

# 2024-2030年中国数字家庭 行业深度研究与投资可行性报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国数字家庭行业深度研究与投资可行性报告》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.chinairr.org/report/R03/R0305/202404/11-609123.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

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。

产业研究报告网发布的《2024-2030年中国数字家庭行业深度研究与投资可行性报告》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 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&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/202404/11-609123.html>