

2023-2029年中国家庭互联网市场评估与投资分析报告

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投资分析报告》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/202307/382409.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投资分析报告》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 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+内容建立全产业链

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、技术趋势力

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/202307/382409.html>