

2023-2029年中国家庭互联网市场评估与市场年度调研报告

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

《2023-2029年中国家庭互联网市场评估与市场年度调研报告》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/202303/345520.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

家庭互联网（Home Internet），以电视、冰箱、空调为主要承载，立足家庭应用环境，以人为中心，重新定义电视、冰箱、空调等多终端的功能，及各终端间的广泛互联和智能协同。从而在全新商业模式的牵引下产生一套完整的技术架构和生态系统，为消费者创造越来越自在、越来越舒适、越来越简单的家庭生活。互联网经历三个阶段：传统互联网以电脑为中心，联接一台台的电脑；移动互联网以手机为中心，联接一台台的智能手机；进入家庭互联网时代，联接的不单是电视，而是电视、冰箱、空调、手机等整套家电产品，家电产品之间可以进行信息共享，同时由物为节点上升到以人为中心的同代或纵带亲情关系的延生。中企顾问网发布的《2023-2029年中国家庭互联网市场评估与市场年度调研报告》共十章。首先介绍了家庭互联网行业市场发展环境、家庭互联网整体运行态势等，接着分析了家庭互联网行业市场运行的现状，然后介绍了家庭互联网市场竞争格局。随后，报告对家庭互联网做了重点企业经营状况分析，最后分析了家庭互联网行业发展趋势与投资预测。您若想对家庭互联网产业有个系统的了解或者想投资家庭互联网行业，本报告是您不可或缺的重要工具。本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 家庭互联网相关概述第一节 家庭互联网的定义第二节 家庭互联网主要构成第三节 家庭互联网发展历程第二章 全球家庭互联网行业发展现状分析第一节 全球家庭互联网行业发展现状第二节 运营商在家庭互联网领域布局情况一、电信运营商在家庭互联网领域布局（一）AT&T（二）Verizon（三）NTT（四）西班牙电信（五）韩国电信KT二、有线运营商在家庭互联网领域布局（一）康卡斯特（二）歌华有线（三）重庆有线第三节 企业在家庭互联网领域布局情况一、互联网企业在家庭互联网领域布局（一）Google（二）微软（三）苹果（四）亚马逊（五）Netflix二、家电厂商在家庭互联网领域布局（一）三星（二）夏普第四节 全球家庭互联网发展趋势分析第三章 中国家庭互联网行业发展环境分析第一节 家庭互联网行业发展经济环境一、中国GDP增长情况分析二、工业经济发展形势分析三、社会固定资产投资分析四、全社会消费品零售总额五、全国居民收入增长分析六、居民消费价格变化分析七、对外贸易发展形势分析第二节 家庭互联网行业发展政策环境一、中国三网融合相关政策二、LTE FDD 4G牌照正式发放三、智能家居“十三五”规划四、加快推进国家信息化建设第三节 家庭互联网行业发展技术环境一、技术与协议标准分析二、有线技术优劣势分析三、无线技术优劣势分析第四节 2022年中国互联网环境分析一、总体网民规模二、手机网民规模三、农村网民规模四、非网民现状分析第四章 中

