

2015-2022年中国消费电子 市场竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2022年中国消费电子市场竞争力分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/qtIT1509/P74380Q6ZT.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-09-08

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国消费电子市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十三章。报告介绍了消费电子行业相关概述、中国消费电子产业运行环境、分析了中国消费电子行业的现状、中国消费电子行业竞争格局、对中国消费电子行业做了重点企业经营状况分析及中国消费电子产业发展前景与投资预测。您若想对消费电子产业有个系统的了解或者想投资消费电子行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

消费电子是指围绕着消费者应用而设计的与生活、工作、娱乐息息相关的电子类产品，最终实现消费者自由选择资讯、享受娱乐的目的。消费电子终端设备产品属于人们日常消费的用品，对于消费者而言，消费电子产品的使用方便生活、增加乐趣、丰富娱乐、提升品质，消费电子产品已经成为现代人生活的重要组成部分。消费电子行业有以下主要特点：（1）技术和产品更新速度快，信息化、数字化、网络化以及信息技术融合并在消费电子产品中成功应用，从而不断催生出集合多种功能的产品。在快速的技术发展支持下，消费电子产品的品牌和数量迅速增长，竞争日趋激烈。（2）对研发设计要求较高，消费电子产品除了在价格上需要满足消费者的心理预期之外，需要在产品功能用途上紧跟市场趋势，并通过设计体现产品的品味、细节和用户体验。（3）消费者对价格变动敏感，基于消费电子产品更新换代的速度较快，以及消费者需求不断升级导致产品的生命周期不断缩短等因素，消费者对消费电子产品价格极其敏感。

2013年，全球消费电子产值较2012年增长约0.06%。从消费电子行业细分市场来看，2013年平板电视与平板电脑合计占整个市场份额的44.26%，是整个消费电子行业的重要组成部分。2013年，白色家电的产值依旧保持了增长，家用视听产品和数码产品的产值分别下降了4.9%和1.2%。2014年中国取代美国成为全球最大的消费电子市场，并且预计未来几年内市场规模将继续快速提高。

技术与商业模式是推动消费电子行业发展的两大驱动力。从技术层面看，随着无线、4G等技术的成熟，手机、电脑、电视以及其他电子设备逐步实现全面互联互通；从商业模式层面看，三网融合、移动互联网的不断成熟，社交网络、电子商务的兴起使消费者接触内容更加自由、便捷，消费电子行业的商业模式更加突出向消费者输送内容和服务的价值，而消费者对内容的需求又将进一步催生具有关键性变革的技术。消费电子行业的竞争日趋激烈，在推动了行业的资源整合的同时，也提高了外来企业进入消费电子行业的门槛，全球消费电子品牌的数量正在不断减少，品牌集中度和代工厂商集中度越来越高。

报告目录

第一部分 消费电子行业发展现状

第一章 消费电子概述

第一节 消费电子定义

第二节 消费电子行业发展历程

第三节 消费电子分类情况

第四节 消费电子产业链分析

一、产业链模型介绍

二、消费电子产业链模型分析

第二章 消费电子发展环境及政策分析

第一节 中国经济发展环境分析

一、宏观经济形势分析

二、中国宏观经济走势分析

三、中国宏观经济趋势预测

四、国际经济走势预测

第二节 行业相关政策、法规、标准

第三节 社会环境分析

一、我国居民收入状况

二、居民消费水平分析

三、社会商品零售状况

四、人口环境状况

第三章 中国消费电子生产现状分析

第一节 消费电子行业总体规模

第二节 消费电子产能概况

一、2013-2014年产能分析

二、2015-2022年产能预测

第三节 消费电子产量概况

一、2013-2014年产量分析

二、2015-2022年产量预测

第四节 消费电子产业的生命周期分析

第二部分 消费电子行业深度分析

第四章 消费电子国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 国内产品2012-2013年价格回顾

第二节 国内产品当前市场价格及评述

第三节 国内产品价格影响因素分析

第四节 2015-2022年国内产品未来价格走势预测

第五章 2013-2014年中国消费电子行业总体发展状况

第一节 中国消费电子行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

第二节 中国消费电子行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业产销情况分析

第三节 2013-2014年中国消费电子市场发展情况

第六章 2014年中国消费电子行业发展概况

第一节 2014年中国消费电子行业发展态势分析

第二节 2014年中国消费电子行业发展特点分析

第三节 2014年中国消费电子行业市场供需分析

第三部分 消费电子行业竞争格局

第七章 消费电子行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 消费电子市场竞争策略分析

一、消费电子市场增长潜力分析

二、消费电子产品竞争策略分析

三、典型企业产品竞争策略分析

第三节 消费电子企业竞争策略分析

一、2015-2022年我国消费电子市场竞争趋势

二、2015-2022年消费电子行业竞争格局展望

第八章 消费电子上游原材料供应状况分析

第一节 主要原材料

第二节 主要原材料2012-2014年价格及供应情况

第三节 2015-2022年主要原材料未来价格及供应情况预测

第九章 消费电子产业用户度分析

第一节 消费电子产业用户认知程度

第二节 消费电子产业用户关注因素

一、功能

二、质量

三、价格

四、外观

五、服务

第四部分 消费电子行业发展趋势

第十章 2015-2022年消费电子行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前消费电子存在的问题

