

2014-2018年中国WLAN (无线局域网)设备市场专项调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2018年中国WLAN（无线局域网）设备市场专项调研与投资前景研究报告》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.cction.com/report/201312/100791.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

无线局域网(Wireless Local Area Networks ; WLAN)是相当便利的数据传输系统，它利用射频 (Radio Frequency ; RF) 的技术，取代旧式碍手碍脚的双绞铜线 (Coaxial) 所构成的局域网，使得无线局域网能利用简单的存取架构让用户透过它，达到“信息随身化、便利走天下”的理想境界。

局域网络管理的主要工作之一就是铺设电缆或是检查电缆是否断线这种耗时的工作，很容易令人烦躁，也不容易在短时间内找出断线所在。再者，由于配合企业及应用环境不断的更新与发展，原有的企业网络必须配合重新布局，需要重新安装网络线路。虽然电缆本身并不贵，可是请技术人员来配线的成本很高，尤其是老旧的大楼，配线工程费用就更高了。因此，架设无线局域网就成为最佳解决方案。

无线局域网拓扑结构概述：基于IEEE802.11标准的无线局域网允许在局域网络环境中使用可以不必授权的ISM频段中的2.4GHz或5GHz射频波段进行无线连接。它们被广泛应用，从家庭到企业再到Internet接入热点。

无线局域网简单的家庭无线LAN，简单的家庭无线WLAN：在家庭无线局域网最通用和最便宜的例子，如图1所示，一台设备作为防火墙，路由器，交换机和无线接入点。这些无线路由器可以提供广泛的功能，例如：保护家庭网络远离外界的入侵。允许共享一个ISP (Internet 服务提供商) 的单一IP地址。可为4台计算机提供有线以太网服务，但是也可以和另一个以太网交换机或集线器进行扩展。为多个无线计算机作一个无线接入点。通常基本模块提供2.4GHz802.11b/g操作的Wi-Fi，而更高端模块将提供双波段Wi-Fi或高速MIMO性能。

双波段接入点提供2.4GHz802.11b/g/n和5.8GHz802.11a性能，而MIMO接入点在2.4GHz范围中可使用多个射频以提高性能。双波段接入点本质上是两个接入点为一体并可以同时提供两个非干扰频率，而更新的MIMO设备在2.4GHz范围或更高的范围提高了速度。2.4GHz范围经常拥挤不堪而且由于成本问题，厂商避开了双波段MIMO设备。双波段设备不具有最高性能或范围，但是允许你在相对不那么拥挤的5.8GHz范围操作，并且如果两个设备在不同的波段，允许它们同时全速操作。家庭网络中的例子并不常见。该拓扑费用更高但是提供了更强的灵活性。路由器和无线设备可能不提供高级用户希望的所有特性。在这个配置中，此类接入点的费用可能会超过一个相当的路由器和AP一体机的价格，归因于市场中这种产品较少，因为多数人喜欢组合功能。一些人需要更高的终端路由器和交换机，因为这些设备具有诸如带宽控制，千兆以太网这样的特性，以及具有允许他们拥有需要的灵活性的标准设计。

