

2024-2030年中国信息消费 行业前景展望与投资前景报告

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

《2024-2030年中国信息消费行业前景展望与投资前景报告》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/202401/434048.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国信息消费行业前景展望与投资前景报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录：第一章 信息消费

相关概述 1.1 信息消费概念界定 1.1.1 信息消费的内涵 1.1.2 信息消费的分类 1.1.3 信息消费的层次 1.2 信息消费的特点 1.2.1 网络化 1.2.2 数据化 1.2.3 碎片化 1.2.4 耦合性 1.2.5 关联性 1.3 信息消费的功能 1.3.1 信息消费具有巨大经济效益 1.3.2 信息消费改变了消费和社交方式 1.3.3 信息消费的社会福利功能 1.4 信息消费产业链分析 1.4.1 产业链简介 1.4.2 基础设施层 1.4.3 设备层 1.4.4 平台和应用层 第二章 中国信息消费产业发展环境分析

2.1 国际环境分析 2.1.1 中外信息消费水平比较 2.1.2 信息消费蓬勃发展 2.1.3 发达国家信息消费规模 2.1.4 国外信息消费扶持政策 2.1.5 典型国家发展经验借鉴 2.2

经济环境分析 2.2.1 宏观经济状况 2.2.2 固定资产投资 2.2.3 工业经济运行 2.2.4 第三产业运行特征 2.2.5 经济运行趋势分析 2.3 消费环境分析 2.3.1 社会消费品零售规模 2.3.2 居民消费价格（CPI） 2.3.3 工业生产者价格（PPI） 2.3.4 城乡居民收入增长 2.3.5 居民消费理念 2.4 供需环境 2.4.1 人口规模 2.4.2 网民规模 2.4.3 互联网普及率 2.4.4 智能手机普及率 2.5 社会环境分析 2.5.1 新型城镇化建设 2.5.2 节能减排形势严峻 2.5.3 信息

消费引领产业转型 第三章 中国信息消费产业总体分析 3.1 中国信息消费产业运行状况 3.1.1 发展特征 3.1.2 产业规模 3.1.3 产业融合 3.1.4 发展机遇 3.1.5 市场隐忧 3.2 中国电子信息产业规模分析 3.2.1 收入规模 3.2.2 经济效益 3.2.3 投资规模 3.2.4 进出口规模 3.2.5 产业结构调整 3.2.6 科研创新 3.3 中国通信产业规模分析 3.3.1 收入规模 3.3.2 用户规模 3.3.3 业务规模 3.3.4 投资规模 3.3.5 区域发展 3.4 中国信息消费试点城市分析

3.4.1 我国启动信息消费城市试点 3.4.2 首批信息消费试点城市名单 3.4.3 首批试点信息消费城市建设进展 3.4.4 信息消费城市试点将持续推进 3.5 信息消费能力指标评价体系分析 3.5.1 信息消费能力构成要素 3.5.2 建立指标体系的原则 3.5.3 评价指标体系的内容 3.6

信息消费发展趋势分析 3.6.1 消费需求快速扩张 3.6.2 消费结构持续调整 3.6.3 消费行为渐趋多元化 3.6.4 消费方式渐趋移动化 第四章 中国信息产品消费业发展分析 4.1 中国智能终端市场发展综述 4.1.1 智能终端产品简述 4.1.2 智能终端市场规模 4.1.3 智能终端产品同质化 4.1.4 智能终端市场竞争格局 4.1.5 智能终端市场渐趋成熟 4.2 中国智能手机市场分析 4.2.1 智能手机市场规模 4.2.2 智能手机市场格局 4.2.3 智能手机市场结构分析