第二节 消费电子未来发展预测分析

一、中国消费电子发展方向分析

二、2015-2022年中国消费电子行业发展规模

三、2015-2022年中国消费电子行业发展趋势预测

第三节 2015-2022年中国消费电子行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

第十一章 消费电子国内重点生产厂家分析

第一节 联想集团

一、企业简介

二、产品介绍

三、经营情况

四、未来发展趋势

第二节 华为技术有限公司

一、企业简介

二、产品介绍

三、经营情况

四、未来发展趋势

第三节 海尔集团

一、企业简介

二、产品介绍

三、经营情况

四、未来发展趋势

第四节 宇龙计算机通信科技（深圳）有限公司

一、企业简介

二、产品介绍

三、经营情况

四、未来发展趋势

第五节 TCL集团股份有限公司

一、企业简介

二、产品介绍

三、经营情况

四、未来发展趋势

第六节 福建新大陆电脑股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业发展能力分析
- 七、企业经营范围
- 八、企业最新发展动向分析
- 九、企业未来发展战略规划

第七节 大唐电信科技股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业发展能力分析
- 七、企业经营状况优劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析
- 九、企业未来发展战略规划

第八节 杭州海康威视数字技术股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业发展能力分析
- 七、企业经营状况优劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析
- 九、企业未来发展战略规划

第九节 深圳市科陆电子科技股份有限公司

- 一、企业基本情况

- 二、主要经济指标分析
 - 三、企业盈利能力分析
 - 四、企业运营能力分析
 - 五、企业偿债能力分析
 - 六、企业发展能力分析
 - 七、企业经营状况优劣势分析
 - 八、企业最新发展动向分析
 - 九、企业未来发展战略规划
- 第十节 广东安居宝数码科技股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业发展能力分析
- 七、企业经营状况优劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析
- 九、企业未来发展战略规划

第十二章 消费电子地区销售分析

- 第一节 消费电子各地区对比销售分析
- 第二节 消费电子华东市场销售分析
- 第三节 消费电子华南市场销售分析

第十三章 消费电子产品竞争力优势分析

- 第一节 整体产品竞争力评价
- 第二节 体产品竞争力评价结果分析
- 第三节 竞争优势评价及构建建议

图表目录：

图表：2013-2014年2季度国内生产总值及其增长速度

图表：2013-2014年7月我国宏观经济景气指数

图表：2013-2014年7月我国社会消费品零售总额及同比增速

图表：2008-2013年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2013-2014年7月我国利用外资情况

图表：2006-2013年我国货物进出口总额

图表：2013-2014年7月我国工业品出厂价格指数（PPI）情况

图表：2013-2014年1季度我国规模以上工业增加值增速

图表：2013年我国主要工业产品产量及其增长速度

图表：2013-2014年1季度我国全社会固定资产投资季度分布情况

图表：2006-2013年全社会固定资产投资及其增长速度

图表：2014年房地产行业实际产出下降10%对其他行业的影响程度

图表：消费电子行业相关政策和法规

图表：2006-2013年中国城镇居民人均收入及增长率

图表：2006-2013年中国农村居民人均收入及增长率

图表：2013-2014年7月我国居民消费价格指数（CPI）情况

图表：2008-2013年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2013年末人口数及其构成

图表：2010-2015年城镇新增就业人数

图表：2010-2015年国内生产总值与全部就业人员比率

图表：2010-2015年农村居民人均纯收入

图表：2010-2015年城镇居民人均可支配收入

图表：2010-2015年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2010-2015年研究与试验发展（R&D）经费支出

