

2012-2016年中国宽带市场分析与投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年中国宽带市场分析与投资战略研究报告》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/104373.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

2010年我国宽带市场总体规模将达到2215亿元，是2004年的5.7倍，这当中蕴含着巨大的发展潜力。目前，我国已拥有世界第一的网民数和宽带用户数，但用户基数的庞大仍然使中国的宽带成为一个新兴市场，在快速成长的同时还存在着巨大的发展空间。去年，我国成功超越美国成为全球宽带用户数最多的国家，但宽带普及率仅为6%，家庭普及率也尚不足20%。在我国的经济发达地区，宽带的使用日益普及，给用户带来了前所未有的网络应用体验。但是在中小城市、农村等经济欠发达地区，宽带的应用仍然没有普及，尤其是在农村地区，宽带网络还需加大普及力度。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国宽带市场分析与投资战略研究报告》共十六章。首先介绍了中国宽带行业的概念，接着分析了中国宽带行业发展环境，然后对中国宽带行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国宽带行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国宽带行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

第一章 全球化中的中国宽带市场概述

第一节 宽带阐述

- 一、中国宽带市场在全球市场中的地位 i
- 二、全球化中的亚欧宽带政策差异分析
- 三、宽带移动通信的全球化竞争分析

第二节 宽带接入技术

- 一、DSL
- 二、VDSL
- 三、Cable Modem
- 四、光纤接入网
- 五、ISDN
- 六、ADSL

第三节 中国宽带产业价值链分析

- 一、宽带价值链的形成
- 二、电信产业价值链
- 三、运营商价值链模式
- 四、电信价值链整合与赢利

第二章 2011-2012年全球化中的宽带国际市场运行分析

第一节 2011-2012年国际环境对宽带市场的影响

第二节 2011-2012年全球DSL成为宽带接入的主流

一、全球市场规模

二、普及率

第三节 2011-2012年全球CABLE MODEM运行分析

一、CABLE MODEM业务市场份额

二、CABLE MODEM业务价格

三、CABLE MODEM用户的ARPU值分析

第四节 光纤市场分析

第五节 韩国宽带市场分析

第六节 日本宽带市场分析

第七节 欧盟宽带市场分析

第八节 美国宽带市场分析

第十节 美日宽带比较

第三章 2011-2012年中国宽带产业运行环境解析

第一节 2011-2012年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2011-2012年中国宽带市场政策环境分析

