、家庭平均宽带接入账号

#### 四、家庭平均无线上网用户

#### 五、家庭平均电脑台数

#### 六、家庭平均电视台数

### 第四节 2017-2019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、宽带接入费用

## 四、套餐包月费用

### 第五章 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 用户几类通信需求的重要性分析

### 第六章 2017-2019年中国家庭用户对全业务套餐需求及评价分析

#### 第一节 家庭信息化5类业务需求分析

##### 一、全业务套餐使用意愿分析

##### 二、全业务套餐价格优惠期望分析

##### 三、全业务套餐设计推广缺陷分析

##### 四、全业务套餐对用户转网的影响分析

##### 五、家庭信息化接入设备支付意愿分析

#### 第二节 家庭信息化19种产品需求分析

##### 一、全业务捆绑套餐

##### 二、移动家庭计划套餐、

##### 三、家庭无线宽带、

##### 四、无线宽带漫游

##### 五、无线宽带+移动电话捆绑

##### 六、家庭FMC业务

##### 七、家庭彩铃

##### 八、锁小区业务

##### 九、数字电视/IPTV类业务

##### 十、基于电脑的家庭娱乐及信息服务

##### 十一、基于电话的家庭信息服务

##### 十二、家庭好管家

##### 十三、家庭远程视频监控及联通报警

##### 十四、亲子通类业务

##### 十五、家庭定位产品

##### 十六、智能家居远程控制

##### 十七、智能家居室内控制

##### 十八、家庭信息机业务

## 十九、数字家庭综合服务

### 第七章 2017-2019年中国家庭信息化综合需求分析

#### 第一节 2017-2019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 2017-2019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

### 第八章 2017-2019年中国家庭通信竞争态势分析

#### 第一节 2017-2019年中国家庭通信运营商各业务市场同比分析

- 一、固定电话各运营商
- 二、宽带接入各运营商
- 三、移动电话各运营商
- 四、无线接入各运营商

#### 第二节 2017-2019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

### 第九章 2021-2027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

#### 第二节 中国移动

#### 第三节 中国联通

### 第十章 2021-2027年中国家庭综合需求及套餐业务发展趋势分析

#### 第一节 2021-2027年中国家庭套餐业务用户需求趋势

#### 第二节 2021-2027年中国家庭套餐业务市场潜力分析

### 第三节 2021-2027年中国家庭信息化全业务竞争趋势分析

#### 第四节 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

## 第十一章 2021-2027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
- 三、锁定目标用户，进行用户细分，实施产品差异化

#### 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

- 一、实施品牌战略
- 二、构建完备家庭信息系统平台
- 三、产品和服务创新，紧扣“家庭”
- 四、分阶段推进家庭信息化

#### 图表目录：

图表：2017-2019年国内生产总值

图表：2017-2019年居民消费价格涨跌幅度

图表：2018年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2017-2019年年末国家外汇储备

图表：2017-2019年财政收入

图表：2017-2019年全社会固定资产投资

图表：2018年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2018年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2017-2019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

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/114382VABM.html>