4.2.4 4G手机市场发展现状 4.2.5 智能手机市场同质化分析 4.2.6 智能手机市场发展趋势

4.3 平板电脑市场分析 4.3.1 平板电脑市场规模 4.3.2 平板电脑市场特征 4.3.3 平板电脑市场结构 4.3.4 平板电脑市场竞争格局 4.3.5 国产平板电脑市场分析 4.3.6 平板电脑市场趋势预测 4.4 智能电视市场分析 4.4.1 智能电视市场规模 4.4.2 智能电视市场特征 4.4.3 智能电视产业链分析 4.4.4 智能电视市场竞争格局 4.4.5 智能电视市场结构分析 4.4.6 智能电视商业模式分析 4.4.7 智能电视市场机遇与风险 4.5 智能穿戴设备市场分析 4.5.1 智能穿戴设备市场规模 4.5.2 智能穿戴设备竞争格局 4.5.3 智能穿戴设备产业链分析 4.5.4 智能穿戴设备投资机会 4.5.5 智能穿戴设备投资案例 4.5.6 智能穿戴设备风险因素 4.5.7 智能穿戴设备策略建议 4.5.8 智能穿戴设备市场前景 4.6 中国信息产品消费市场前景预测 4.6.1 市场趋势 4.6.2 融合趋势 4.6.3 需求前景 4.6.4 增长预期 第五章 中国信息服务业发展分析 5.1 中国信息服务业发展综述 5.1.1 产业规模 5.1.2 经济效益 5.1.3 运行特点 5.1.4 区域布局 5.1.5 标准化进程 5.1.6 风险因素分析 5.2 互联网接入服务市场分析 5.2.1 互联网接入服务的方式 5.2.2 互联网接入服务走向规范 5.2.3 移动互联网接入服务分析 5.2.4 互联网接入服务风险因素 5.2.5 宽带接入业务将向民资开放 5.3 中国移动互联网市场分析 5.3.1 生命周期 5.3.2 市场规模 5.3.3 产业格局 5.3.4 发展态势 5.3.5 应用业务 5.3.6 盈利模式 5.4 信息服务虚拟运营商市场分析 5.4.1 虚拟运营商简介 5.4.2 虚拟运营商产生背景 5.4.3 虚拟运营商牌照发放 5.4.4 虚拟运营商影响效应 5.4.5 虚拟运营商运行模式 5.4.6 虚拟运营商面临的挑战 5.5 信息技术外包服务市场分析 5.5.1 信息技术外包服务市场综述 5.5.2 信息技术外包服务市场规模 5.5.3 桌面IT外包服务市场特征 5.5.4 软件外包服务市场影响因素 5.5.5 信息技术外包服务市场趋势 5.6 中国信息服务消费市场前景预测 5.6.1 发展形势分析 5.6.2 未来发展趋势 5.6.3 市场规模预测 第六章 中国信息消费产业热点市场分析 6.1 物联网市场分析 6.1.1 物联网市场规模 6.1.2 物联网市场特征 6.1.3 物联网示范应用进展 6.1.4 物联网市场商业模式 6.1.5 物联网市场区域布局 6.1.6 物联网市场竞争结构 6.1.7 物联网市场发展趋势 6.2 云计算市场分析 6.2.1 云计算产业发展进程 6.2.2 云计算市场发展规模 6.2.3 云计算市场竞争格局 6.2.4 云计算市场需求分析 6.2.5 云计算市场运营商分析 6.2.6 公共云计算市场运行特征 6.2.7 云计算市场趋势及前景 6.3 大数据市场分析 6.3.1 大数据产业链简述 6.3.2 大数据市场发展规模 6.3.3 大数据市场需求分析 6.3.4 大数据商业模式分析 6.3.5 大数据产业区域发展 6.3.6 大数据市场竞争格局 6.3.7 大数据市场前景预测 6.4 移动支付市场分析 6.4.1 移动支付市场规模 6.4.2 移动支付市场格局 6.4.3 移动支付商业模式分析 6.4.4 第三方移动支付市场规模 6.4.5 移动支付市场风险及策略 6.4.6 移动支付市场前进预测 6.5 电子商务市场分析 6.5.1 电子商务市场规模 6.5.2 电子商务市场特征 6.5.3 网络购物市场结构分析 6.5.4 电子商务市场竞争格局 6.5.5 电子商务市场商业模式 6.5.6 电子商务市场前景展望 6.6 手机游戏市场分析