图表：2010-2015年卫生技术人员人数

图表：2011-2014年中国消费电子市场总销售规模

图表：2015-2022年中国消费电子市场产能及增长率预测

图表：2013年中国手机生产规模及效益

图表：2013年中国手机出口规模及投资情况

图表：2015-2022年中国消费电子市场产量及增长率预测

图表：2013年1-12月中国手机市场均价走势

图表：2013年1-12月中国电脑整机价格指数走势

图表：2013年1-12月中国笔记本电脑价格指数走势

图表：2013年1-12月中国平板电脑价格指数走势

图表：2013年11-2014年11月中国手机市场价格指数走势

图表：2013年11-2014年11月中国智能手机市场价格指数走势

图表：2014年1-11月中国电脑整机行业价格指数走势

图表：2014年1-11月中国笔记本电脑价格指数走势

图表：2014年1-11月中国平板电脑价格指数走势

图表：2011-2014年中国消费电子市场单位规模及增长率

图表：2011-2014年中国消费电子市场人员规模及增长率

图表：2011-2014年中国消费电子市场总资产规模及增长率

图表：2011-2014年中国消费电子市场需求规模及增长率

图表：2011-2014年中国消费电子市场生产规模及增长率

图表：2011-2014年中国消费电子市场销售规模及增长率

图表：2010-2014年中国消费电子市场产销率

图表：2010-2014年中国电子消费市场供需比

图表：2015-2022年我国智能手机市场需求预测

图表：消费电子产品竞争策略

图表：2008-2014年全球半导体市场销售规模及增长率

图表：2013年12月全球半导体产业销售额区域分布格局

图表：半导体行业细分产品结构

图表：2008-2013年全球半导体市场分布格局

图表：2011-2014年中国半导体市场销售规模及增长率

图表：2011-2014年中国集成电路市场规模及增长率

图表：2007-2013年中国集成电路进出口情况

图表：2013年中国集成电路市场应用结构

图表：国内集成电路未来三阶段发展目标

图表：2015-2022年中国集成电路市场规模及增长率预测

图表：2015-2022年中国半导体行业市场规模及增长率预测

图表：消费者对消费电子品牌认知度调查

图表：消费电子行业消费者对产品功能的关注度

图表：消费电子行业消费者对产品质量的关注度

图表：消费电子行业消费者对产品价格的关注度

图表：消费电子行业消费者对产品功能的关注度

图表：消费电子行业消费者对产品功能的关注度

图表：2015-2022年中国消费电子市场产能及增长率预测

图表：2013-2014年联想集团主要财务指标

图表：2013-2014年联想集团利润表

图表：2013-2014年联想集团资产负债表

图表：2013-2014年联想集团现金流量表

图表：2013-2014年海尔集团主要财务指标

图表：2013-2014年海尔集团主要盈利能力指标

图表：2013-2014年海尔集团产值能力指标

图表：2013-2014年海尔集团营运能力指标

图表：海尔集团发展战略

图表：宇龙计算机通信科技（深圳）有限公司发展情况

图表：2013-2014年宇龙计算机通信科技有限公司主要财务指标

图表：2013-2014年宇龙计算机通信科技有限公司利润表

图表：2013-2014年宇龙计算机通信科技有限公司现金流量值

图表：TCL集团股份有限公司组织结构图

图表：TCL集团股份有限公司全球业务分布

图表：2013-2014年TCL集团股份有限公司主要财务指标

图表：2013-2014年TCL集团股份有限公司盈利能力指标

图表：2013-2014年TCL集团股份有限公司偿债能力指标

图表：2013-2014年TCL集团股份有限公司营运能力指标

图表：2013-2014年福建新大陆电脑股份有限公司主要财务指标

图表：2013-2014年福建新大陆电脑股份有限公司主要财务指标

图表：2013-2014年福建新大陆电脑股份有限公司主要财务指标

图表：2013-2014年福建新大陆电脑股份有限公司主要财务指标

图表：2013-2014年福建新大陆电脑股份有限公司主要财务指标

图表：2013-2014年大唐电信科技股份有限公司主要财务指标

图表：2013-2014年大唐电信科技股份有限公司盈利能力指标

图表：2013-2014年大唐电信科技股份有限公司营运能力指标

图表：2013-2014年大唐电信科技股份有限公司偿债能力指标

图表：2013-2014年大唐电信科技股份有限公司成长能力指标

图表：杭州海康威视数字技术股份有限公司三级垂直服务体系

图表：2013-2014年杭州海康威视数字技术股份有限公司主要财务指标

图表：2013-2014年杭州海康威视数字技术股份有限公司盈利能力指标

图表：2013-2014年杭州海康威视数字技术股份有限公司营运能力指标

图表：2013-2014年杭州海康威视数字技术股份有限公司偿债能力指标

图表：2013-2014年杭州海康威视数字技术股份有限公司成长能力指标

图表：2013-2014年深圳市科陆电子科技股份有限公司主要财务指标

图表：2013-2014年深圳市科陆电子科技股份有限公司盈利能力指标

图表：2013-2014年深圳市科陆电子科技股份有限公司营运能力指标

图表：2013-2014年深圳市科陆电子科技股份有限公司偿债能力指标

图表：2013-2014年深圳市科陆电子科技股份有限公司成长能力指标

图表：2013-2014年广东安居宝数码科技股份有限公司主要财务指标

图表：2013-2014年广东安居宝数码科技股份有限公司盈利能力指标

图表：2013-2014年广东安居宝数码科技股份有限公司营运能力指标

图表：2013-2014年广东安居宝数码科技股份有限公司偿债能力指标

图表：2013-2014年广东安居宝数码科技股份有限公司成长能力指标

图表：2011-2014年中国消费电子市场规模区域分布情况

图表：2014年全球主要地区消费电子市场行业竞争力分布情况

图表：核心竞争力构成要素评价体系

图表：2014全球最佳品牌榜

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtIT1509/P74380Q6ZT.html>