



中国移动
China Mobile

Mobile Changes Life

核心商密

2017年3月各省家庭市场 重点指标点评

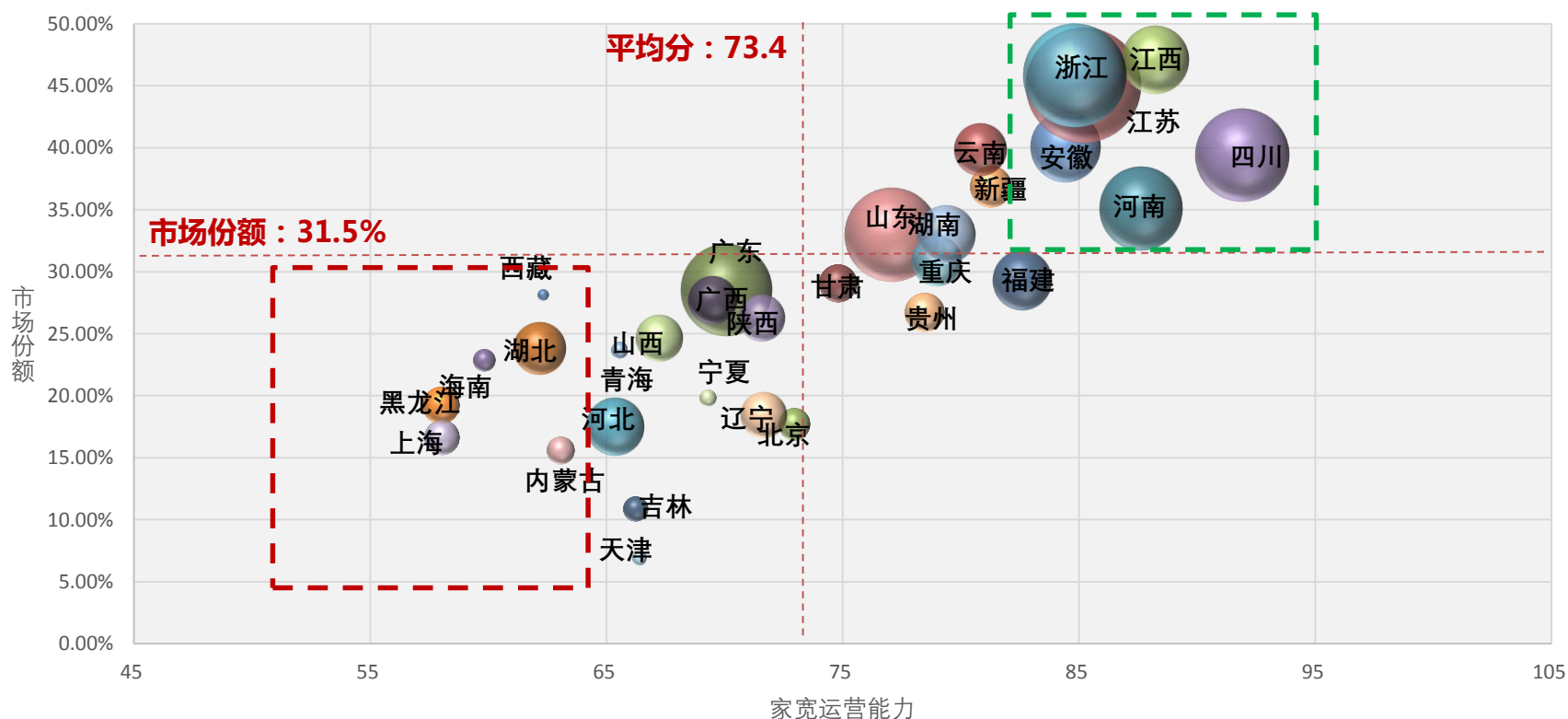
市场经营部

www.10086.cn

宽带发展运营能力整体提升，区域差异仍然存在

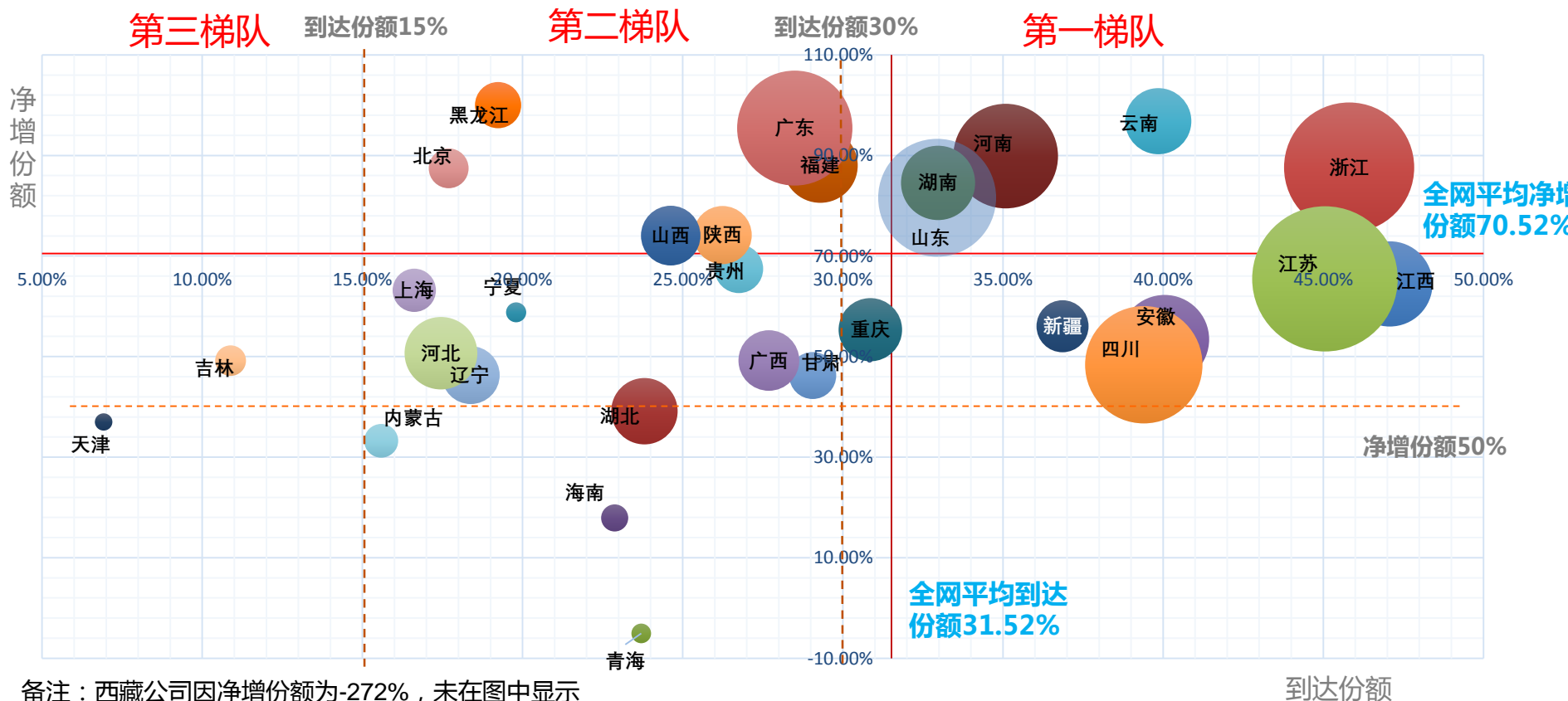
- 截至3月，全网家庭宽带客户数达到**8285万户**，其中，移动计费家庭宽带客户数为**8217万**，年累计净增**894万户**，年度目标完成率**35.8%**；魔百和用户到达**3214万户**，累计净增**641万户**，年度目标完成率**37.7%**
- 从3月份全网家庭业务运营能力、用户规模和到达份额三个维度来看，**四川、江西、江苏、浙江、河南、安徽**等省家庭宽带发展领先，**黑龙江、上海、海南、湖北、西藏、内蒙古**等省家庭宽带发展落后