6.6.1 手机游戏市场规模 6.6.2 手机游戏市场格局 6.6.3 手机游戏产业链分析 6.6.4 手机游戏盈利模式分析 6.6.5 手机游戏市场交易分析 6.6.6 手机游戏市场4G机遇 6.6.7 手机游戏市场发展趋势 6.7 智能交通市场分析 6.7.1 智能交通发展阶段 6.7.2 智能交通市场规模 6.7.3 智能交通产业链分析 6.7.4 智能交通市场竞争格局 6.7.5 车联网市场投资机会 6.7.6 智能交通市场机遇及挑战 6.8 智能家居市场分析 6.8.1 智能家居市场特征 6.8.2 智能家居市场格局 6.8.3 智能家居市场价格分析 6.8.4 智能家居市场合作模式 6.8.5 智能家居市场竞争格局 6.8.6 智能家居市场需求分析 6.9 互联网金融市场分析 6.9.1 互联网金融市场规模 6.9.2 互联网金融市场特征 6.9.3 互联网金融市场竞争格局 6.9.4 互联网金融商业模式分析 6.9.5 互联网金融利益冲突分析 6.9.6 互联网金融发展前景预测 6.10 地理信息产业分析 6.10.1 地理信息产业规模 6.10.2 地理信息产业跨界融合 6.10.3 地理信息应用市场分析 6.10.4 地理信息产业商业模式分析 6.10.5 地理信息产业发展前景预测 第七章 重点区域信息消费产业分析 7.1 北京信息消费产业分析 7.1.1 产业规模 7.1.2 发展模式 7.1.3 投资动态 7.1.4 政策保障 7.1.5 前景展望 7.2 上海市信息消费产业分析 7.2.1 产业规模 7.2.2 发展模式 7.2.3 投资动态 7.2.4 政策保障 7.2.5 前景展望 7.3 天津市信息消费产业分析 7.3.1 产业规模 7.3.2 发展模式 7.3.3 投资动态 7.3.4 政策保障 7.3.5 前景展望 7.4 江苏省信息消费产业分析 7.4.1 产业规模 7.4.2 发展模式 7.4.3 投资动态 7.4.4 政策保障 7.4.5 前景展望 7.5 浙江省信息消费产业分析 7.5.1 产业规模 7.5.2 发展模式 7.5.3 投资动态 7.5.4 政策保障 7.5.5 前景展望 7.6 广东省信息消费产业分析 7.6.1 产业规模 7.6.2 发展模式 7.6.3 投资动态 7.6.4 政策保障 7.6.5 前景展望 7.7 湖南省信息消费产业分析 7.7.1 产业规模 7.7.2 发展模式 7.7.3 投资动态 7.7.4 政策保障 7.7.5 前景展望 7.8 四川省信息消费产业分析 7.8.1 产业规模 7.8.2 发展模式 7.8.3 投资动态 7.8.4 政策保障 7.8.5 前景展望 第八章 中国信息消费基础设施市场分析 8.1 中国信息基础设施建设进展 8.1.1 互联网宽带设施 8.1.2 移动电话网设施 8.1.3 网络国际出口设施 8.1.4 信息传输设施 8.2 宽带设施建设进展 8.2.1 宽带设施建设进展 8.2.2 宽带设施建设进展 8.2.3 宽带设施建设思路 8.2.4 国内宽带市场竞争格局 8.3 4G网络建设进展 8.3.1 我国发放首批4G牌照 8.3.2 我国4G网络投资规模 8.3.3 我国4G市场投资规模 8.3.4 4G网络推广面临的挑战 8.3.5 4G网络普及前景乐观 8.4 三网融合建设进展 8.4.1 三网融合发展历程 8.4.2 三网融合发展特征 8.4.3 三网融合区域推进格局 8.4.4 三网融合发展成果 8.4.5 2015三网融合取得新进展 8.5 北斗导航商用进展 8.5.1 北斗卫星导航系统介绍 8.5.2 北斗卫星导航系统发展历程 8.5.3 北斗导航系统应用市场规模 8.5.4 北斗导航卫星系统商用进展 8.5.5 北斗卫星导航系统民用提速 8.5.6 北斗导航卫星商用前景预测 8.6 互联网数据中心（IDC）市场分析 8.6.1 数据中心市场规模 8.6.2 数据中心发展特征 8.6.3 数据中心投资动态 8.6.4

