

2020-2025年中国信息消费行业发展趋势预测及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国信息消费行业发展趋势预测及投资战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/493577.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

通常认为，信息消费是一种直接或间接以信息产品和信息服务为消费对象的经济活动。进入21世纪，全球范围内，信息消费每增加100亿元，能带动国民经济增长300多亿元；在美国、日本的人均信息消费支出分别为3400美元和2400美元，而我国仅为631美元，我国的信息消费有着巨大的发展空间。随着新一代信息技术和信息产业的迅猛发展，形式多样的信息产品广泛进入到百姓家中，信息消费逐渐显现出带动经济发展的作用。国家“十二五”期间强力推动的“两化融合”，使广大企业广泛运用信息化的手段、信息消费的形式，推进了企业的精细化管理，取得巨大经济效益。

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 信息消费相关概述

1.1 信息消费概念界定

1.1.1 信息消费的内涵

1.1.2 信息消费的分类

1.1.3 信息消费的层次

1.2 信息消费的特点

1.2.1 网络化

1.2.2 数据化

1.2.3 碎片化

1.2.4 耦合性

1.2.5 关联性

1.3 信息消费的功能

1.3.1 信息消费具有巨大经济效益

1.3.2 信息消费改变了消费和社交方式

1.3.3 信息消费的社会福利功能

1.4 信息消费产业链分析

1.4.1 产业链简介

1.4.2 基础设施层

1.4.3 设备层

1.4.4 平台和应用层

第二章 中国信息消费产业发展环境分析

2.1 国际环境分析

2.1.1 中外信息消费水平比较

2.1.2 全球信息消费蓬勃发展

2.1.3 发达国家信息消费规模

2.1.4 国外信息消费扶持政策

2.1.5 典型国家发展经验借鉴

2.2 经济环境分析

2.2.1 宏观经济状况

2.2.2 固定资产投资

2.2.3 工业经济运行

2.2.4 第三产业运行特征

2.2.5 经济运行趋势分析

2.3 消费环境分析

2.3.1 社会消费品零售规模

2.3.2 居民消费价格 (CPI)

2.3.3 工业生产者价格 (PPI)

