|  |
| --- |
| [2024版中国宽带市场调研与发展前景预测报告](https://www.20087.com/M_ITTongXun/60/KuanDaiHangYeYanJiuFenXi.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2024版中国宽带市场调研与发展前景预测报告](https://www.20087.com/M_ITTongXun/60/KuanDaiHangYeYanJiuFenXi.html) |
| 报告编号： | 1A63160　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8800 元　　纸介＋电子版：9000 元 |
| 优惠价： | 电子版：7800 元　　纸介＋电子版：8100 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/M_ITTongXun/60/KuanDaiHangYeYanJiuFenXi.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　宽带网络作为信息社会的基础设施，近年来在全球范围内实现了跨越式发展。随着光纤入户、5G网络的普及，宽带网络的速度、覆盖范围、服务质量显著提升，为远程办公、在线教育、高清视频、智能家庭等应用场景提供了有力支撑。同时，宽带网络的建设推动了数字鸿沟的缩小，促进了偏远地区和农村地区的信息化发展，增强了社会的包容性和公平性。此外，宽带网络的商业化进程加快，通过宽带套餐、内容捆绑、增值服务，运营商实现了收入结构的多元化。  
　　未来，宽带网络的发展将更加注重高速度、广覆盖和智能化。一方面，宽带网络将加强与新技术的融合，如Wi-Fi 6、卫星互联网、边缘计算，实现更高速、更广覆盖、更低延迟的网络连接，满足未来社会的数字化、智能化需求。另一方面，宽带网络将深化与行业应用的结合，通过智能网关、物联网平台、云服务，提供从连接到计算、存储、分析的全栈式服务，推动传统产业的数字化转型。同时，宽带网络将加强与政府、企业、社区的合作，通过智慧城市、数字乡村、智慧教育等项目，促进数字技术在公共服务和社会治理中的广泛应用，提升社会的整体智能化水平。  
  
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、CABLEMODEM  
　　　　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 2024-2030年全球化中的宽带国际市场运行分析  
　　第一节 2024-2030年国际环境对宽带市场的影响  
　　第二节 2024-2030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 2024-2030年全球CABLEMODEM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  
　　欧洲、中东和非洲市场在持续增长，而亚太区目前是全球光纤网络市场销售最佳的地区，主要受益于中国市场的有效带动。全球FTTH用户数达到1931万，增长了20.3%，预计全球光纤用户将达到2350万户。  
　　到，全球光纤网络市场规模将增长至200亿美元，同期复合年增长率为5%。蜂窝站的连接线路和骨干网络是光纤网络市场主要的投资动力。该趋势在可预见的未来将会持续下去。  
　　2024-2030年全球光纤用户规模增长统计  
　　随着光纤入户的规模建设，入户难题越来越明显，集中表现为布线困难、现有光纤抗弯曲能力弱。在这种情况下，迫切需要更高性能光纤以应对入户难题。康宁并没有停滞不前，相反仍然持续地大力投入新产品的研发如Corning ClearCurve的单模和多模抗弯光纤产品系列以及Corning SMF-28 ULL-全球损耗最低的陆基光纤。这些创新的产品顺应了网络设计发展的潮流，帮助客户解决了面临的难题，同时也对客户所在国家的基础建设做出了贡献并惠及到所有的普通公民。  
　　第五节 韩国宽带市场分析  
　　韩国宽带用户发展起步于前后，年是其宽带用户数发展最快时期。至，其宽带用户数达1791万，用户渗透率37%，家庭渗透率超96%。由于韩国人口密度大，城市化水平高，且政府集中投资力度大，其新增宽带用户数发展呈现急涨急跌的特点。宽带发展初期，、年新增宽带用户数分别为360 万、390 万、270万；但爆发性高速发展后，发展空间大幅缩小，此后几年，新增用户数迅速回落，年均不足100 万。  