数据中心市场趋势 8.6.5 数据中心前景预测 第九章 中国信息消费产业设备市场分析

9.1 中国通信设备行业发展综述 9.1.1 收入分析 9.1.2 效益分析 9.1.3 利润分析 9.1.4 固定投资分析 9.1.5 价格走势分析 9.2 移动通信基站设备市场分析 9.2.1 市场规模 9.2.2 区域格局 9.2.3 竞争形势 9.2.4 出口贸易 9.2.5 前景展望 9.3 移动芯片市场分析 9.3.1 市场规模 9.3.2 竞争格局 9.3.3 市场调整 9.3.4 投资机会 9.3.5 风险因素 9.3.6 投资建议

9.4 光纤设备市场分析 9.4.1 发展现状 9.4.2 市场规模 9.4.3 竞争格局 9.4.4 发展策略 9.4.5 前景展望 9.5 视频监控系统市场分析 9.5.1 发展综述 9.5.2 市场扩张 9.5.3 竞争态势 9.5.4 网络视频监控 9.5.5 手机视频监控 9.5.6 发展趋势分析 9.6 综合布线系统市场分析 9.6.1 市场机遇 9.6.2 竞争格局 9.6.3 供应商分析 9.6.4 应用需求 9.6.5 运营模式 9.6.6 前景展望

第十章 中国信息消费者行为分析 10.1 中国智能手机消费者行为分析 10.1.1 消费者属性分析 10.1.2 消费行为特征分析 10.1.3 手机视频用户特点 10.1.4 手机阅读用户特征 10.2 中国平板电脑消费者行为分析 10.2.1 消费主体特征分析 10.2.2 用户生活形态分析 10.2.3 品牌偏好度分析 10.2.4 尺寸偏好度分析 10.3 中国移动互联网用户分析 10.3.1 用户属性分析 10.3.2 用户行为分析 10.3.3 用户使用终端分析 10.4 中国移动支付用户分析 10.4.1 用户属性分析 10.4.2 用户行为分析 10.4.3 影响因素分析 10.5 中国网购消费者行为分析 10.5.1 消费者属性分析 10.5.2 消费行为分析 10.5.3 消费态度分析 10.5.4 消费满意度分析

第十一章 中国信息消费市场典型外资企业分析 11.1 苹果 11.1.1 企业简介 11.1.2 经营状况 11.1.3 业务布局 11.1.4 竞争优势 11.1.5 在华发展 11.2 三星 11.2.1 企业简介 11.2.2 经营状况 11.2.3 产品创新 11.2.4 布局趋势 11.2.5 在华发展 11.3 HTC 11.3.1 企业简介 11.3.2 经营状况 11.3.3 产品创新 11.3.4 业务布局 11.3.5 在华发展 11.4 微软 11.4.1 企业简介 11.4.2 经营状况 11.4.3 业务布局 11.4.4 在华发展 11.5 Google 11.5.1 企业简介 11.5.2 经营状况 11.5.3 业务布局 11.5.4 在华发展 11.6 IBM 11.6.1 企业简介 11.6.2 经营状况 11.6.3 业务布局 11.6.4 在华发展 11.7 Intel 11.7.1 公司简介 11.7.2 经营状况 11.7.3 业务布局 11.7.4 在华发展 11.8 爱立信 11.8.1 公司简介 11.8.2 经营状况 11.8.3 业务布局 11.8.4 在华发展

