

# 2017-2022年中国宽带市场深度调查及投资方向研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国宽带市场深度调查及投资方向研究报告》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/297427.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

宽带(英语：Broadband)在基本电子和电子通信上，是描述续号或者是电子线路包含或者是能够同时处理较宽的频率范围。宽带是一种相对的描述方式，频率的范围愈大，也就是带宽愈高时，能够发送的数据也相对增加。譬如说在无线电通信上，频率范围比较窄的讯只能发送摩尔斯电码，发送高质量的音乐就需要较大的带宽。电视天线的宽带代表能够接收数量较多的频道。在数据发送方面，同样是以电话线作为信号传递的介质，光纤电缆则愈来愈普及，调制解调器只能够每秒钟发送64Kbps的数据，宽带的ADSL和光纤Modem能够提供更高的发送速率。

目前移动互联网在发展中国家的增速达到两位数，普及率预计今年将达到41%，发达国家的比例已经高达90%。手机连接数量与M2M（机器-机器）连接的比率是22：1。但在部分国家，M2M普及程度已经比较高，最明显的瑞典，比率已经是2：1，新西兰和挪威也普及度较高。

全球接近1/2的人口使用互联网，但在最不发达国家使用互联网的人口仅占1/7。

2005-2016年全球各地区互联网用户数量：百万人

-

非洲

阿拉伯国家

亚太

独联体

欧洲

美洲

2005

17

26

344

29

277

316

2006

24

36

394

35

300

346  
2007  
29  
44  
503  
47  
340  
385  
2008  
45  
55  
615  
55  
368  
405  
2009  
58  
66  
726  
67  
388  
428  
2010  
77  
84  
873  
94  
410  
456  
2011  
100  
93  
989  
111  
419

483

2012

120

105

1,111

139

435

526

2013

147

118

1,230

153

447

541

2014

178

134

1,398

163

467

567

2015

210

148

1,557

173

479

613

2016E

240

161

1,724

188

499

647

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 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
- 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 2014-2016年全球化中的宽带国际市场运行分析

### 第一节 2014-2016年国际环境对宽带市场的影响

### 第二节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国宽带产业运行环境解析

#### 第一节 国内宏观经济环境分析

##### 一、GDP历史变动轨迹分析

2011- 2016年中国国内生产总值及其增长速度

##### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

##### 三、2016年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国宽带市场运行态势分析

#### 第一节 2014-2016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 2014-2016年中国宽带业务运行透析

##### 一、宽带市场规模

2010 年至 2015 年，我国互联网宽带用户数年均增长率达到

12.94%，远超出全球平均增长率；截至 2015 年末，我国宽带用户数超过 2 亿户，占全球用户总数的比重超过 1/4，位列全球第一。同期我国宽带接入端口平均增长率达到23.24%，一直保持较快的增长速度，截至 2015 年末接入端口数量超过 4.7 个，较上年增长 18.25%。2010-2015 年我国宽带接入用户及接入端口增长情况如图所示：2010-2015 年宽带接入用户及接入端口增长情况

## 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 2014-2016年中国主流宽带接入方式分析

### 第五节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国互联网业务动态分析

### 第一节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国WLAN业务市场透析

### 第一节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国宽带市场竞争态势分析

### 第一节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国宽带终端市场竞争分析

### 第四节 2014-2016年中国宽带市场竞争手段分析

### 第五节 2014-2016年中国宽带竞争过度防范

## 第十五章 2017-2022年中国宽带市场前景预测分析

### 第一节 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022年中国宽带业务发展战略分析

### 第一节 2017-2022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

### 部分图表目录：

- 图表：2016年美国网民的平均下载速率
- 图表：2016年全球宽带设备收入全球地区分布
- 图表：2016年日本宽带平均速率
- 图表：2016年日本宽带普及率
- 图表：2016日本的宽带用户总数
- 图表：2002-2016年日本宽带用户增长
- 图表：2003-2016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，2006Q1-2014Q1
- 图表：2016年韩国高速网络用户
- 图表：2014世界十大宽带部署国
- 图表：2016年全球分地区宽带一览及增长情况
- 图表：2016全球宽带技术市场份额
- 图表：2014-2016年中国DSL用户数及增长率
- 图表：2014-2016年中国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

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/297427.html>