2024-2030年中国数字家庭
市场深度评估与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国数字家庭市场深度评估与投资战略咨询报告》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.cction.com/report/202312/426648.html

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司
订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838
海外报告销售: 010-69365838
Email: kefu@gonyn.com
联系人：李经理

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

数字家庭是指以计算机技术和网络技术为基础，各种家电通过不同的互连方式进行通信及数据交换，实现家用电器之间的“互联互通”,使人们足不出户就可以更加方便快捷地获取信息，从而极大提高人类居住的舒适性和娱乐性。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国数字家庭市场深度评估与投资战略咨询报告》共十章。首先介绍了数字家庭行业市场发展环境、数字家庭整体运行态势等，接着分析了数字家庭行业市场运行的现状，然后介绍了数字家庭市场竞争格局。随后，报告对数字家庭做了重点企业经营状况分析，最后分析了数字家庭行业发展趋势与投资预测。您若想对数字家庭产业有个系统的了解或者想投资数字家庭行业，本报告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 2022年中国家庭通信运行环境分析
第一节 2022年中国家庭通信政策环境
一、《2006-2020年国家信息化投资前景》
二、《国民经济和社会发展信息化“十三五”规划》
三、《“十三五”时期广播影视科技发展规划》
第二节 国内宏观经济环境
一、GDP历史变动轨迹分析
二、固定资产投资历史变动轨迹分析
三、2022年中国宏观经济发展预测分析
第三节 2022年中国家庭通信社会环境
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 2022年中国家庭通信技术环境
一、3G

二、NGN
三、三网融合

第二章 2022年中国家庭信息化业务运行分析
第一节 2022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 2022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 2022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 2022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 2022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

第三章 2022年中国家庭基础通信状况分析
第一节 2022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

第四章 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

第五章 家庭用户对全业务套餐需求及评价分析
第一节 用户没有选择现有家庭通信套餐的理由
第二节 用户对全业务套餐购买意向
第三节 全业务套餐对用户转网分析
第四节 用户选择全业务套餐影响因素及其重要性
第五节 用户对全业务套餐优惠值期望
第六节 用户不选择全业务套餐的理由

第六章 2022年中国家庭信息化综合需求分析
第一节 2022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 2022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

第七章 2022年中国家庭通信竞争力分析
第一节 2022年中国家庭通信营商各业务市场占有率分析
一、固定电话各运营商占有率
二、宽带接入各运营商占有率
三、移动电话各运营商占有率
四、无线接入各运营商占有率
第二节 2022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
五、我们总结分析

第八章 2022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

第九章 2024-2030年中国家庭综合需求及套餐业务发展趋势分析
第一节 2024-2030年中国家庭套餐业务用户需求趋势
第二节 2024-2030年中国家庭套餐业务市场潜力分析
第三节 2024-2030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

第十章 2024-2030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
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

图表目录：

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
更多图表见正文……

详细请访问：http://www.cction.com/report/202312/426648.html