第一章 2012年全球WLAN市场概况 12

1.1 WLAN技术应用概述 12

1.2 全球WLAN产业结构 24

1.3 全球WLAN市场规模 24

1.4 主要国家与地区 25

第二章 2012年中国WLAN产业发展概况 26

2.1 中国WLAN产业环境概述 26

2.2 中国WLAN产业结构 27

2.3 中国WLAN产业市场规模 27

2.4 中国WLAN产业发展趋势 28

第三章 2012年WLAN设备概述 31

3.1 WLAN设备的种类及特征 31

3.2 WLAN设备细分 31

3.2.1 无线网卡 31

3.2.2 无线AP 32

3.2.3 无线天线 32

第四章 2012年国外WLAN设备市场发展现状 33

4.1 国外WLAN设备市场概况 33

4.2 国外WLAN设备市场规模 34

4.3 主要地区WLAN设备市场发展分析 35

4.3.1 北美 35

4.3.2 欧洲 36

4.3.3 亚太 37

第五章 2012年中国WLAN设备市场发展现状 38

5.1 中国WLAN设备市场发展影响因素分析 38

5.1.1 驱动因素 38

5.1.2 阻碍因素 38

5.2 中国WLAN设备市场结构分析 39

5.3 中国WLAN设备市场规模 39

5.4 中国WLAN设备市场发展中的问题及应对策略 40

第六章 2012年中国WLAN设备细分市场发展分析 42

6.1 家用市场发展现状 42

6.1.1 影响因素 42

6.1.2 市场规模 44

6.1.3 发展趋势 44

6.1.4 竞争分析 45

6.2 商用市场发展现状 45

6.2.1 影响因素 45

6.2.2 市场规模 50

6.2.3 发展趋势 50

6.2.4 竞争分析 51

第七章 2012年中国WLAN设备细分市场发展分析 52

7.1 中国无线局域网市场-总体市场份额 52

7.2 中国无线局域网市场-运营市场份额 52

7.3 不同区域的市场份额 53

7.3.1 东北地区调查 53

7.3.2 西南地区调查 53

7.3.3 华北及西北地区调查 54

7.3.4 华南地区调查 54

7.3.5 华东区调查 55

第八章 2012年运营商WLAN设备集采分析 56

8.1 中国移动 56

8.1.1 WLAN发展战略 56

8.1.2 集采设备类别及规模 56

8.1.3 发展趋势 57

8.2 中国联通 58

8.2.1 WLAN发展战略 58

8.2.2 集采设备类别及规模 58

8.2.3 发展趋势 59

8.3 中国电信 59

8.3.1 WLAN发展战略 59

8.3.2集采设备类别及规模 60

8.3.3发展趋势 60

第九章 2012年主要WLAN设备提供商分析 62

9.1 摩托罗拉 62

9.1.1市场现状 62

9.1.2产品战略 62

9.1.3运营模式 63

9.1.4 SWOT分析 64

9.2 朗讯 65

9.2.1市场现状 65

9.2.2产品战略 66

9.2.3运营模式 66

9.2.4 SWOT分析 68

9.3 思科 68

9.3.1市场现状 68

9.3.2产品战略 68

9.3.3运营模式 69

9.3.4 SWOT分析 70

9.4 华为 71

9.4.1市场现状 71

9.4.2产品战略 72

9.4.3运营模式 72

9.4.4 SWOT分析 72

9.5 中兴 76

9.5.1市场现状 76

9.5.2产品战略 76

9.5.3运营模式 76

9.5.4 SWOT分析 78

9.6 大唐电信 78

9.6.1	市场现状	78
9.6.2	产品战略	79
9.6.3	运营模式	79
9.6.4	SWOT分析	83
9.7	华三通信	83
9.7.1	市场现状	83
9.7.2	产品战略	83
9.7.3	运营模式	84
9.7.4	SWOT分析	84
9.8	国人通信	87
9.8.1	市场现状	87
9.8.2	产品战略	87
9.8.3	运营模式	88
9.8.4	SWOT分析	88
9.9	星网锐捷	90
9.9.1	公司简介	90
9.9.2	公司发展现状	90
9.10	傲天动联	93
9.10.1	公司简介	93
9.10.2	公司发展现状	94
9.11	高通	96
9.11.1	公司简介	96
9.11.2	公司发展现状	97
9.11.3	公司商业模式	98

第十章 2012年中国WLAN用户需求分析 100

10.1	品牌倾向	100
10.2	产品功能	100
10.3	价格期望	101
10.4	促销推广	102
10.5	购买渠道	102
10.6	服务体验	102

第十一章 2014-2018年中国WLAN设备市场发展预测 104

11.1 中国WLAN设备市场结构预测 104

11.1.1 设备市场 104

11.1.2 业务市场 104

11.2 中国WLAN设备市场规模预测 105

11.2.1 区域结构 105

11.2.2 垂直结构 106

11.2.3 平行结构 106

11.2.4 渠道结构 107

第十二章 中国WLAN设备市场前景、挑战及对策 110

12.1 无线局域网产品和技术趋势 110

12.2 无线局域网价格未来走势 111

12.3 无线局域网服务趋势研究 111

12.4 新兴市场以及未来前景 112

12.5 供应商面临的挑战与机遇 113

12.6 推动下一代无线局域网发展进程 117

第十三章 中国WLAN设备市场发展策略建议 122

13.1 市场策略建议 122

13.2 产品策略建议 123

13.3 投资建议 124

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201312/100791.html>