

2017-2022年中国3C市场 深度研究与投资战略报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国3C市场深度研究与投资战略报告》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/diannaol58532640S.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

“3C产品”，就是计算机（Computer）、通信（Communication）和消费类电子产品（Consumer Electronics）三者结合，亦称“信息家电”。由于3C产品的体积一般都不大，所以往往在中间加一个“小”字，故往往统称为“3C小家电”。

从投资规模来看，2014年中国3C制造业500万元以上项目完成固定资产投资超过1500亿元。其中，电视机制造业完成固定资产投资102亿元，同比下降15.3%；通信终端设备制造业完成固定资产投资569亿元，同比增长31%；计算机行业完成固定资产投资859亿元，同比增长4.3%。2014年，中国手机(包括功能机和智能机)产量达16.3亿台，同比增长6.8%。电子计算机总产量3.51亿台，计算机全行业实现销售产值2.27万亿元，同比增长2.9%。而包括手机在内的通讯终端设备产值规模达1.22万亿。包括彩电、数码相机在内的消费类电子产品产值规模超过5000亿元。2013-2015年中国国内3C产品行业销售收入规模从14467.7亿元增长到20873.4亿元，占产值一半以上，从中也反映出中国3C产品出口额较高，占产值四成以上。

进入到2015年，随着移动通信产业的迅速发展，消费者对智能产品的消费习惯将发生变化，中国技术消费电子（3C）市场将呈现出产业间融合互动的趋势，并进入市场结构调整。同时，中国消费者对技术产品表现出的好奇心和适应能力，以及中国制造业的特殊性将赋予中国市场与众不同的结构调整节奏。2014年中国手机市场结束了5年的高速增长，全年市场规模达到4.2亿部，同比仅增长3.9%，增速明显放缓。其中，智能手机零售量为3.7亿部，占手机市场零售量的88%。4G开始迅速替换3G，厂商产品线在半年内迅速向4G调整，4G市场规模突破9000万部，在整体手机市场占比已超过两成。预计2017-2022年中国3C产品行业销售收入规模将从23360.4亿元增长到42062.2亿元，年增长率在11-14%之间。

全球 3C 行业市场规模（万亿美元）

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国3C市场深度研究与投资战略报告》共九章。首先介绍了3C行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

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

根据报告显示，预计 2016 年可穿戴式行业规模将达 140 亿美元，并预计 2020 年 将售出 4.11 亿 件智能穿戴设备，总价值达 340 亿美元。

全球智能可穿戴设备市场规模预测（亿美元）

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 ZM)

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

图表目录：

图表：智能手机行业相关政策与标准 3

图表：2014-2016年中国3C产品行业产值规模 36

图表：2014-2016年中国国内3C产品行业销售收入规模 37

图表：2014-2016年中国国内3C产品行业净利润规模 38

图表：2014-2016年中国3C产品行业营业成本分析 38

图表：2014-2016年中国3C产品行业销售费用分析 39

图表：2014-2016年中国3C产品行业管理费用分析 39

图表：2014-2016年中国3C产品行业财务费用分析 39

图表：2014-2016年中国3C产品行业盈利能力分析 40

图表：2014-2016年中国3C产品行业运营能力分析 40

图表：2014-2016年中国3C产品行业偿债能力分析 40

图表：2014-2016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：2014-2016年中国TV面板自给率走势 53

图表：2014-2016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

图表：2014-2016年联想控股股份有限公司资产负债表分析 155

图表：2014-2016年联想控股股份有限公司现金流量表分析 156

图表：2014-2016年联想控股股份有限公司综合损益表分析 157

图表：2015年TCL集团股份有限公司主营业务构成分析 162

图表：2016年TCL集团股份有限公司主营业务构成分析 162

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diannaol58532640S.html>