2.3.4 城乡居民收入增长

2.3.5 居民消费理念

2.4 供需环境

2.4.1 人口规模

2.4.2 网民规模

2.4.3 互联网普及率

2.4.4 智能手机普及率

2.5 社会环境分析

2.5.1 新型城镇化建设

2.5.2 节能减排形势严峻

2.5.3 信息消费引领产业转型

第三章 2015-2019年中国信息消费产业总体分析

3.1 2015-2019年中国信息消费产业运行状况

3.1.1 发展特征

3.1.2 产业规模

3.1.3 产业融合

3.1.4 发展机遇

3.1.5 市场隐忧

3.2 2015-2019年中国电子信息产业规模分析

3.2.1 收入规模

3.2.2 经济效益

3.2.3 投资规模

3.2.4 进出口规模

3.2.5 产业结构调整

3.2.6 科研创新

3.3 2015-2019年中国通信产业规模分析

3.3.1 收入规模

3.3.2 用户规模

3.3.3 业务规模

3.3.4 投资规模

3.3.5 区域发展

3.4 2015-2019年中国信息消费试点城市分析

3.4.1 我国启动信息消费城市试点

3.4.2 首批信息消费试点城市名单

3.4.3 首批试点信息消费城市建设进展

3.4.4 信息消费城市试点将持续推进

3.5 信息消费能力指标评价体系分析

3.5.1 信息消费能力构成要素

3.5.2 建立指标体系的原则

3.5.3 评价指标体系的内容

3.6 信息消费发展趋势分析

3.6.1 消费需求快速扩张

3.6.2 消费结构持续调整

3.6.3 消费行为渐趋多元化

3.6.4 消费方式渐趋移动化

第四章 2015-2019年中国信息产品消费业发展分析

4.1 2015-2019年中国智能终端市场发展综述

4.1.1 智能终端产品简述

4.1.2 智能终端市场规模

- 4.1.3 智能终端产品同质化
- 4.1.4 智能终端市场竞争格局
- 4.1.5 智能终端市场渐趋成熟
- 4.2 2015-2019年中国智能手机市场分析
 - 4.2.1 智能手机市场规模
 - 4.2.2 智能手机市场格局
 - 4.2.3 智能手机市场结构分析
 - 4.2.4 4G手机市场发展现状
 - 4.2.5 智能手机市场同质化分析
 - 4.2.6 智能手机市场发展趋势
- 4.3 2015-2019年平板电脑市场分析
 - 4.3.1 平板电脑市场规模
 - 4.3.2 平板电脑市场特征
 - 4.3.3 平板电脑市场结构
 - 4.3.4 平板电脑市场竞争格局
 - 4.3.5 国产平板电脑市场分析
 - 4.3.6 平板电脑市场趋势预测
- 4.4 2015-2019年智能电视市场分析
 - 4.4.1 智能电视市场规模
 - 4.4.2 智能电视市场特征
 - 4.4.3 智能电视产业链分析
 - 4.4.4 智能电视市场竞争格局
 - 4.4.5 智能电视市场结构分析
 - 4.4.6 智能电视商业模式分析
 - 4.4.7 智能电视市场机遇与风险
- 4.5 2015-2019年智能穿戴设备市场分析
 - 4.5.1 智能穿戴设备市场规模
 - 4.5.2 智能穿戴设备竞争格局
 - 4.5.3 智能穿戴设备产业链分析
 - 4.5.4 智能穿戴设备投资机会
 - 4.5.5 智能穿戴设备投资案例
 - 4.5.6 智能穿戴设备风险因素
 - 4.5.7 智能穿戴设备策略建议
 - 4.5.8 智能穿戴设备市场前景
- 4.6 中国信息产品消费市场前景预测

4.6.1 市场趋势

4.6.2 融合趋势

4.6.3 需求前景

4.6.4 增长预期

第五章 2015-2019年中国信息服务消费业发展分析

5.1 2015-2019年中国信息服务业发展综述

5.1.1 产业规模

5.1.2 经济效益

5.1.3 运行特点

5.1.4 区域布局

5.1.5 标准化进程

5.1.6 风险因素分析

5.2 互联网接入服务市场分析

5.2.1 互联网接入服务的方式

5.2.2 互联网接入服务走向规范

5.2.3 移动互联网接入服务分析

5.2.4 互联网接入服务风险因素

5.2.5 宽带接入业务将向民资开放

5.3 中国移动互联网市场分析

5.3.1 生命周期

5.3.2 市场规模

5.3.3 产业格局

5.3.4 发展态势

5.3.5 应用业务

5.3.6 盈利模式

5.4 信息服务虚拟运营商市场分析

5.4.1 虚拟运营商简介

5.4.2 虚拟运营商产生背景

5.4.3 虚拟运营商牌照发放

5.4.4 虚拟运营商影响效应

5.4.5 虚拟运营商运行模式

5.4.6 虚拟运营商面临的挑战

5.5 信息技术外包服务市场分析

5.5.1 信息技术外包服务市场综述

- 5.5.2 信息技术外包服务市场规模
- 5.5.3 桌面IT外包服务市场特征
- 5.5.4 软件外包服务市场影响因素
- 5.5.5 信息技术外包服务市场趋势
- 5.6 中国信息服务消费市场前景预测
- 5.6.1 发展形势分析
- 5.6.2 未来发展趋势
- 5.6.3 市场规模预测

第六章 2015-2019年中国信息消费产业热点市场分析

- 6.1 物联网市场分析
- 6.1.1 物联网市场规模
- 6.1.2 物联网市场特征
- 6.1.3 物联网示范应用进展
- 6.1.4 物联网市场商业模式
- 6.1.5 物联网市场区域布局
- 6.1.6 物联网市场竞争结构
- 6.1.7 物联网市场发展趋势
- 6.2 云计算市场分析
- 6.2.1 云计算产业发展进程
- 6.2.2 云计算市场发展规模
- 6.2.3 云计算市场竞争格局
- 6.2.4 云计算市场需求分析
- 6.2.5 云计算市场运营商分析
- 6.2.6 公共云计算市场运行特征
- 6.2.7 云计算市场趋势及前景
- 6.3 大数据市场分析
- 6.3.1 大数据产业链简述
- 6.3.2 大数据市场发展规模
- 6.3.3 大数据市场需求分析
- 6.3.4 大数据商业模式分析
- 6.3.5 大数据产业区域发展
- 6.3.6 大数据市场竞争格局
- 6.3.7 大数据市场前景预测
- 6.4 移动支付市场分析