3月宽带发展运营能力分布



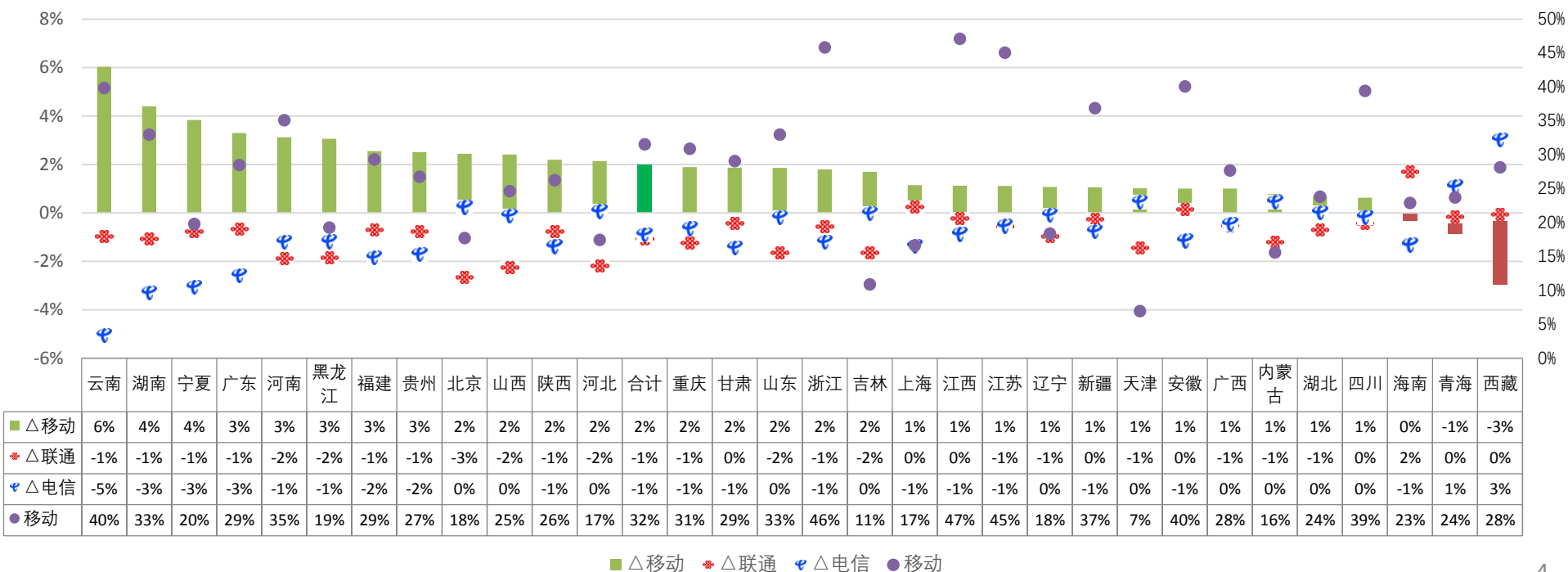
- 3月全网移动计费家庭宽带到达份额为**31.5%**（同比提升**8.1pp**），净增份额为**70.5%**（同比提升**8.4pp**）
- 根据全网2017Q1末到达和净增份额数据，对家宽发展三个梯队进行动态调整，共有**3个省**实现了一个季度内跨梯队的发展，其中，**湖南、重庆**公司从第二梯队调整至第一梯队，**内蒙古**公司从第三梯队调整至第二梯队；**西藏**公司净增份额下滑严重，从第一梯队回落至第二梯队。从三梯队数量分布以及对全网贡献的提升情况来看，全网宽带发展的均衡得到持续提升

宽带发展新三梯队（17Q1）



- 截至3月底，市场份额提升幅度高于全网平均水平的省公司共**12**家
- 中国电信家庭宽带市场份额为**43.3%**，较去年底**下降0.9pp**。其中，云南（-5.0pp）、湖南（-3.3pp）、宁夏（-3.1pp）降幅排名前三。然而，西部省份电信份额增长，涉及**西藏（+3.0pp）、青海（+1.1pp）**，与之相对的我司份额增长均为负值，**请西藏和青海公司高度关注**
- 中国联通家庭宽带市场份额为**25.2%**，较去年底**下降1.1pp**。其中，**北京（-2.7pp）、山西（-2.3pp）、河北（-2.2pp）**降幅排名前三。**海南联通份额增长1.7pp**，对应我司份额增长为负值，**请海南公司提高重视**