　　韩国宽带市场在接入方式上展现了良好的竞争性，DSL、Cable、FTTx 发展均衡。前，DSL与Cable 作为二大主要竞争方式。后，FTTx 得到快速发展。至，FTTx 用户占比已达52%，大幅高于DSL 的21%。  
　　值得一提的是，韩国政府在颁布的《年广播通信网中长期发展计划》中提出，投资325 亿美元，在前实现60%有线电话IP 化，普及VoIP 网络电话。至，针对韩国国内1400 万用户提供50～100Mb 有线上网服务，后建造超高速宽带网络，提供1Gb 有线上网服务。  
　　统计资料显示，韩国宽带用户规模达到1819万户，同比增长1.54%，预计韩国宽带用户规模约为1847万户。  
　　2024-2030年韩国宽带用户规模增长统计  
　　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 2024-2030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  
　　　　二、固定资产投资历史变动轨迹分析  
　　　　三、2024年中国宏观经济发展预测分析  
　　第二节 2024-2030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  
　　　　　　1、工信部《关于推进光纤宽带网络建设的意见》  
　　　　　　2、工信部《关于推进第三代移动通信网络建设的意见》  
　　　　　　3、“十一五”期间通信产业发展思路和重点发展领域  
　　　　　　4、《电子信息产业调整和振兴规划》的政策措施  
　　　　　　5、“村村通电话”工程和“信息下乡”活动相关措施  
　　　　　　6、TD-SCDMA发展政策措施  
　　　　　　7、国家电信业“十四五”规划前期预研重点研究课题  
　　第三节 2024-2030年中国宽带市场政策环境分析  
　　　　一、中国人口规模 学历结构分析  
　　　　二、中国电脑及网络普及情况分析  
　　　　截至，我国网民规模达6.18亿，全年共计新增网民5358万人。互联网普及率为45.8%，较底提升3.7个百分点，整体网民规模增速保持放缓的态势。  
　　　　近来年，中国网民规模增长主要源于以下四个方面因素：第一，中国政府在信息化领域制定了一系列政策方针并持续加强基础网络设施建设，为互联网接入提供较好的网络基础条件；第二，运营商和各大厂商积极推动互联网应用发展，加快网络应用对社会生活的渗透，如打车、支付等应用与线下结合紧密，吸引更多人使用互联网；第三，传统媒体和新媒体的联动加强，提升整体社会对互联网的认知，促使更多人使用互联网；第四，网络应用的社交性和即时沟通的便捷性，在增加网民使用黏性的同时加大了网民对非网民同伴的连带影响，促进非网民向网民转化。这一系列因素共同推动互联网用户规模的增长，尤其推动了手机网民规模的持续增加。中国新增网民中使用手机上网的比例高达73.3%，高于其他设备的使用比例，这意味着手机依然是中国网民增长的主要驱动力。  
　　　　随着互联网普及率的逐渐饱和，中国互联网的发展主题已经从“普及率提升”转换到“使用程度加深”，而近几年的政策和环境变化也对互联网使用深度的提升提供有力保障：首先，国家政策支持，2013年国务发布《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》，说明了互联网在整体经济社会的地位；其次，互联网与传统经济结合越加紧密，如购物、物流、支付乃至金融等方面均有良好应用；再次，互联网应用塑造全新的社会生活形态，对人们日常生活中的衣食住行均有较大改变。  
　　　　2013年新增网民上网使用设备情况  
　　　　2013年，我国各省市网民规模均有一定幅度增长，中国大陆31个省、直辖市、自治区中网民数量超过千万规模的省份已达25个，网民普及率超过全国平均水平的省份达13个，相比增加了青海和河北两省，网民普及率分别为47.8%和46.5%。  
　　　　2013年我国互联网发展地域性差异仍然存在，北京、上海、广东等省市的互联网普及率相对较高，超过65%，而江西、云南、贵州等省份的互联网普及率则相对较低，均不到33%。，江西、云南、贵州、河南等互联网普及率相对较低的省份，互联网网民规模增速最快，而北京、上海、广东等互联网普及率相对较高的省份，互联网网民增速则有所放缓。未来，随着互联网设备的不断普及与宽带网络计划的加大推进，我国互联网发展的地域差异也将进一步减少。  
　　　　2024-2030年中国内地各省（市、自治区）网民规模和互联网普及率  
  