- 6.4.1 移动支付市场规模
- 6.4.2 移动支付市场格局
- 6.4.3 移动支付商业模式分析
- 6.4.4 第三方移动支付市场规模
- 6.4.5 移动支付市场风险及策略
- 6.4.6 移动支付市场前进预测
- 6.5 电子商务市场分析
 - 6.5.1 电子商务市场规模
 - 6.5.2 电子商务市场特征
 - 6.5.3 网络购物市场结构分析
 - 6.5.4 电子商务市场竞争格局
 - 6.5.5 电子商务市场商业模式
 - 6.5.6 电子商务市场前景展望
- 6.6 手机游戏市场分析
 - 6.6.1 手机游戏市场规模
 - 6.6.2 手机游戏市场格局
 - 6.6.3 手机游戏产业链分析
 - 6.6.4 手机游戏盈利模式分析
 - 6.6.5 手机游戏市场交易分析
 - 6.6.6 手机游戏市场4G机遇
 - 6.6.7 手机游戏市场发展趋势
- 6.7 智能交通市场分析
 - 6.7.1 智能交通发展阶段
 - 6.7.2 智能交通市场规模
 - 6.7.3 智能交通产业链分析
 - 6.7.4 智能交通市场竞争格局
 - 6.7.5 车联网市场投资机会
 - 6.7.6 智能交通市场机遇及挑战
- 6.8 智能家居市场分析
 - 6.8.1 智能家居市场特征
 - 6.8.2 智能家居市场格局
 - 6.8.3 智能家居市场价格分析
 - 6.8.4 智能家居市场合作模式
 - 6.8.5 智能家居市场竞争格局
 - 6.8.6 智能家居市场需求分析