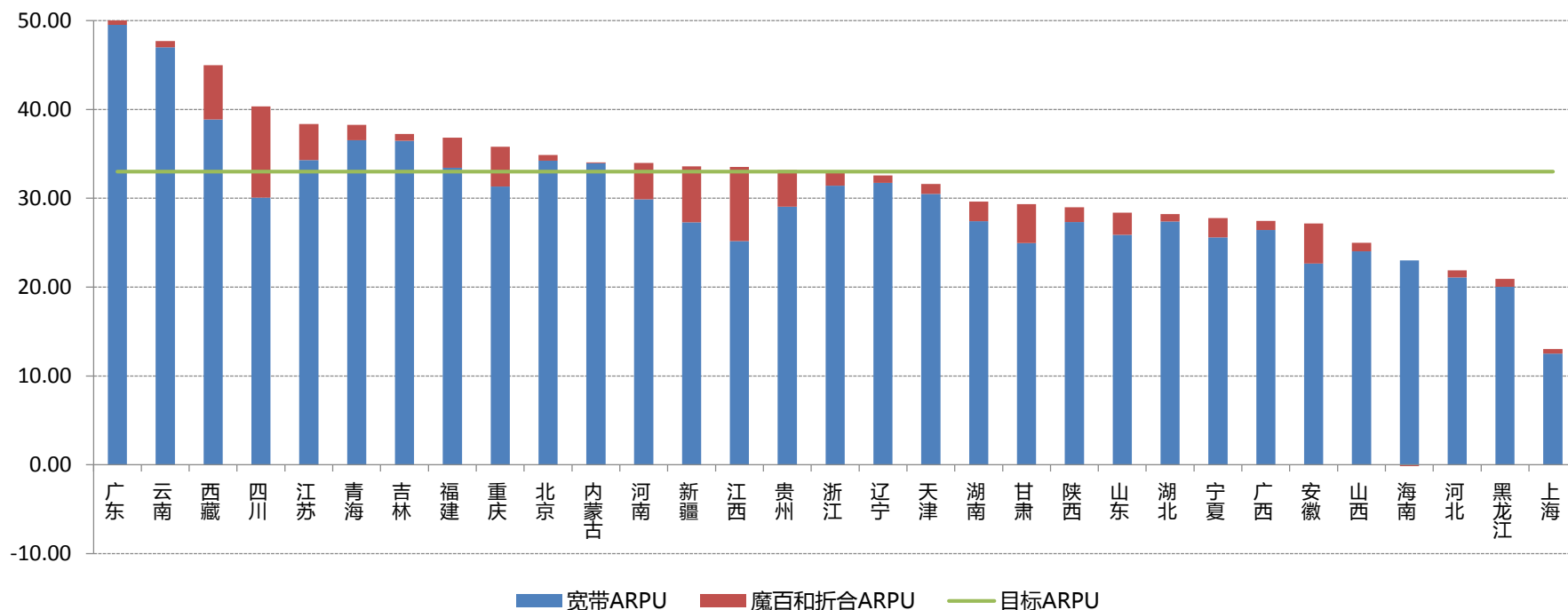
三家运营商家庭宽带市场份额变动



家庭宽带与魔百和合计ARPU略有提升

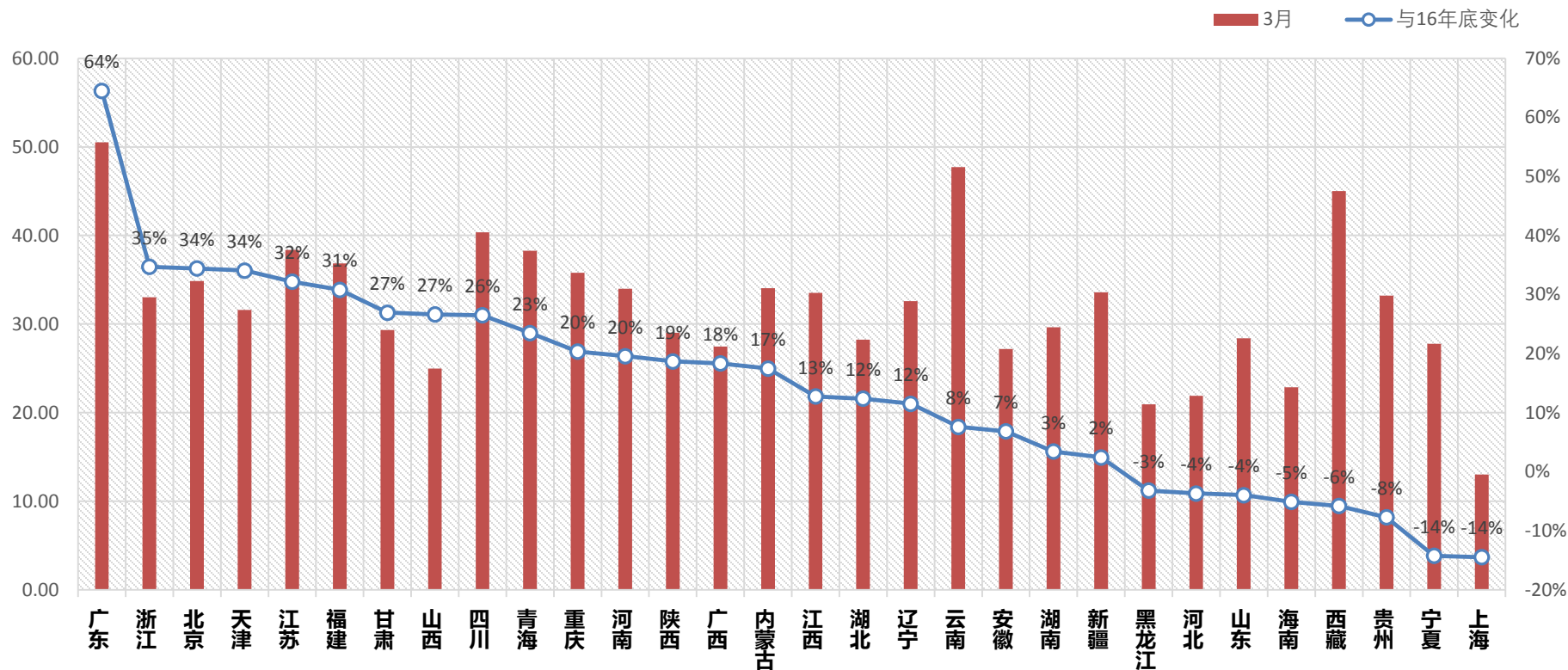
- 3月全网家庭宽带和魔百和合计月均ARPU为**34.3元**（环比提升1.1元，同比提升12.0元），其中家庭宽带科目ARPU**30.9元**，魔百和科目ARPU**11.6元**
- 广东、云南、西藏、四川、江苏、青海、吉林、福建、重庆、北京、内蒙古、河南、新疆、江西、贵州、浙江等16省月均ARPU值高于33元，上海月均ARPU值仅为13.0元
- 家庭宽带科目ARPU排名前三的省公司为**广东、云南、西藏**；魔百和科目ARPU排名前三的省公司为**西藏、四川、贵州**

3月各省宽带及魔百和月均ARPU



- **湖北、广东**公司的家庭业务合计月均ARPU环比提升超过20%，请注意价值的合理体现，避免数据波动过大
- 与16年底相比，**上海 (-14%)**、**宁夏 (-14%)**、**贵州 (-8%)**、**西藏 (-6%)**、**海南 (-5%)** 降幅超过5%，请上述省公司重点关注