第十二章 中国信息产品消费市场本土领先企业分析 12.1 华为技术有限公司 12.1.1 企业发展概况 12.1.2 经营状况分析 12.1.3 产品创新动态 12.1.4 风险因素分析 12.1.5 未来发展前景 12.2 中兴通讯股份有限公司 12.2.1 企业发展概况 12.2.2 经营状况分析 12.2.3 产品创新动态 12.2.4 风险因素分析 12.2.5 未来发展前景 12.3 联想控股股份有限公司 12.3.1 企业发展概况 12.3.2 经营状况分析 12.3.3 产品创新动态 12.3.4 风险因素分析 12.3.5 未来发展前景 12.4 宇龙计算机通信科技(深圳)有限公司(酷派) 12.4.1 企业发展概况 12.4.2 经营状况分析 12.4.3 产品创新动态 12.4.4 业务布局态势 12.4.5 未来发展前景 12.5 北京小米科技有限责任公司

12.5.1 企业发展概况 12.5.2 经营状况分析 12.5.3 企业销售模式 12.5.4 未来发展前景 12.6
珠海市魅族通讯设备有限公司 12.6.1 企业发展概况 12.6.2 产品创新动态 12.6.3 产品营
销策略 12.6.4 未来发展前景 12.7 广东步步高电子工业有限公司 12.7.1 企业发展概况
12.7.2 产品创新动态 12.7.3 产品营销策略 12.7.4 未来发展前景 第十三章 中国信息服
务内容提供商竞争力分析 13.1 中视传媒股份有限公司 13.1.1 企业发展概况 13.1.2 经营效
益分析 13.1.3 业务经营分析 13.1.4 财务状况分析 13.1.5 核心竞争力分析 13.1.6 未来前
景展望 13.2 乐视网信息技术(北京)股份有限公司 13.2.1 企业发展概况 13.2.2 经营效益分
析 13.2.3 业务经营分析 13.2.4 财务状况分析 13.2.5 核心竞争力分析 13.2.6 未来前景展
望 13.3 百视通新媒体股份有限公司 13.3.1 企业发展概况 13.3.2 经营效益分析 13.3.3 业
务经营分析 13.3.4 财务状况分析 13.3.5 核心竞争力分析 13.3.6 未来前景展望 13.4 新浪
公司 13.4.1 企业发展概况 13.4.2 经营效益分析 13.4.3 核心竞争力分析 13.4.4 未来前景
展望 13.5 搜狐集团 13.5.1 企业发展概况 13.5.2 经营状况分析 13.5.3 业务模式分析
13.5.4 核心竞争力分析 13.5.5 未来前景展望 13.6 阿里巴巴集团 13.6.1 企业发展概况
13.6.2 经营状况分析 13.6.3 财务状况分析 13.6.4 业务布局分析 13.6.5 核心竞争力分析
13.6.6 未来前景展望 13.7 焦点科技股份有限公司 13.7.1 企业发展概况 13.7.2 经营效益
分析 13.7.3 业务经营分析 13.7.4 财务状况分析 13.7.5 核心竞争力分析 13.7.6 未来前景
展望 13.8 浙江网盛生意宝股份有限公司 13.8.1 企业发展概况 13.8.2 经营效益分析 13.8.3
业务经营分析 13.8.4 财务状况分析 13.8.5 核心竞争力分析 13.8.6 未来前景展望 13.9
浙江核新同花顺网络信息股份有限公司 13.9.1 企业发展概况 13.9.2 经营效益分析 13.9.3
业务经营分析 13.9.4 财务状况分析 13.9.5 核心竞争力分析 13.9.6 未来前景展望 13.10
深圳中青宝互动网络股份有限公司 13.10.1 企业发展概况 13.10.2 经营效益分析 13.10.3 业
务经营分析 13.10.4 财务状况分析 13.10.5 核心竞争力分析 13.10.6 未来前景展望 第十
四章 中国信息服务网络运营商竞争力分析 14.1 中国移动通信集团公司 14.1.1 企业发展
概况 14.1.2 用户规模分析 14.1.3 企业经营状况 14.1.4 企业核心竞争力 14.1.5 业务布局
分析 14.1.6 未来发展前景 14.2 中国联合网络通信集团有限公司 14.2.1 企业发展概况
14.2.2 用户规模分析 14.2.3 企业经营状况 14.2.4 企业核心竞争力 14.2.5 业务布局分析
14.2.6 未来发展前景 14.3 中国电信集团公司 14.3.1 企业发展概况 14.3.2 用户规模分析
14.3.3 企业经营状况 14.3.4 企业核心竞争力 14.3.5 业务布局分析 14.3.6 未来发展前景
14.4 中国广播电视网络有限公司 14.4.1 企业发展概况 14.4.2 企业定位分析 14.4.3 核心
竞争力分析 14.4.4 风险因素分析 14.4.5 未来发展前景 14.5 陕西广电网络传媒(集团)股
份有限公司 14.5.1 企业发展概况 14.5.2 经营效益分析 14.5.3 业务经营分析 14.5.4 财务
状况分析 14.5.5 核心竞争力分析 14.5.6 未来前景展望 14.6 北京歌华有线电视网络股份有