6.9 互联网金融市场分析

6.9.1 互联网金融市场规模

6.9.2 互联网金融市场特征

6.9.3 互联网金融市场竞争格局

6.9.4 互联网金融商业模式分析

6.9.5 互联网金融利益冲突分析

6.9.6 互联网金融发展前景预测

6.10 地理信息产业分析

6.10.1 地理信息产业规模

6.10.2 地理信息产业跨界融合

6.10.3 地理信息应用市场分析

6.10.4 地理信息产业商业模式分析

6.10.5 地理信息产业发展前景预测

第七章 2015-2019年重点区域信息消费产业分析

7.1 北京信息消费产业分析

7.1.1 产业规模

7.1.2 发展模式

7.1.3 投资动态

7.1.4 政策保障

7.1.5 前景展望

7.2 上海市信息消费产业分析

7.2.1 产业规模

7.2.2 发展模式

7.2.3 投资动态

7.2.4 政策保障

7.2.5 前景展望

7.3 天津市信息消费产业分析

7.3.1 产业规模

7.3.2 发展模式

7.3.3 投资动态

7.3.4 政策保障

7.3.5 前景展望

7.4 江苏省信息消费产业分析

7.4.1 产业规模

7.4.2 发展模式

7.4.3 投资动态

7.4.4 政策保障

7.4.5 前景展望

7.5 浙江省信息消费产业分析

7.5.1 产业规模

7.5.2 发展模式

7.5.3 投资动态

7.5.4 政策保障

7.5.5 前景展望

7.6 广东省信息消费产业分析

7.6.1 产业规模

7.6.2 发展模式

7.6.3 投资动态

7.6.4 政策保障

7.6.5 前景展望

7.7 湖南省信息消费产业分析

7.7.1 产业规模

7.7.2 发展模式

7.7.3 投资动态

7.7.4 政策保障

7.7.5 前景展望

7.8 四川省信息消费产业分析

7.8.1 产业规模

7.8.2 发展模式

7.8.3 投资动态

7.8.4 政策保障

7.8.5 前景展望

第八章 2015-2019年中国信息消费基础设施市场分析

8.1 2015-2019年中国信息基础设施建设进展

8.1.1 互联网宽带设施

8.1.2 移动电话网设施

8.1.3 网络国际出口设施

8.1.4 信息传输设施

8.2 2015-2019年宽带设施建设进展

8.2.1 2019年宽带设施建设进展

8.2.2 2019年宽带设施建设进展

8.2.3 2019年宽带设施建设思路

8.2.4 国内宽带市场竞争格局

8.3 2015-2019年4G网络建设进展

8.3.1 2019年我国发放首批4G牌照

8.3.2 2019年我国4G网络投资规模

8.3.3 我国4G市场投资规模

8.3.4 4G网络推广面临的挑战

8.3.5 4G网络普及前景乐观

8.4 2015-2019年三网融合建设进展

8.4.1 三网融合发展历程

8.4.2 三网融合发展特征

8.4.3 三网融合区域推进格局

8.4.4 2018年三网融合发展成果

8.4.5 2019年三网融合取得新进展

8.5 2015-2019年北斗导航商用进展

8.5.1 北斗卫星导航系统介绍

8.5.2 北斗卫星导航系统发展历程

8.5.3 北斗导航系统应用市场规模

8.5.4 北斗导航卫星系统商用进展

8.5.5 北斗卫星导航系统民用提速

8.5.6 北斗导航卫星商用前景预测

8.6 2015-2019年互联网数据中心（IDC）市场分析

8.6.1 数据中心市场规模

8.6.2 数据中心发展特征

8.6.3 数据中心投资动态

8.6.4 数据中心市场趋势

8.6.5 数据中心前景预测

第九章 2015-2019年中国信息消费产业设备市场分析

9.1 2015-2019年中国通信设备行业发展综述

9.1.1 收入分析

9.1.2 效益分析

9.1.3 利润分析

9.1.4 固定投资分析

9.1.5 价格走势分析

9.2 2015-2019年移动通信基站设备市场分析

9.2.1 市场规模

9.2.2 区域格局

9.2.3 竞争形势

9.2.4 出口贸易

9.2.5 前景展望

9.3 2015-2019年移动芯片市场分析

9.3.1 市场规模

9.3.2 竞争格局

9.3.3 市场调整

9.3.4 投资机会

9.3.5 风险因素

9.3.6 投资建议

9.4 2015-2019年光纤设备市场分析

9.4.1 发展现状

9.4.2 市场规模

9.4.3 竞争格局

9.4.4 发展策略

9.4.5 前景展望

9.5 2015-2019年视频监控系统市场分析

9.5.1 发展综述

9.5.2 市场扩张

9.5.3 竞争态势

9.5.4 网络视频监控

9.5.5 手机视频监控

9.5.6 发展趋势分析

9.6 2015-2019年综合布线系统市场分析

9.6.1 市场机遇

9.6.2 竞争格局

9.6.3 供应商分析

9.6.4 应用需求

9.6.5 运营模式

9.6.6 前景展望

第十章 2015-2019年中国信息消费者行为分析

10.1 中国智能手机消费者行为分析

10.1.1 消费者属性分析

10.1.2 消费行为特征分析

10.1.3 手机视频用户特点

10.1.4 手机阅读用户特征

10.2 中国平板电脑消费者行为分析

10.2.1 消费主体特征分析

10.2.2 用户生活形态分析

10.2.3 品牌偏好度分析

10.2.4 尺寸偏好度分析