第四章 2024-2030年中国宽带市场供需分析  
　　第一节 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030年中国主流宽带接入方式分析  
　　第五节 2024-2030年中国宽带接入市场发展中存在的问题  
　　　　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 2024-2030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 2024-2030年中国互联网业务动态分析  
　　第一节 2024-2030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 2024-2030年中国互联网络深度剖析  
　　　　一、网民人数  
　　　　　　（一）新增网民及非网民情况分析  
　　　　　　随着互联网普及率的逐渐饱和，中国互联网的发展主题已经从“普及率提升”转换到“使用程度加深”，而近几年的政策和环境变化也对互联网使用深度的提升提供有力保障：首先，国家政策支持，2013年国务发布《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》，说明了互联网在整体经济社会的地位；其次，互联网与传统经济结合越加紧密，如购物、物流、支付乃至金融等方面均有良好应用；再次，互联网应用塑造全新的社会生活形态，对人们日常生活中的衣食住行均有较大改变。  
　　　　　　新增网民上网设备使用情况  
　　　　　　对非网民未来上网意愿进行分析显示：非网民中表示半年内肯定上网或可能上网的比例为11.9%，与底基本持平，说明非网民中原本就有上网意向的潜在网民已逐步完成向网民的转变；非网民中未来不一定/说不清是否上网的比例为13.7%，相比底有所上升，肯定不上/可能不上的比例则有所下降，说明非网民中倾向不上网的用户开始逐渐改变其上网意向，这部分人也将成为下一阶段互联网网民规模增长的重要来源。  
　　　　　　非网民未来上网意向  
　　　　　　互联网基础设施建设的逐步完善、网络接入便利性以及上网终端费用的逐步下降，使网络设备和网络条件等影响非网民上网的因素比重不断减少，而“年龄太大/太小”及“不懂电脑和网络”这两个因素比重则不断增大，这种情况一方面说明未来互联网的普及难度加大，在易转化人群中已逐步达到饱和，另一方面说明ICT（Information Communication Technology）使用能力依然是互联网深入普及的重点，未来还应进一步加大互联网教育普及。  
　　　　　　未来，手机上网依然是带动中国网民增长的重要因素。手机相对电脑的技术门槛更低，是互联网向农村地区、低收入群体渗透的重要途径。在手机上网普及过程中，运营商的推动作用还将继续存在，通过网络套餐和3G号码的推广宣传活动促进手机用户向手机网民用户的转换。  
　　　　　　尤其针对农村等相对落后地区居民，在加大手机上网宣传的同时还应开发更多和农村生活相关联的应用，提高农村居民对互联网的兴趣，从而促进其对互联网的使用。  
　　　　　　非网民不使用互联网的原因  
　　　　　　2013年8月1日，国务院印发《“宽带中国”战略及实施方案》，强调加强战略引导和系统部署，推动我国宽带基础设施快速健康发展，加大光纤到户、农村宽带进入乡村、公益机构宽带接入力度。可以预见，未来基础网络设施建设还将继续加强，网络基础设施服务能力也将进一步提升，全方位多维度的网络接入支持将推动中国网民规模的持续增长和网络应用的普及深化，促进我国互联网的技术发展与应用创新。  
　　　　　　（二）手机网民规模  
　　　　　　截至，我国手机网民规模达5亿，较底增加8009万人，网民中使用手机上网的人群占比由底的74.5%提升至81.0%，手机网民规模继续保持稳定增长。  
　　　　　　手机网民规模的持续增长，一方面得益于3G的普及、无线网络的发展和智能手机的价格持续走低，为手机上网奠定了较好的使用基础，促进网民对各类手机应用的使用，尤其为网络接入、终端获取受限的人群提供接入互联网的可能。根据工信部公布的数据，至10月，我国智能手机出货量达到3.48亿部，销量保持快速增长；G移动电话用户达3.86亿户，较上年同期增长1.54亿户。另一方面得益于手机应用服务的多样性和深入性，尤其是新型即时通信工具和生活类应用的推动下，手机上网对日常生活的渗透进一步加大，在满足网民多元化生活需求的同时提升了手机网民的上网黏性。  
　　　　　　在智能终端快速普及、电信运营商网络资费下调和Wi-Fi覆盖逐渐全面的情况下，手机上网成为互联网发展的主要动力，不仅推动了中国互联网的普及，更催生出更多新的应用模式，重构了传统行业的业务模式，带来互联网经济规模的迅猛增长。  
　　　　　　手机网民规模  
　　　　　　（三）农村网民规模  
　　　　　　截至，我国网民中农村人口占比28.6%，规模达1.77亿，相比增长2101万人。，农村网民规模的增长速度为13.5%，城镇网民规模的增长速度为8.0%，城乡网民规模的差距继续缩小。  
　　　　　　中国网民城乡结构  
　　　　　　近年来，随着中国城镇化进程的推进，我国农村人口在总体人口中的占比持续下降，但我国农村网民在总体网民中的占比却保持上升，反映出农村互联网普及工作的成效。，中国农村互联网普及率为27.5%，延续了的增长态势，城乡互联网普及差距进一步减少，农村地区依然是目前中国网民规模增长的重要动力。  
　　　　　　中国城乡居民互联网普及率和城镇化进程  
　　　　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 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030年中国WLAN业务市场透析  
　　第一节 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030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 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 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 2024-2030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 CAMBLEMODEM（电缆调制解调器）技术  
　　　　一、CAMBLEMODEM分析  
　　　　二、CABLEMODEM的种类  
　　　　三、CABLEMODEM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 2024-2030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 2024-2030年中国宽带市场竞争格局分析  
　　第一节 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030年中国宽带终端市场竞争分析  
　　第四节 2024-2030年中国宽带市场竞争手段分析  
　　第五节 2024-2030年中国宽带竞争过度防范  
  
第十五章 2024-2030年中国宽带市场趋势分析  
　　第一节 2024-2030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 2024-2030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市场预测  
　　　　五、中国CRBT市场预测  
　　　　六、数字音乐市场预测  
  
第十六章 2024-2030年中国宽带业务发展战略分析  
　　第一节 2024-2030年中国宽带业务投资策略研究  
　　　　一、业务模式的创新  
　　　　二、价格策略分析  
　　　　三、内容应用多样性分析  
　　　　四、市场营销策略分析  
　　第二节 (中⋅智⋅林)济研：电信、网通宽带策略比较  
　　　　一、品牌投资策略  
　　　　二、合作伙伴  
略……

了解《[2024版中国宽带市场调研与发展前景预测报告](https://www.20087.com/M_ITTongXun/60/KuanDaiHangYeYanJiuFenXi.html)》，报告编号：1A63160，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/M_ITTongXun/60/KuanDaiHangYeYanJiuFenXi.html>

热点：普通宽带、宽带测速、宽带入口、宽带哪家好、宽带官方网站、宽带业务办理、宽带官网、宽带通、网络宽带

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！