国家家庭互联网行业发展现状分析第一节 中国家庭互联网行业发展概况第二节 中国家庭互联网主要业务分析一、基础联网服务二、视频娱乐及垂直应用三、智能家居产品四、AI应用第三节 家庭互联网化让互联网重塑家庭一、家庭成员：发展能力与情感表达二、家庭行为：开放自主、节省时间三、基础设施：智能化、网络化发展第四节 中国OTT终端发展现状分析一、OTT政策进展情况（一）政策监管从宏观到细节（二）OTT内容服务正规军整顿（三）规范内容质量，标准同一（四）OTT仍可置身“政策洼地”二、OTT市场各运营商发展动态（一）OTT终端发布新品（二）视频媒体投资布局（三）牌照方开会联盟（四）代理公司竞争激烈三、OTT市场发展规模分析（一）OTT终端保有量（二）OTT终端激活规模（三）品牌OTT终端激活量第五节 三大运营商“智能机顶盒”招标情况 第五章 中国OTT盒子市场发展分析第一节 OTT盒子发展政策背景第二节 OTT盒子发展市场规模一、市场零售量规模二、市场价格变化情况三、行业集中度分析四、在售品牌数量五、在售机型数量第三节 产品结构升级发展一、四核盒子占据主流二、盒子芯片架构情况三、运行内存结构情况四、ROM(闪存)结构情况五、分辨率结构情况六、操作系统结构情况七、合作芯片商份额情况八、盒子主流芯片型号第四节 七大OTT牌照商发展情况第五节 OTT盒子发展规模预测第六章 家庭互联网行业发展动态及技术进展第一节 家庭互联网四大重要领域分析一、家庭娱乐二、智能家居三、智慧医疗四、大视频CDN第二节 CDN厂商抢占家庭互联网高地第三节 苏宁PPTV打造家庭互联网第一开放平台一、渠道+内容建立全产业联盟二、开放合作模式加速OTT市场布局第四节 中移动打造家庭互联网咪咕学堂TV版一、品牌内容互动体验打造“家校共育”二、大屏优势让教育回归家庭三、推动全民阅读和终身学习第五节 智能家庭联网技术发展分析一、联网技术标准发展概况二、Homeplug AV产品发展三、MoCA技术发展及部署情况四、G.hn技术进展及优势分析五、WLAN发展关键技术分析 第七章 中国互联网电视行业发展现状分析第一节 互联网电视行业发展背景一、政策背景二、社会经济背景三、技术趋势四、用户驱动力第二节 中国互联网电视行业现状一、行业发展规模二、行业发展特征第三节 互联网电视用户行为分析一、用户硬件选择及使用行为二、用户网络视频观看行为三、用户应用使用行为分析第四节 互联网电视核心企业分析一、终端生产企业（一）乐视（二）风行（三）极米无屏电视二、互联网内容企业（一）爱奇艺（二）腾讯视频 第八章 中国物联网行业发展现状分析第一节 全球物联网发展总体态势一、全球物联网发展进入新阶段二、物联网突破创新和加速推广三、各国力争塑造国际竞争优势第二节 产业重大进展和生态构建情况一、平台功能和服务模式不断完善二、技术发展提升物联网连接能力三、操作系统面向可伸缩、互通性四、传感及芯片产业技术变革加剧五、物联网规模化发展和有序竞争六、物联网产业生态构建进入关键期第三节 中国互联网发展现状分析一、互联网的资源规模二、网络经济发展分析三、网络应用发展情况第四节 中国物联网行业发展现状

一、政策接力布局推进顶层设计不断完善二、应用深化为产业结构调整提供新动能三、创新持续推进，产业能力逐步提升四、我国物联网进入产业生态构建新阶段第五节 中国物联网面临的挑战和发展方向一、物联网发展面临的主要挑战二、我国物联网未来发展方向分析 第九章 中国家庭互联网行业主要竞争企业第一节 电信运营商一、中国移动二、中国电信三、中国联通第二节 主要有线运营商一、歌华有线二、重庆有线第三节 主要OTT牌照商一、未来电视二、CIBN互联网电视三、银河互联网电视四、百视通五、芒果TV六、华数传媒七、南方新媒体第四节 主要互联网企业一、腾讯二、阿里三、小米第五节 主要家电厂商一、TCL二、长虹三、美的 第十章 2023-2029年中国家庭互联网行业发展前景分析第一节 家庭互联网行业发展环境分析第二节 家庭互联网行业发展面临挑战第三节 家庭互联网行业发展趋势分析第四节 家庭互联网行业发展前景分析第五节 运营商家庭互联网发展建议一、继续改善家庭网络质量二、占据家庭互联网业务重要节点三、推广家庭互联网业务体验式营销四、加强装维队伍建设和激励

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202303/345520.html>