10.3 中国移动互联网用户分析

10.3.1 用户属性分析

10.3.2 用户行为分析

10.3.3 用户使用终端分析

10.4 中国移动支付用户分析

10.4.1 用户属性分析

10.4.2 用户行为分析

10.4.3 影响因素分析

10.5 中国网购消费者行为分析

10.5.1 消费者属性分析

10.5.2 消费行为分析

10.5.3 消费态度分析

10.5.4 消费满意度分析

第十一章 中国信息消费市场典型外资企业分析

11.1 苹果

11.1.1 企业简介

11.1.2 经营状况

11.1.3 业务布局

11.1.4 竞争优势

11.1.5 在华发展

11.2 三星

11.2.1 企业简介

11.2.2 经营状况

11.2.3 产品创新

11.2.4 布局趋势

11.2.5 在华发展

11.3 HTC

11.3.1 企业简介

11.3.2 经营状况

11.3.3 产品创新

11.3.4 业务布局

11.3.5 在华发展

11.4 微软

11.4.1 企业简介

11.4.2 经营状况

11.4.3 业务布局

11.4.4 在华发展

11.5 Google

11.5.1 企业简介

11.5.2 经营状况

11.5.3 业务布局

11.5.4 在华发展

11.6 IBM

11.6.1 企业简介

11.6.2 经营状况

11.6.3 业务布局

11.6.4 在华发展

11.7 Intel

11.7.1 公司简介

11.7.2 经营状况

11.7.3 业务布局

11.7.4 在华发展

11.8 爱立信

11.8.1 公司简介

11.8.2 经营状况

11.8.3 业务布局

11.8.4 在华发展

第十二章 中国信息产品消费市场本土领先企业分析

12.1 华为技术有限公司

12.1.1 企业发展概况

12.1.2 经营状况分析

12.1.3 产品创新动态

12.1.4 风险因素分析

12.2 中兴通讯股份有限公司

12.2.1 企业发展概况

12.2.2 经营状况分析

12.2.3 产品创新动态

12.2.4 风险因素分析

12.3 联想控股股份有限公司

12.3.1 企业发展概况

12.3.2 经营状况分析

12.3.3 产品创新动态

12.3.4 风险因素分析

12.4 宇龙计算机通信科技（深圳）有限公司（酷派）

12.4.1 企业发展概况

12.4.2 经营状况分析

12.4.3 产品创新动态

12.4.4 业务布局态势

12.4.5 未来发展前景

12.5 北京小米科技有限责任公司

12.5.1 企业发展概况

12.5.2 经营状况分析

12.5.3 企业销售模式

12.5.4 未来发展前景

12.6 珠海市魅族通讯设备有限公司

12.6.1 企业发展概况

12.6.2 产品创新动态

12.6.3 产品营销策略

12.6.4 未来发展前景

第十三章 中国信息服务内容提供商竞争力分析

13.1 中视传媒股份有限公司

13.1.1 企业发展概况

13.1.2 经营效益分析

13.1.3 业务经营分析

13.1.4 财务状况分析

13.2 乐视网信息技术(北京)股份有限公司

13.2.1 企业发展概况

13.2.2 经营效益分析

13.2.3 业务经营分析

13.2.4 财务状况分析

13.3 百视通新媒体股份有限公司

13.3.1 企业发展概况

13.3.2 经营效益分析

13.3.3 业务经营分析

13.3.4 财务状况分析

13.4 新浪公司

13.4.1 企业发展概况

13.4.2 经营效益分析

13.4.3 核心竞争力分析

13.4.4 未来前景展望

13.5 搜狐集团

13.5.1 企业发展概况

13.5.2 经营状况分析

13.5.3 业务模式分析

13.5.4 核心竞争力分析

13.6 阿里巴巴集团

13.6.1 企业发展概况

13.6.2 经营状况分析

13.6.3 财务状况分析

13.6.4 业务布局分析

第十四章 中国信息服务网络运营商竞争力分析

14.1 中国移动通信集团公司

14.1.1 企业发展概况

14.1.2 用户规模分析

14.1.3 企业经营状况

14.1.4 企业核心竞争力

14.2 中国联合网络通信集团有限公司

14.2.1 企业发展概况

14.2.2 用户规模分析

14.2.3 企业经营状况

14.2.4 企业核心竞争力

14.3 中国电信集团公司

14.3.1 企业发展概况

14.3.2 用户规模分析

14.3.3 企业经营状况

14.3.4 企业核心竞争力

14.4 中国广播电视网络有限公司

14.4.1 企业发展概况

14.4.2 企业定位分析

14.4.3 核心竞争力分析

14.4.4 风险因素分析

14.5 陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司

14.5.1 企业发展概况

14.5.2 经营效益分析

14.5.3 业务经营分析

14.5.4 财务状况分析

14.6 北京歌华有线电视网络股份有限公司

14.6.1 企业发展概况

14.6.2 经营效益分析

14.6.3 业务经营分析

14.6.4 财务状况分析

第十五章 中国信息服务技术及设备提供商竞争力分析

15.1 大唐电信科技股份有限公司

15.1.1 企业发展概况

15.1.2 经营效益分析

15.1.3 业务经营分析

