

2024-2029年中国数字家庭系列行业市场全景调研及发展趋势分析研究报告

报告简介

如今随着科技的不断发展，数字化网络化、智能化的生活理念日益普及。加上家电下乡，家电以旧换新等政策的出台落实，使得数字家庭产业的相关厂商的技术实力得到了持续的提高，数字家庭服务产品不断丰富。近年来，我国面向三网融合的数字家庭产业发展快速，并且在产业转型及结构调整方面取得了一定的成果。

“十三五”期间，我国数字家庭产业的发展将随着数字电视及三网融合政策的进一步实施将会得到更好的发展。数字家庭娱乐、智能家居、社区服务等内需市场的扩大将为数字家庭产业发展提供强大的内需动力。而物联网、云计算等新技术的广泛应用将会为数字家庭产业的发展、转型、升级注入新的活力。未来，数字家庭产业链条将会更加趋于完整，也是数字家庭产业龙头企业及中小企业互动协作的重要时期。

近年来，数字家庭的理念正越来越多的被消费者所接受，特别是近年来，互联互通的电子产品进入消费领域，我国数字家庭市场已经逐渐深入。我国数字家庭产业有两大发展特点：1.以数字电视应用为中心、面向三网融合的数字家庭产业已经基本成型，并具有一定的产业规模。一些示范城市的数字家庭研发与应用示范步伐在不断的加快，并取得了一定的成效。2.从数字家庭的概念兴截至到现在，多数参与数字家庭产业的企业都提出了整合自身企业产品的数字家庭解决方案，而家庭娱乐解决方案应用最广泛。

本报告由中道泰和的资深专家和研究人员通过长期周密的市场调研，参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、51行业报告网、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过与国际同步的市场研究工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个数字家庭系列行业的市场走向和发展趋势。

本报告专业!权威!报告根据数字家庭系列行业的发展轨迹及多年的实践经验，对中国数字家庭系列行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国数字家庭系列行业将面临的机遇与挑战，对数字家庭系列行业未来的发展趋势及前景作出审慎分析与预测。是数字家庭系列企业、学术科研单位、投资企业准确了解行业最新发展动态，把握市场机会，正确制定企业发展战略的必备参考工具，极具参考价值!

报告目录

第一章 2019-2023年中国家庭通信运行环境分析

第一节 2019-2023年中国家庭通信政策环境分析

- 一、《2019-2023年国家信息化发展战略》
- 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 2019-2023年中国宏观经济环境环境分析

- 一、国民经济增长
- 二、中国居民消费价格指数
- 三、工业生产运行情况
- 四、房地产业投资情况
- 五、中国制造业采购经理指数

第三节 2019-2023年中国家庭通信产业社业会环境分析

- 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 2019-2023年中国家庭通信技术环境分析

- 一、4G
- 二、ngn
- 三、三网融合

第二章 2019-2023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 2019-2023年中国家庭信息化业务运行透析

第一节 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023年中国家庭基础通信状况分析

第一节 2019-2023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、家庭平均宽带接入账号

四、家庭平均无线上网用户

五、家庭平均电脑台数

六、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、宽带接入费用

四、套餐包月费用

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 用户几类通信需求的重要性分析

第六章 2019-2023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 2019-2023年中国家庭信息化综合需求分析

第一节 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023年中国家庭通信竞争态势分析

第一节 2019-2023年中国家庭通信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 2019-2023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 2024-2029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

第二节 中国移动

第三节 中国联通

第十章 2024-2029年中国家庭综合需求及套餐业务发展趋势分析

第一节 2024-2029年中国家庭套餐业务用户需求趋势

第二节 2024-2029年中国家庭套餐业务市场潜力分析

第三节 2024-2029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

第十一章 2024-2029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

图表：2019-2023年国内生产总值

图表：2019-2023年居民消费价格涨跌幅度

图表：2019-2023年居民消费价格比上年涨跌幅度(%)

图表：2019-2023年年末国家外汇储备

图表：2019-2023年财政收入

图表：2019-2023年全社会固定资产投资

图表：2019-2023年分行业城镇固定资产投资及其增长速度(亿元)

图表：2019-2023年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2019-2023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

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/sc/20200107/152989.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)