

2013-2018年中国通讯行业家庭信息化市场深度分析与投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2018年中国通讯行业家庭信息化市场深度分析与投资前景预测报告》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/152470.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

【报告目录】

diaocha概述

0.1 diaocha目的

0.2 diaocha时间

0.3 diaocha对象

0.4 diaocha方法

0.5 diaocha具体方式

0.6 报告声明

第1章 宏观环境条件

1.1 政策环境条件

1.1.1 《2010—2020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“十二五”规划》

1.1.3 《“十二五”时期广播影视科技进展规划》

1.2 经济环境13391676235手机条件

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 NGN

1.4.3 三网融合

第2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fuwu（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3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/fuwu提供商的价值

3.5 家庭信息化业务对家庭用户的价值

第4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5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6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 充分利用品牌优点延伸业务领域

6.2.3 以家庭业务为核心重构品牌形象

6.3 中国联通

6.3.1 发挥3G网络优点打造新业务品牌

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7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牌

附件

【图表目录】

目录图表 1 相关机构对中国2013GDP增速的分析

目录图表 2 2012年部分省市城镇居民收入及恩格尔系数一览

目录图表 3 总人口及增长率

目录图表 4 城乡人口比例

目录图表 5 2010-2013年各月电信业务收入比较

目录图表 6 中国网民人数增长情况

目录图表 7 中国互联网普及率

目录图表 8 世界部分国家互联网普及率比较

目录图表 9 全国电信业务主要指标

目录图表 10 中国电信宽带用户数

目录图表 11 江苏电信e9全业务套餐

目录图表 12 江苏电信手机可选包套餐

目录图表 13 中国联通宽带用户数

目录图表 14 中国移动部分家庭信息化新产品和业务

目录图表 15 家庭信息化业务价值链模型

目录图表 17 广州区域居民对数字家庭期待的功能

目录图表 18 家庭信息化市场竞争形式预测

目录图表 19 中国电信家庭业务SWOT预测及应对战略

目录图表 20 中国移动家庭业务SWOT预测及应对战略

目录图表 21 中国联通家庭业务SWOT预测及应对战略

目录图表 22 三家营销商综合实力与家庭业务市场地位预测

目录图表 23 中国移动家庭信息化业务策略定位

目录图表 24 中国电信家庭信息化业务策略定位

目录图表 25 中国联通家庭信息化业务策略定位

目录图表 26 广州区域居民对电信“我的E家”产品了解情况

目录图表 27 广东移动家庭信息化业务营销系统

目录图表 28 广州区域居民对数字家庭fuwu的认知

目录图表 29 用户体验设计管理金字塔

目录图表 30 广州区域居民对宽带业务的认知渠道

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/152470.html>