15.1.4 财务状况分析

15.2 烽火通信科技股份有限公司

15.2.1 企业发展概况

15.2.2 经营效益分析

15.2.3 业务经营分析

15.2.4 财务状况分析

15.3 同方股份有限公司

15.3.1 企业发展概况

15.3.2 经营效益分析

15.3.3 业务经营分析

15.3.4 财务状况分析

15.4 浙大网新科技股份有限公司

15.4.1 企业发展概况

15.4.2 经营效益分析

15.4.3 业务经营分析

15.4.4 财务状况分析

15.5 航天信息股份有限公司

15.5.1 企业发展概况

15.5.2 经营效益分析

15.5.3 业务经营分析

15.5.4 财务状况分析

15.6 亿阳信通股份有限公司

15.6.1 企业发展概况

15.6.2 经营效益分析

15.6.3 业务经营分析

15.6.4 财务状况分析

第十六章 中国信息消费产业发展策略分析

16.1 中国信息消费产业存在的问题

16.1.1 信息消费水平不高

16.1.2 信息消费层次较低

16.1.3 信息消费者权益难以保障

16.2 制约信息消费产业发展的根源分析

16.2.1 信息化总体水平偏低

16.2.2 信息支付能力有限

16.2.3 国民信息素质亟待提升

- 16.2.4 信息消费相关法规尚未完善
- 16.3 促进信息消费产业发展的政策路径
 - 16.3.1 提高收入水平
 - 16.3.2 降低消费成本
 - 16.3.3 完善基础设施
 - 16.3.4 优化产业环境
 - 16.3.5 提高信息素质
 - 16.3.6 开展信息消费试点
- 16.4 发展信息消费推动地方经济转型的策略建议
 - 16.4.1 立足地方经济发展特色信息产业
 - 16.4.2 多措并举引导产业健康有序发展
 - 16.4.3 改革创新建立良性竞争机制
 - 16.4.4 打破壁垒促进产业融合
 - 16.4.5 构建诚信公平的社会环境
- 16.5 信息消费试点城市申报指南
 - 16.5.1 信息消费试点内容
 - 16.5.2 试点城市申报要求
 - 16.5.3 试点城市申报流程
 - 16.5.4 试点申报关键环节

第十七章 中国信息消费产业政策体系分析

- 17.1 《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》解读
 - 17.1.1 意见全文
 - 17.1.2 政策思路变化
 - 17.1.3 向高层次市场发展
 - 17.1.4 基础设施率先受益
 - 17.1.5 产业链影响效应分析
 - 17.1.6 不会抑制其他消费增长
- 17.2 2015-2019年中国通信行业改革动向分析
 - 17.2.1 2019年鼓励和引导民间资本进入电信业
 - 17.2.2 2019年民企获准参与移动通信转售业务
 - 17.2.3 2019年工信部调整运营商网间结算费
 - 17.2.4 2019年电信业务资费实行市场调节
 - 17.2.5 2019年民资在资本层面进入电信业
 - 17.2.6 2019年携号转网、混合所有制改革进展

17.2.7 网业分离成电信行业改革大势所趋

17.3 产业促进政策解读

17.3.1 工信部加强移动智能终端进网管理

17.3.2 光纤入户新规促进信息基础设施建设

17.3.3 “三网融合”向更高层次推进

17.3.4 智慧城市纳入新型城镇化规划

17.3.5 新政推进物联网有序健康发展

17.3.6 促进地理信息产业发展的意见

17.4 信息消费领域标准解读

17.4.1 智能电视行业标准

17.4.2 移动支付国家标准

17.4.3 物联网标准化进程

17.4.4 云计算标准草案形成

17.4.5 大数据交易行业规范

17.4.6 互联网接入服务规范

第十八章 中国信息消费产业未来发展规划

18.1 信息化发展规划

18.1.1 基本原则和发展目标

18.1.2 主要任务和发展重点

18.1.3 保障措施

18.2 信息产业发展规划

18.2.1 发展形势

18.2.2 总体要求

18.2.3 主要任务

18.2.4 发展重点

18.2.5 保障措施

18.3 互联网行业“十三五”发展规划

18.3.1 发展形势

18.3.2 总体要求

18.3.3 发展任务

18.3.4 保障措施

18.4 软件和信息技术服务业“十三五”发展规划

18.4.1 发展趋势和环境

18.4.2 发展思路及目标

18.4.3 发展重点

18.4.4 重大工程

18.4.5 保障措施

18.5 电子商务“十三五”发展规划

18.5.1 面临的形势

18.5.2 发展原则与目标

18.5.3 重点任务

18.5.4 政策措施

18.6 中国物联网“十三五”发展规划

18.6.1 面临形势

18.6.2 发展思路

18.6.3 主要任务

18.6.4 重点工程

图表目录：

图表 2015-2019年我国生产总值及增长速度

图表 2015-2019年我国货物进出口总额情况

图表 2015-2019年规模以上企业主营业务收入与利润总额同比增速

图表 2015-2019年社会消费品零售总额月度增长情况

图表 2015-2019年工业生产者出厂价格涨跌幅

图表 2015-2019年工业生产者购进价格涨跌幅

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/493577.html>