

# 2019-2025年中国通讯行业家庭信息化市场深度分析及发展前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国通讯行业家庭信息化市场深度分析及发展前景预测报告》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/446805.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

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 宏观环境条件

#### 1.1 政策环境条件

##### 1.1.1 《2019-2025年国家信息化进展策略》

##### 1.1.2 《国民经济和社会进展信息化“十三五”规划》

##### 1.1.3 《“十三五”时期广播影视科技进展规划》

#### 1.2 经济环境

##### 1.2.1 GDP增长状况

##### 1.2.2 居民收入情况

#### 1.3 生活文化

##### 1.3.1 人口总量及人口结构

##### 1.3.2 居民通信支出

#### 1.4 技能环境条件

##### 1.4.1 3G

##### 1.4.2 4G

##### 1.4.3 NGN

##### 1.4.4 三网融合

### 第二章 中国家庭信息化业务进展现状

#### 2.1 家庭信息化的基础条件

##### 2.1.1 互联网普及及使用情况

##### 2.1.2 数字电视普及及使用情况

##### 2.1.3 基础通信服务（手机、固话）普及及使用情况

##### 2.1.4 家庭信息化进展存在的问题及对策

#### 2.2 家庭信息化地方性推动措施及实例

##### 2.2.1 广东省家庭信息化推动措施

##### 2.2.2 上海市家庭信息化推动措施

## 2.3 中国电信家庭信息化业务进展概况

### 2.3.1 营销准备

### 2.3.2 家庭网络进展现状

### 2.3.3 家庭业务进展现状

## 2.4 中国联通家庭信息化业务进展概况

### 2.4.1 营销准备

### 2.4.2 家庭网络进展现状

### 2.4.3 家庭业务进展现状

## 2.5 中国移动家庭信息化业务进展概况

### 2.5.1 营销准备

### 2.5.2 家庭网络进展现状

### 2.5.3 家庭业务进展现状

## 第三章 营销商家庭信息化业务价值链预测

### 3.1 家庭信息化业务价值链的基本模型

### 3.2 家庭信息化业务对电信营销商的价值

### 3.3 家庭信息化业务对设备提供商的价值

### 3.4 家庭信息化业务对内容/服务提供商的价值

### 3.5 家庭信息化业务对家庭用户的价值

## 第四章 家庭信息化业务竞争环境条件预测

### 4.1 家庭信息化业务提供商讨价还价能力

### 4.2 家庭信息化业务用户讨价还价能力

### 4.3 新的进入者预测

### 4.4 替代品预测

### 4.5 竞争对手预测

### 4.6 目前市场竞争形势预测

## 第五章 营销商家庭信息化业务的策略定位

### 5.1 中国电信家庭信息化业务定位预测

#### 5.1.1 家庭信息化业务的优点

#### 5.1.2 家庭信息化业务的劣势

#### 5.1.3 家庭信息化业务的机会

#### 5.1.4 家庭信息化业务面临的威胁

### 5.2 中国移动家庭信息化业务定位预测

- 5.2.1 家庭信息化业务的优点
- 5.2.2 家庭信息化业务的劣势
- 5.2.3 家庭信息化业务的机会
- 5.2.4 家庭信息化业务面临的威胁
- 5.3 中国联通家庭信息化业务定位预测
  - 5.3.1 家庭信息化业务的优点
  - 5.3.2 家庭信息化业务的劣势
  - 5.3.3 家庭信息化业务的机会
  - 5.3.4 家庭信息化业务面临的威胁
- 5.4 营销商家庭信息化业务进展条件对比
- 5.5 营销商家庭信息化业务策略定位意见
  - 5.5.1 三家营销商家庭业务的市场地位预测
  - 5.5.2 中国移动家庭信息化业务策略定位意见
  - 5.5.3 中国电信家庭信息化业务策略定位意见
  - 5.5.4 中国联通家庭信息化业务策略定位意见

## 第六章 营销商家庭信息化业务进展策略规划意见

- 6.1 中国电信
  - 6.1.1 家庭信息化首选融合方案
  - 6.1.2 分阶段推进家庭信息化
  - 6.1.3 以家庭信息化为基点的主动进攻
- 6.2 中国移动
  - 6.2.1 面临巨大市场压力应及早应对
  - 6.2.2 充分利用品优点延伸业务领域
  - 6.2.3 以家庭业务为核心重构品形象
- 6.3 中国联通
  - 6.3.1 发挥3G、4G网络优点打造新业务品
  - 6.3.2 开辟生活娱乐新领域
  - 6.3.3 充分发挥宽带业务优点

## 第七章 策略实施及保障措施意见

- 7.1 促进产业链资源整合与进展
- 7.2 新产品开发及解决方案
  - 7.2.1 加强新产品开发力度
  - 7.2.2 新产品开发解决方案

## 7.3 提高用户认知度与消费习惯培养

### 7.3.1 提高用户认知度

### 7.3.2 培养用户业务使用习惯

## 7.4 提高客户体验管理水平

## 7.5 塑造家庭信息化业务品

### 图表目录：

图表 1 相关机构对中国2018年GDP增速的分析

图表 2 2018年部分省市城镇居民收入及恩格尔系数一览

图表 3 总人口及增长率

图表 4 城乡人口比例

图表 5 2013-2018年各月电信业务收入比较

图表 6 中国网民人数增长情况

图表 7 中国互联网普及率

图表 8 世界部分国家互联网普及率比较

图表 9 全国电信业务主要指标

图表 10 中国电信宽带用户数

图表 11 江苏电信e9全业务套餐

图表 12 江苏电信手机可选包套餐

图表 13 中国联通宽带用户数

图表 14 中国移动部分家庭信息化新产品和业务

图表 15 家庭信息化业务价值链模型

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/446805.html>