3月各省ARPU与16年底变化情况

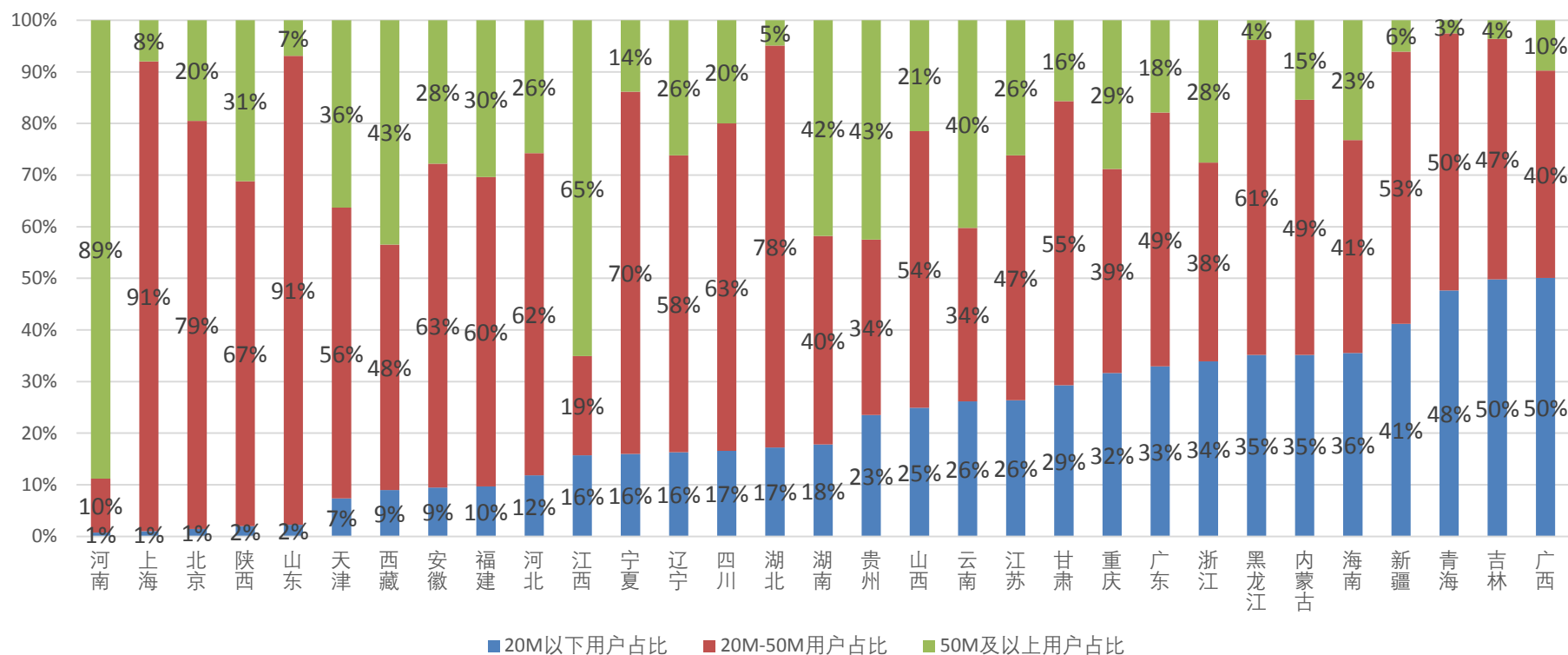


备注：吉林公司因16年底价值数据失真，未在图中显示

带宽结构持续改善，8成用户使用20M及以上带宽

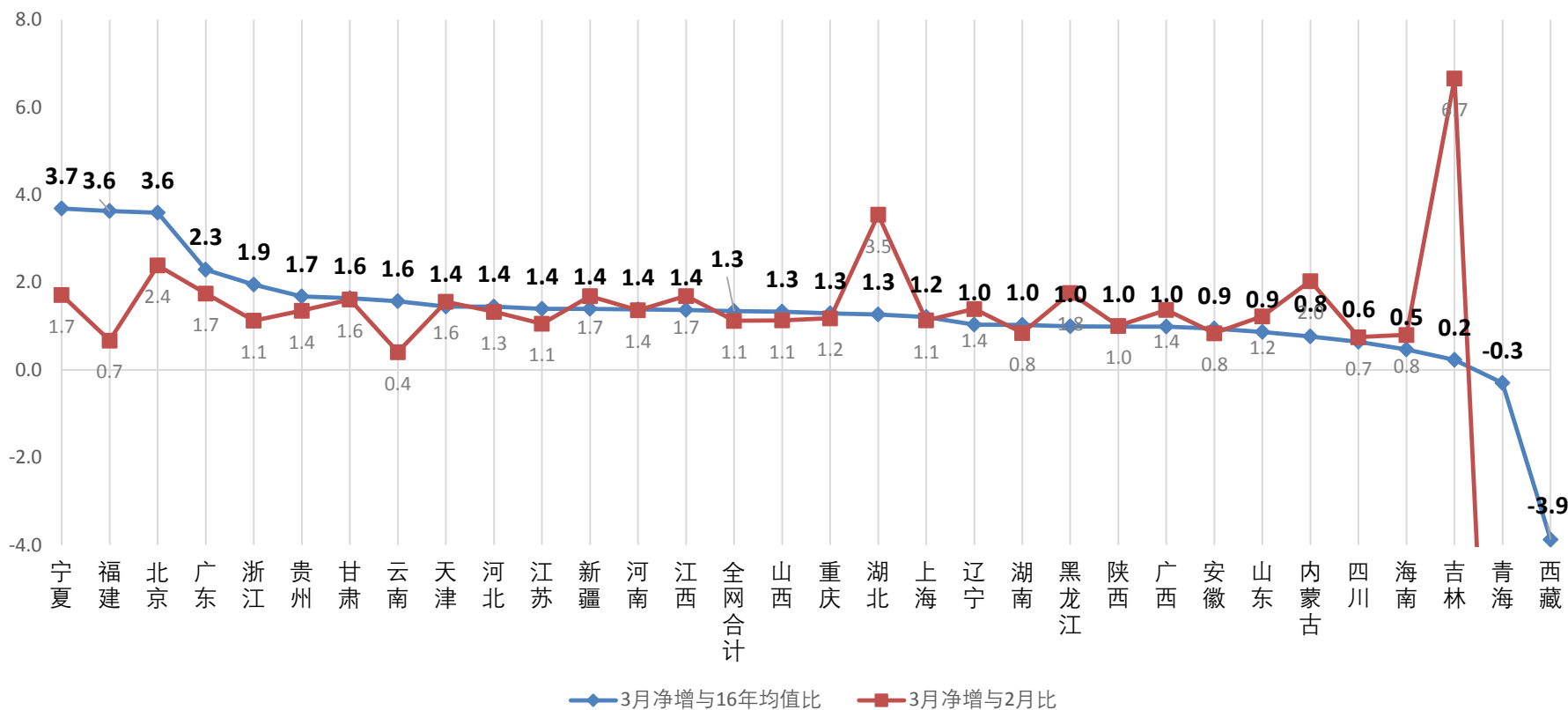
- 全网20M及以上用户占比为**83.5%**（同比提升**54.6pp**，环比提升**2.2pp**），50M及以上高带宽用户占比为**34.6%**（同比提升**31.3pp**，环比提升**3.8pp**）。**河南、上海、山东、陕西、北京、天津、福建、西藏、安徽、河北**等省20M及以上带宽用户占比已超过**90%**，用户占比较低的省公司为**广西、吉林、青海**
- 全网50M及以上带宽净增占比为**116.9%**，提升效果显著。其中，**天津、河南、四川**50M及以上带宽净增占比排名前三，**青海、吉林、西藏**排名后三

3月各省宽带用户带宽结构



- 全网家庭宽带3月月度净增较16年平均水平提升**35%**，同比提升**12%**
- 其中，**宁夏、福建、北京、广东**3月净增是16年均值的**2倍以上**；**西藏、青海、吉林**3月净增低于16年均值的**50%**

各省3月净增与16年月均值、2月净增比





中国移动
China Mobile

谢谢！

中国移动内部资料，
未经允许不得复制、转发、传播。