限公司 14.6.1 企业发展概况 14.6.2 经营效益分析 14.6.3 业务经营分析 14.6.4 财务状况分析 14.6.5 核心竞争力分析 14.6.6 未来前景展望 14.7 深圳市天威视讯股份有限公司 14.7.1 企业发展概况 14.7.2 经营效益分析 14.7.3 业务经营分析 14.7.4 财务状况分析 14.7.5 核心竞争力分析 14.7.6 未来前景展望 第十五章 中国信息服务技术及设备提供商竞争力分析 15.1 大唐电信科技股份有限公司 15.1.1 企业发展概况 15.1.2 经营效益分析 15.1.3 业务经营分析 15.1.4 财务状况分析 15.1.5 核心竞争力分析 15.1.6 未来前景展望 15.2 烽火通信科技股份有限公司 15.2.1 企业发展概况 15.2.2 经营效益分析 15.2.3 业务经营分析 15.2.4 财务状况分析 15.2.5 核心竞争力分析 15.2.6 未来前景展望 15.3 同方股份有限公司 15.3.1 企业发展概况 15.3.2 经营效益分析 15.3.3 业务经营分析 15.3.4 财务状况分析 15.3.5 核心竞争力分析 15.3.6 未来前景展望 15.4 浙大网新科技股份有限公司 15.4.1 企业发展概况 15.4.2 经营效益分析 15.4.3 业务经营分析 15.4.4 财务状况分析 15.4.5 核心竞争力分析 15.4.6 未来前景展望 15.5 航天信息股份有限公司 15.5.1 企业发展概况 15.5.2 经营效益分析 15.5.3 业务经营分析 15.5.4 财务状况分析 15.5.5 核心竞争力分析 15.5.6 未来前景展望 15.6 亿阳信通股份有限公司 15.6.1 企业发展概况 15.6.2 经营效益分析 15.6.3 业务经营分析 15.6.4 财务状况分析 15.6.5 核心竞争力分析 15.6.6 未来前景展望 15.7 上海延华智能科技(集团)股份有限公司 15.7.1 企业发展概况 15.7.2 经营效益分析 15.7.3 业务经营分析 15.7.4 财务状况分析 15.7.5 核心竞争力分析 15.7.6 未来前景展望 15.8 深圳市同洲电子股份有限公司 15.8.1 企业发展概况 15.8.2 经营效益分析 15.8.3 业务经营分析 15.8.4 财务状况分析 15.8.5 核心竞争力分析 15.8.6 未来前景展望 15.9 杭州海康威视数字技术股份有限公司 15.9.1 企业发展概况 15.9.2 经营效益分析 15.9.3 业务经营分析 15.9.4 财务状况分析 15.9.5 核心竞争力分析 15.9.6 未来前景展望 15.10 杭州士兰微电子股份有限公司 15.10.1 企业发展概况 15.10.2 经营效益分析 15.10.3 业务经营分析 15.10.4 财务状况分析 15.10.5 核心竞争力分析 15.10.6 未来前景展望 第十六章 中国信息消费产业发展策略分析 16.1 中国信息消费存在的问题 16.1.1 信息消费水平不高 16.1.2 信息消费层次较低 16.1.3 信息消费者权益难以保障 16.2 制约信息消费产业发展的根源分析 16.2.1 信息化总体水平偏低 16.2.2 信息支付能力有限 16.2.3 国民信息素质亟待提升 16.2.4 信息消费相关法规尚未完善 16.3 促进信息消费产业发展的政策路径 16.3.1 提高收入水平 16.3.2 降低消费成本 16.3.3 完善基础设施 16.3.4 优化产业环境 16.3.5 提高信息素质 16.3.6 开展信息消费试点 16.4 发展信息消费推动地方经济转型的策略建议 16.4.1 立足地方经济发展特色信息产业 16.4.2 多措并举引导产业健康有序发展 16.4.3 改革创新建立良性竞争机制 16.4.4 打破壁垒促进产业融合 16.4.5 构建诚信公平的社会环境 16.5 信息消费试点城市申报指南 16.5.1 信息消费试点内容 16.5.2 试点城市申报

