

2013-2017年中国数字家庭 综合服务及全业务套餐市场深度评估及发展趋势调查报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2013-2017年中国数字家庭综合服务及全业务套餐市场深度评估及发展趋势调查报告》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.bosidata.com/tongxun1502/831984YD3E.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2026-05-09

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

随着电信业重组完成、3G牌照的颁发，重组后的中国电信、中国移动、中国联通成为具有固定电话、手机、固定宽带及移动宽带的全业务运营商，中国电信业进入一个全新时代——全业务运营时代。从某种意义上来说，三大运营商站在了同一起跑线上。国内三大电信运营商正从公司整合重组期迈向全业务运营初期，即全业务捆绑阶段，全业务竞争格局正逐渐形成。网络融合、业务融合及终端融合作为未来发展的大趋势以为产业内企业广泛认可。在融合的大趋势下，运营商根据个人用户不同方面需求提供多种可供选择业务的运营模式在提升用户体验度及粘度方面将受到巨大的挑战。而家庭作为社会最重要的组成单元，多个人的消费选择常常起到决定性的作用。各大运营商在这种趋势下，纷纷把目光从满足个人的需求转变到满足个人所在家庭的整体需求的视角下满足个人需求，并开始设计相应的融合业务及产品。而家庭用户的需求与个人用户需求是有很大差异的，这就使得精确了解把握家庭用户需求成为运营商的头等大事。

博思数据发布的《2013-2017年中国数字家庭综合服务及全业务套餐市场深度评估及发展趋势调查报告》共十章。首先介绍了中国数字家庭综合服务及全业务套餐行业市场发展环境、中国数字家庭综合服务及全业务套餐整体运行态势等，接着分析了中国数字家庭综合服务及全业务套餐行业市场运行的现状，然后介绍了中国数字家庭综合服务及全业务套餐市场竞争格局。随后，报告对中国数字家庭综合服务及全业务套餐做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国数字家庭综合服务及全业务套餐行业发展趋势与投资预测。您若想对数字家庭综合服务及全业务套餐产业有个系统的了解或者想投资数字家庭综合服务及全业务套餐行业，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监测数据，企业数据主要来自于国家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。

第一章 2012年中国家庭通信行业市场运行展环境分析

第一节 2012年中国家庭通信经济环境环境分析

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、2013年中国家庭通信经济发展预测分析

第二节 2012年中国家庭通信政策环境分析

一、《2006-2020年国家信息化发展战略》

二、《国民经济和社会发展信息化“十二五”规划》

三、《“十一五”时期广播影视科技发展规划》

第二章 2012年中国家庭信息化业务运行透析

第一节 2012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 2012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 2012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 2012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 2012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 2012年中国家庭基础通信状况分析

第一节 2012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 2012年中国家庭信息化综合需求分析

第一节 2012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 2012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 2012年中国家庭通信竞争力分析

第一节 2012年中国家庭通信运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 2012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

第八章 2012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 2013-2017年中国家庭综合需求及套餐业务发展趋势分析

第一节 2013-2017年中国家庭套餐业务用户需求趋势

第二节 2013-2017年中国家庭套餐业务市场潜力分析

第三节 2013-2017年中国家庭信息化全业务竞争趋势分析

第四节 专家对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 2013-2017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：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：略……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tongxun1502/831984YD3E.html>