

# 2017-2022年中国3C市场 全景调查与投资风险报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国3C市场全景调查与投资风险报告》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.abaogao.com/b/yidong/4410439LZ5.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

我国3C制造业增速依旧强劲，带动相关产业继续发展。根据国家统计局的数据显示，2015年我国3C制造业累计完成固定资产投资9035亿元，同比增长13.62%，尽管宏观经济增速放缓，但3C制造业需求来自于消费类产业，产业景气度依旧较高。

2009-2015年中国3C制造业固定资产投资资料来源：公开资料

2016年，全国固定资产投资（不含农户）258360亿元，同比名义增长9.0%（扣除价格因素实际增长11.0%），增速比一季度回落1.7个百分点。其中，国有控股投资91089亿元，增长23.5%；民间投资158797亿元，增长2.8%，占全部投资的比重为61.5%。分产业看，第一产业投资7460亿元，同比增长21.1%；第二产业投资101702亿元，增长4.4%；第三产业投资149198亿元，增长11.7%，其中，基础设施投资（不含电力、热力、燃气及水生产和供应业）49085亿元，增长20.9%。从到位资金情况看，到位资金282443亿元，同比增长8.0%。其中，国家预算资金增长21.8%，国内贷款增长12.4%，自筹资金增长1.4%，利用外资下降7.2%。新开工项目计划总投资240202亿元，同比增长25.1%。从环比看，6月份固定资产投资（不含农户）增长0.45%。

2011-2016年中国固定资产投资及增长速度资料来源：公开资料

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国3C市场全景调查与投资风险报告》共九章。首先介绍了3C产业相关概念及发展环境，接着分析了中国3C行业规模及消费需求，然后对中国3C行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国3C行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国3C行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 中国3C行业宏观环境分析 1

第一节 3C行业定义分析 1

一、行业定义 1

二、行业产品分类 1

## 第二节 3C行业宏观环境分析 1

### 一、政策环境 1

### 二、经济环境 5

2015年，我国国民经济稳定增长。初步核算，全年国内生产总值676708亿元，比上年增长6.9%。其中，第一产业增加值60863亿元，增长3.9%；第二产业增加值274278亿元，增长6.0%；第三产业增加值341567亿元，增长8.3%。第一产业增加值占国内生产总值的比重为9.0%，第二产业增加值比重为40.5%，第三产业增加值比重为50.5%，首次突破50%。2015年以来，面对错综复杂的国际形势和国内经济下行压力加大的困难局面，稳中求进成为2015年的工作总基调，中国进入以提高质量效益为中心，调整产业结构，深化改革开放的发展阶段。