一、光纤宽带接入定价监管趋于明朗

二、《互联网出版管理暂行规定》

三、相关产业法律法规

第三节 2011-2012年中国宽带市场政策环境分析

一、中国人口规模及学历结构分析

二、中国电脑及网络普及情况分析

第四章 2011-2012年中国宽带市场运行态势分析

第一节 2011-2012年中国宽带市场综述

一、宽带用户及网民规模

二、DSL市场规模

三、ADSL特点

四、目前宽带用户选择因素

第二节 宽带市场发展规律分析

- 一、传统宽带运营商发展轨迹及其规律
- 二、宽带业务的市场周期规律分析
- 三、主要的宽带内容类型

第三节 2011-2012年中国宽带业务运行透析

- 一、宽带市场规模
- 二、宽带市场地区分布
- 三、目前宽带用户选择因素
- 四、宽带运营商发展业务的重点

第四节 2011-2012年中国主流宽带接入方式分析

第五节 2011-2012年中国宽带接入市场发展中的问题

- 一、宽带内容同质化由来已久
- 二、宽带发展减缓原因分析
- 三、解决宽带内容瓶颈的根本途径

第五章 2011-2012年中国LAN业务发展中的问题及策略分析

第一节 影响LAN业务发展的主要问题

- 一、网络质量、服务质量和资费
- 二、网络安全问题
- 三、不规范的价格竞争
- 四、排他性协议的不公平竞争

第二节 宽带运营商经营策略转变及建议分析

- 一、宽带竞争升级，竞争方式分析
- 二、用户群细分分析
- 三、服务转变分析
- 四、宽带内容与应用策略分析
- 五、具体建议

第六章 2011-2012年中国互联网业务动态分析

第一节 2011-2012年中国互联网运行概述

- 一、中国互联网产业发展现状及特点
- 二、中国互联网用户年规模
- 三、互联网用户消费分析

第二节 2011-2012年中国互联网络深度剖析

- 一、网民人数
- 二、域名数
- 三、网站数

四、网络国际出口带宽数

五、IP地址数

六、网民特性分析

第三节 2011-2012年中国互联网产业面临的问题与应对

一、互联网产业发展问题

二、互联网产业发展政策思考

三、互联网在中国的应用和管制

第七章 2011-2012年中国宽带内容市场的主要参与者

第一节 内容集成商

一、宽带运营商经营宽带内容分析

二、驻地网运营商

三、门户网站运营商

第二节 内容提供商

一、国内ICP发展历程

二、国内ICP赢利模式

第八章 2011-2012年中国宽带内容市场热点探析

第一节 网络游戏

一、我国网络游戏产业地域特点

二、中国网游用户规模

三、网络游戏对宽带产业的影响

第二节 网络教育

一、中国网络教育市场开始快速增长

二、中国网络教育用户规模持续增长

三、中国网络远程教育市场年产值过亿

四、中国网络教育对宽带需求及影响分析

第三节 可视通信业务

一、视频通信竞争性分析

二、视频通信需求分析

三、宽带视频业务未来发展

第四节 多媒体广告

一、多媒体广告的内容

二、宽带与广告关系

三、宽带网络广告的特性

第九章 2011-2012年中国WLAN业务市场透析

第一节 2011-2012年中国WLAN业务运行环境分析

一、WLAN应用环境分析

二、市场拉动与阻碍因素

第二节 2011-2012年国内WLAN市场销售与竞争分析

一、销售情况

二、市场竞争分析

第三节 2011-2012年国内WLAN产品用户综合分析

一、用户区域分布分析

二、产品用户综合分析

第四节 2011-2012年国内主要运营商WLAN业务市场竞争分析

一、中国网通WLAN业务开展现状

二、中国移动WLAN业务开展现状

三、中国电信WLAN业务开展现状

第十章 2011-2012年中国LAN业务运营主体分析

第一节 运营主体在价值链中的位置

第二节 基础电信运营商分析

一、中国电信

二、中国网通

第三节 驻地网运营商-长城宽带

一、长城宽带LAN接入方式

二、长城宽带与其他运营商LAN接入业务比较

第十一章 2011-2012年中国应用LAN组网方案分析

第一节 针对不同用户的组网方案

一、商业应用

二、住宅、小区应用

三、酒店、宾馆客房提供快速上网服务

四、LAN—TO—LAN互联方案

第二节 LAN 与ADSL组网方案比较

一、LAN与ADSL比较

二、光纤+LAN与ADSL比较

第十二章 2011-2012年中国宽带产业价值链分析

第一节 电信产业价值链现状剖析及发展建议

一、“超市”体系下的电信产业价值链

二、电信产业价值链所面临的问题

三、电信产业价值链的发展建议

第二节 电信运营商价值链模式比较

- 一、电信产业价值链的裂变
- 二、四大通信运营商的数据服务价值链及其比较
- 三、电信运营商价值链应该注意的问题

第三节 电信价值链整合中的赢利模式透析

- 一、电信产业发展趋势
- 二、电信价值链与“配电盘”赢利模式
- 三、电信价值链整合的价值和意义

第十三章 2011-2012年中国宽带接入技术分析

第一节 DSL（数字用户线）技术

- 一、DSL技术
- 二、DSL技术的发展现状
- 三、DSL技术的发展趋势

第二节 CABLE MODEM（电缆调制解调器）技术

- 一、CABLE MODEM分析
- 二、CABLE MODEM的种类
- 三、CABLE MODEM对有线电视网络资源的应用

第三节 以太网接入

- 一、以太网概述
- 二、以太网技术的应用及发展
- 三、千兆以太网技术应用现状及其发展趋势

第四节 光纤接入技术

- 一、充满前景的PON技术
- 二、宽带接入的先锋-EPON技术
- 三、GPON

四、三种PON的技术比较

第五节 WLAN（无线局域网）技术

- 一、WLAN相关概念
- 二、WLAN的优势
- 三、WLAN的应用

第六节 2011-2012年WLAN市场现状分析

- 一、WLAN国内市场现状
- 二、美国WLAN市场分析
- 三、运营商WLAN的客户群定位
- 四、运营商WLAN的合作模式
- 五、运营商WLAN的运营收费模式

