

# 2014-2019年中国家庭通信 市场前景研究与投资前景评估报告

## 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

《2014-2019年中国家庭通信市场前景研究与投资前景评估报告》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/tongxun/H477505KLR.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

### 第一章 2013-2014年中国家庭通信运行环境解析

#### 第一节 2013-2014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 2013-2014年中国宏观经济环境环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI (按月度更新)
- 三、全国居民收入情况 (季度更新)
- 四、恩格尔系数 (年度更新)
- 五、工业发展形势 (季度更新)
- 六、固定资产投资情况 (季度更新)
- 七、财政收支状况 (年度更新)
- 八、中国汇率调整 (人民币升值)
- 九、存贷款基准利率调整情况
- 十、存款准备金率调整情况
- 十一、社会消费品零售总额
- 十二、对外贸易&进出口

#### 第三节 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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2013-2014年中国家庭信息化业务运行透析

第一节2013-2014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2013-2014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2013-2014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2013-2014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2013-2014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2013-2014年中国家庭基础通信状况分析

第一节2013-2014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6类通信需求的重要性分析

## 第六章 2013-2014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2013-2014年中国家庭信息化综合需求分析

### 第一节2013-2014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2013-2014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2013-2014年中国家庭通信竞争态势分析

## 第一节 2013-2014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 2013-2014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 2014-2019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

## 第十章 2014-2019年中国家庭综合需求及套餐业务发展趋势分析

### 第一节 2014-2019年中国家庭套餐业务用户需求趋势

### 第二节 2014-2019年中国家庭套餐业务市场潜力分析

### 第三节 2014-2019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

#### 第十一章 2014-2019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：（部分）

图表：2005-2013年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2012.09-2014.3中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2013年中国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2013年中国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2012中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2012.9-2014.3年中国工业增加值增速统计

图表：2005-2013年中国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2013年中国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：近期人民币汇率中间价（对美元）

图表：2012.9-2014.3中国货币供应量月度数据统计

图表：2005-2014年3月中国外汇储备走势图

图表：1990-2013年央行存款利率调整统计表

图表：1990-2013年央行贷款利率调整统计表



图表：中国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2013年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2013年中国货物进出口总额走势图

图表：2005-2013年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：3009-2013年中国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：3009-2013年中国总人口数量增长趋势图

图表：2011年人口数量及其构成

图表：2005-2012年中国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2012年中国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：3009-2013年中国城镇化率走势图

图表：2005-2012年中国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2005-2013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

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

图表：略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/tongxun/H477505KLR.html>