2011-2016年中国国内生产总值及其增长速度

### 三、技术环境 14

### 四、社会环境 18

## 第二章 中国3C行业经济指标分析 25

### 第一节 3C行业发展概述 25

### 第二节 3C行业经济运行状况 36

#### 一、3C行业企业数量分析 36

#### 二、3C行业资产规模分析 36

#### 三、3C行业销售收入分析 36

#### 四、3C行业利润总额分析 38

### 第三节 3C行业成本费用分析 38

#### 一、3C行业营销成本分析 38

#### 二、3C行业销售费用分析 39

#### 三、3C行业管理费用分析 39

#### 四、3C行业财务费用分析 39

### 第四节 3C行业运营效益分析 40

#### 一、3C行业盈利能力分析 40

#### 二、3C行业运营能力分析 40

#### 三、3C行业偿债能力分析 40

#### 四、3C行业成长能力分析 41

## 第三章 中国3C行业市场与竞争分析 42

### 第一节 3C行业上下游市场分析 42

#### 一、3C行业产业链简介 42

#### 二、上游供给市场分析 43

##### 1、电子元器件 43

##### 2、平板显示 43

##### 3、移动芯片 57

#### 三、下游需求市场分析 58

##### 1、计算机需求 58

##### 2、手机需求 61

##### 3、可穿戴设备需求 63

### 第二节 3C行业市场供需分析 66

#### 一、3C行业供应总量 66

#### 二、3C行业市场总量 67

##### 1、市场需求总量 67

##### 2、各产品市场容量及变化 67

#### 三、3C行业产品价格分析 68

### 第三节 3C行业五力竞争分析 68

#### 一、上游议价能力分析 68

#### 二、下游议价能力分析 69

#### 三、替代品威胁分析 69

#### 四、新进入者威胁分析 69

#### 五、行业竞争现状分析 69

### 第四节 3C行业市场集中度分析 70

#### 一、行业市场集中度分析 70

#### 二、行业主要竞争者分析 70

## 第四章 中国3C行业传统商业模式分析 71

### 第一节 3C行业原料采购模式 71

### 第二节 3C行业经营模式 71

### 第三节 3C行业盈利模式 72

### 第四节 OEM、ODM、OBM模式分析 72

## 第五章 中国3C行业商业模式构建与实施策略 76

### 第一节 3C行业商业模式要素与特征 76

#### 一、商业模式的构成要素 76

#### 二、商业模式的模式要素 76

##### 1、产品价值模式 76

##### 2、战略模式 77

##### 3、市场模式 77

##### 4、营销模式 77

##### 5、管理模式 88

##### 6、资源整合模式 88

##### 7、资本运作模式 89

##### 8、成本模式 89

##### 9、营收模式 89

#### 三、成功商业模式的特征 89

### 第二节 3C行业企业商业模式构建步骤 93

#### 一、挖掘客户价值需求 93

#### 二、产业价值链再定位 94

##### 1、客户价值公式 94

##### 2、产业价值定位 96

##### 3、商业形态定位 96

#### 三、寻找利益相关者 98

#### 四、构建盈利模式 99

### 第三节 3C行业商业模式的实施策略 101

#### 一、企业价值链管理的目标 101

##### 1、高效率 101

##### 2、高品质 101

##### 3、持续创新 102

##### 4、快速客户响应 103

#### 二、企业价值链管理系统建设 108

#### 三、企业文化建设 111

## 第六章 中国3C行业商业模式创新转型分析 113

### 第一节 互联网思维对行业的影响 113

#### 一、互联网思维三大特征 113

#### 二、基于互联网思维的行业发展 114

### 第二节 互联网时代七大商业模式 116

#### 一、平台模式 116

##### 1、构成平台模式的6个条件 116

##### 2、平台模式的特点 116

##### 3、平台模式成功的四大要素 117

##### 4、平台模式案例 117

#### 二、免费模式 119

##### 1、免费商业模式解析 119

##### 2、免费战略的实施条件 119

##### 3、免费战略的类型 123

###### (1) 产品模式创新型 123

###### (2) 伙伴模式创新型 123

###### (3) 族群模式创新型 125

###### (4) 渠道模式创新型 126

###### (5) 沟通模式创新型 126

###### (6) 客户模式创新型 126

###### (7) 成本模式创新型 127

###### (8) 壁垒模式创新型 128

#### 三、软硬一体化模式 129

##### 1、软硬一体化商业模式案例 129

##### 2、软硬一体化模式受到市场追捧 130

##### 3、软硬一体化模式是一项系统工程 133

##### 4、成功打造软硬一体化商业模式的关键举措 133

#### 四、O2O模式 134

##### 1、O2O模式爆发巨大力量 134

##### 2、O2O模式分类 134

##### 3、O2O模式的盈利点分析 139

##### 4、O2O模式的思考 140

## 五、品牌模式 142

### 1、品牌模式的内涵及本质 142

### 2、成功的移动互联网品牌 142

### 3、如何推进品牌经营 143

## 六、双模模式 143

### 1、双模模式概述 143

### 2、移动互联网：用户规模是关键 144