第七节 PLC（电力线）接入

- 一、电力线通信的主要技术
- 二、电力线通信的网络结构模式
- 三、电力线通信的主要优劣势
- 四、电力线通信的市场前景

第十四章 2011-2012年中国宽带市场竞争态势分析

第一节 2011-2012年中国宽带业务市场竞争现状分析

- 一、宽带业务市场竞争格局
- 二、运营商之间的竞争分析
- 三、宽带市场赢利模式分析
- 四、各运营商宽带接入策略比较

第二节 2011-2012年中国宽带业务市场竞争策略分析

- 一、宽带业务的核心竞争力
- 二、宽带业务竞争策略
- 三、竞争焦点

第三节 2011-2012年中国宽带终端市场竞争分析

第四节 2011-2012年中国宽带市场竞争手段分析

第五节 2011-2012年中国宽带竞争过度防范

第十五章 2012-2016年中国宽带市场前景预测分析

第一节 2012-2016年中国宽带接入技术及产品趋势

- 一、宽带接入移动化
- 二、业务需求高带宽
- 三、宽带接入方式融合化
- 四、网络智能化发展
- 五、宽带接入产品全方位化

第二节 2012-2016年中国宽带市场预测分析

- 一、中国互联网用户规模预测
- 二、中国宽带家庭用户数量预测
- 三、中国互联网接入费用预测
- 四、WLAN市场市场预测
- 五、中国CRBT市场预测
- 六、数字音乐市场预测

第十六章 2012-2016年中国宽带业务发展战略分析

第一节 2012-2016年中国宽带业务发展策略研究

- 一、业务模式的创新

二、价格策略分析

三、内容和应用多样性分析

四、市场营销策略分析

第二节 电信、网通宽带策略比较

一、品牌发展策略

二、合作伙伴

图表目录：（部分）

图表：2009年美国网民的平均下载速率

图表：2009年第三季度全球宽带设备收入全球地区分布

图表：2009年日本宽带平均速率

图表：2009年日本宽带普及率

图表：2009日本的宽带用户总数

图表：2002-2009年日本宽带用户增长

图表：2003-2009美国宽带用户数发展

图表：美日宽带领导运营商宽带竞争策略布局表

图表：Comcast宽带新增用户来自DSL的比重，2006Q1-2008Q1

图表：2008年韩国高速网络用户

图表：2008世界十大宽带部署国

图表：2008全球分地区宽带一览及增长情况

图表：2009全球宽带技术市场份额

图表：2009年H1—2008年H1中国DSL用户数及增长率

图表：2009年H1—2008年H1中国DSL销售额及增长率

图表：中国各地区的ADSL市场份额

图表：传统宽带运营商成长轨迹

图表：AT&T成长轨迹

图表：FT成长轨迹

图表：用户选择宽带接入的第一要素

图表：用户认为宽带最具备的优势

图表：消费者将要接入的宽带网

图表：信息产业部受理的用户申诉分类统计

图表：用户投诉热点

图表：用户听说或使用过的宽带门户网站调查

图表：用户在门户网站消费情况调查

图表：用户在门户上进行的消费内容调查

图表：对门户网站用户满意度调查

图表：用户在门户网站上的月消费额调查

图表：用户对门户网站收费高低评价的调查

图表：用户喜欢的付费方式调查

图表：用户对宽带门户网站改进的意见调查

图表：用户希望宽带门户网站增加的内容调查

图表：2009年1季度中国网络游戏市场份额

图表：全球主要移动运营商开展的移动视频业务

图表：2006-2011美国手机多媒体广告市场预测

图表：市场拉动因素与阻碍因素对比分析

图表：2008年上半年中国WLAN市场规模

图表：ATM/FTTX + HomePNA 混合组网方案

图表：多个ADSL+ HomePNA

图表：DDN+HomePNA混合组网方案

图表：LAN—TO—LAN互联方案

图表 LAN 与其他接入方式比较

图表：ADSL宽带接入的层次结构

图表：FTTX+LAN宽带接入的层次结构

图表：电信产业价值链的演化

图表：电信运营商业务范围的变化

图表：移动梦网的价值链模式

图表：互联星空的价值模式

图表：移动、电信和联通价值链经营模式比较分析

图表：波特的价值系统

图表 配电盘”赢利模式的示意图

图表：各运营商优劣势比较

图表：其他运营商宽带接入策略比较

图表：2005-2011年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010.09-2011.09中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2011年中国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2011年中国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2010中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010.9-2011.9年中国工业增加值增速统计

图表：2005-2011年中国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2011年中国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：近期人民币汇率中间价（对美元）

图表：2010.9-2011.9中国货币供应量月度数据统计

图表：2005-2011年9月中国外汇储备走势图

图表：1990-2011年央行存款利率调整统计表

图表：1990-2011年央行贷款利率调整统计表

图表：中国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2011年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2011年中国货物进出口总额走势图

图表：2005-2011年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：1978-2009年中国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年中国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：2005-2010年中国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2010年中国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1990-2010年中国城镇化率走势图

图表：2005-2010年中国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2012-2016年中国宽带家庭用户数量预测

图表：2012-2016年美国互联网接入费用预测

图表：2012-2016年中国CRBT市场规模预测

通过《2012-2016年中国宽带市场分析与投资战略研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/104373.html>