要求 16.5.3 试点城市申报流程 16.5.4 试点申报关键环节 第十七章 中国信息消费产业政策体系分析 17.1 《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》解读 17.1.1 意见全文 17.1.2 政策思路变化 17.1.3 向高层次市场发展 17.1.4 基础设施率先受益 17.1.5 产业链影响效应分析 17.1.6 不会抑制其他消费增长 17.2 中国通信行业改革动向分析 17.2.1 鼓励和引导民间资本进入电信业 17.2.2 民企获准参与移动通信转售业务 17.2.3 工信部调整运营商网间结算费 17.2.4 电信业务资费实行市场调节 17.2.5 民资在资本层面进入电信业 17.2.6 携号转网、混合所有制改革进展 17.2.7 网业分离成电信行业改革大势所趋 17.3 产业促进政策解读 17.3.1 工信部加强移动智能终端进网管理 17.3.2 光纤入户新规促进信息基础设施建设 17.3.3 “三网融合”向更高层次推进 17.3.4 智慧城市纳入新型城镇化规划 17.3.5 新政推进物联网有序健康发展 17.3.6 促进地理信息产业发展的意见 17.4 信息消费领域标准解读 17.4.1 智能电视行业标准 17.4.2 移动支付国家标准 17.4.3 物联网标准化进程 17.4.4 云计算标准草案形成 17.4.5 大数据交易行业规范 17.4.6 互联网接入服务规范 第十八章 中国信息消费产业未来发展规划 18.1 信息化发展规划 18.1.1 基本原则和发展目标 18.1.2 主要任务和发展重点 18.1.3 保障措施 18.2 信息产业发展规划 18.2.1 发展形势 18.2.2 总体要求 18.2.3 主要任务 18.2.4 发展重点 18.2.5 保障措施 18.3 互联网行业“十三五”发展规划 18.3.1 发展形势 18.3.2 总体要求 18.3.3 发展任务 18.3.4 保障措施 18.4 软件和信息技术服务业“十三五”发展规划 18.4.1 发展趋势和环境 18.4.2 发展思路及目标 18.4.3 发展重点 18.4.4 重大工程 18.4.5 保障措施 18.5 电子商务“十三五”发展规划 18.5.1 面临的形势 18.5.2 发展原则与目标 18.5.3 重点任务 18.5.4 政策措施 18.6 中国物联网“十三五”发展规划 18.6.1 面临形势 18.6.2 发展思路 18.6.3 主要任务 18.6.4 重点工程 略••••完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/434048.html>