### 3、双模模式案例 146

## 七、速度模式 151

### 1、什么是速度模式 151

### 2、速度模式的主要表现 152

### 3、速度模式应注意的几个问题 152

## 第三节 互联网背景下3C行业商业模式选择 152

### 一、3C行业与互联网思维的结合 152

### 二、互联网背景下3C行业商业模式选择 153

## 第七章 3C行业企业经营情况与商业模式分析 154

### 第一节 联想控股股份有限公司 154

#### 一、企业发展基本情况 154

#### 二、企业主营业务分析 154

#### 三、企业经营情况分析 155

#### 四、企业经营模式分析 157

#### 五、企业发展战略规划 158

### 第二节 TCL集团股份有限公司 159

#### 一、企业发展基本情况 159

#### 二、企业主营业务分析 160

#### 三、企业经营情况分析 160

#### 四、企业销售渠道网络 166

#### 五、企业经营模式分析 166

#### 六、企业发展战略规划 167

### 第三节 中兴通讯股份有限公司 168

#### 一、企业发展基本情况 168

二、企业主营业务分析 169

三、企业经营情况分析 169

四、企业销售渠道网络 174

五、企业经营模式分析 174

第四节 华为技术有限公司 174

一、企业发展基本情况 174

二、企业主营业务分析 174

三、企业经营情况分析 175

四、企业销售渠道网络 181

五、企业经营模式分析 181

六、企业发展战略规划 181

第五节 深圳市神舟电脑股份有限公司 182

一、企业发展基本情况 182

二、企业主营业务分析 184

三、企业经营情况分析 184

四、企业销售渠道网络 186

五、企业经营模式分析 186

六、企业发展战略规划 186

第六节 海信集团有限公司 187

一、企业发展基本情况 187

二、企业主营业务分析 187

三、企业经营情况分析 188

四、企业销售渠道网络 192

五、企业经营模式分析 192

六、企业发展战略规划 192

第七节 四川长虹电子集团有限公司 193

一、企业发展基本情况 193

二、企业主营业务分析 193

三、企业经营情况分析 194

四、企业销售渠道网络 199

五、企业经营模式分析 199

六、企业发展战略规划 200

## 第八节 广东步步高电子工业有限公司 201

一、企业发展基本情况 201

二、企业主营业务分析 202

三、企业经营情况分析 202

四、企业销售渠道网络 203

五、企业经营模式分析 203

六、企业发展战略规划 203

## 第九节 康佳集团股份有限公司 204

一、企业发展基本情况 204

二、企业主营业务分析 204

三、企业经营情况分析 204

四、企业销售渠道网络 209

五、企业经营模式分析 209

六、企业发展战略规划 209

## 第十节 创维集团有限公司 211

一、企业发展基本情况 211

二、企业主营业务分析 213

三、企业经营情况分析 213

四、企业销售渠道网络 215

五、企业竞争优势分析 215

六、企业发展战略规划 215

## 第八章 2017-2022年中国3C行业发展前景预测分析 216

第一节 2017-2022年3C行业发展前景及趋势预测分析 216

第二节 2017-2022年3C行业发展前景预测 218

一、2017-2022年3C行业生产规模预测 218

二、2017-2022年3C行业市场规模预测 218

三、2017-2022年3C行业盈利前景预测 219

## 第九章 2017-2022年中国3C行业投融资战略规划分析 221 (ZY CW)

第一节 3C行业关键成功要素分析 221

第二节 3C行业投资壁垒分析 222

- 一、3C行业进入壁垒 222
- 二、3C行业退出壁垒 222
- 第三节 3C行业投资风险与规避 223
  - 一、宏观经济风险与规避 223
  - 二、行业政策风险与规避 223
  - 三、原料市场风险与规避 224
  - 四、市场竞争风险与规避 224
  - 五、技术风险分析与规避 225
  - 六、下游需求风险与规避 225
- 第四节 3C行业融资渠道与策略 226
  - 一、3C行业融资渠道分析 226
  - 二、3C行业融资策略分析 228

部分图表目录：

- 图表：智能手机行业相关政策与标准 3
- 图表：2013-2016年中国3C产品行业产值规模 36
- 图表：2013-2016年中国国内3C产品行业销售收入规模 37
- 图表：2013-2016年中国国内3C产品行业净利润规模 38
- 图表：2013-2016年中国3C产品行业营业成本分析 38
- 图表：2013-2016年中国3C产品行业销售费用分析 39
- 图表：2013-2016年中国3C产品行业管理费用分析 39
- 图表：2013-2016年中国3C产品行业财务费用分析 39
- 图表：2013-2016年中国3C产品行业盈利能力分析 40
- 图表：2013-2016年中国3C产品行业运营能力分析 40
- 图表：2013-2016年中国3C产品行业偿债能力分析 40
- 图表：2013-2016年中国3C产品行业成长能力分析 41
- 图表：3C行业产业链示图 42
- 图表：国内玻璃基板产能概况 46
- 图表：2013-2016年中国TV面板自给率走势 53
- 图表：2013-2016年中国大陆智能机市场尺寸结构走势 54
- 图表：2016年3C产品行业产值 66
- 图表：2016年中国国内3C产品行业销售收入 66

图表：智能手机行业盈利点分析 72

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yidong/4410439LZ5.html>