



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国3C行业投资 策略分析及竞争战略研究咨询报 告

一、调研说明

《2009-2012年中国3C行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/128998.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

→内容简介

全球经济衰退对3C行业构成重大不利，这种非生活必需品在面临经济衰退的时候，较大的需求弹性导致了市场需求的快速下滑，尤其是包括消费电子在内的下游需求。计算机配件、数码产品的替换消费和首购消费在2009年将双双下降，虽然销售价的下降有助于笔记本等主机渗透率的提高，但同比增速也下降明显。2009年全球信息家电销售额将达到7240亿美元，首次突破7000亿美元大关。但由于全球经济下滑，同比增速将仅为4.3%，远低于2008年的13.7%增速下滑的主要原因是占信息家电四分之一强的手机和单价较高的数字电视销路不旺。估计2009年全球手机销量12.05亿部，同比增长2.1%，电视销量2.32亿台，同比增长2.6%。而2008年手机和电视的销量分别比2007同比增长了13.0%和10.5%。

我国3C产品B2C网上零售市场销售规模已占B2C市场38.19%，排名商品品类销售规模榜首;其中京东网上商城以5.7亿元销售额位列B2C市场第一，这一数据首次超过中国B2C图书出版物类整体销售规模。3C产品网络零售市场持续高速增长，2009年一季度环比增长达32%，而出版物类环比增长为16%。随着网购市场的发展，服务、支付方式、信誉等方面的大幅提升，网购高价值商品已开始被越来越多的消费者接受。3C产品作为标准化产品，产品本身不存在任何差异，而网络购物无论在价格还是便捷度等方面都要优于传统卖场，再加上服务水平的提升，更多的消费者特别是年轻群体已经开始通过网络选购高价值的3C产品。

当前，在通信、计算机、网络等电子信息技术相互融合发展的大趋势下，中国消费电子产业融合创新、发展的势头越来越明显。通信产品、计算机产品、消费类电子产品都在从各自的技术角度向3C融合发展，消费电子产业的边界日益模糊，产品门类五花八门。消费类电子结合数字化、网络化、智能化的新应用不断涌现，已经成为当前我国信息家电发展的主流方向，更为丰富、品质更高的内容整合到多样化产品中，使硬件、软件、内容、服务有机地融合在一起。随着3C产品越来越多地深入到人们日常生活之中，特别是渗透到老百姓的娱乐、健康、学习、教育等生活中。与之相适应的是，各类信息服务如雨后春笋般地发展起来。消费类数码产品设计呈现出更加便携化、个性化的趋势。在数码产品领域，小型化、超薄化并具有时尚、轻巧、简单易用的数码产品已经成为人们消费的主流，绿色技术开始成为3C产业关注的焦点。节能、环保、健康的产品设计理念，成为3C产品的主要发展趋势。产业融合和数字家庭产业的兴起，也为3C企业带来了更为广阔的应用空间。无论是传统的家电企业，还是计算机、通信、软件等新发展起来的企业，特别是融合发展起来的综合性IT企业都将面临3C融合发展的挑战。在全球市场响应速度加快的背景下，消费电子也迎来了技术产业融

合带来的发展良机，这其中高速移动的互联网技术的迅速发展蕴含着巨大的市场潜力。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国海关总署、国内外相关刊物的基础信息以及3C专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于当前世界金融危机整体发展局势，对我国3C行业的发展状况、市场情况、重点企业以及市场发展趋势进行了详细的分析和预测，并对3C行业市场品牌及市场消费用户等着重进行了调查和研究。报告还探讨了当前金融危机对3C行业的影响，并对未来3C行业细分市场发展趋势进行探讨和研判，本报告为3C企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据行业环境及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

→报告目录

第一部分 行业发展现状分析

第一章 国外3C行业发展分析 1

第一节 2009年全球3C市场发展现状分析1

一、全球3C市场发展现状 1

二、2009年全球3C市场销售预测 4

三、2009年全球3C市场需求预测 4

四、2009年全球3C市场发展趋势 4

第二节 主要地区和国家3C市场分析 6

一、2008年法国3C市场现状 6

二、2009年美国3C市场需求分析 7

三、2008-2009年亚太地区3C市场分析 9

第三节 2009-2012年全球3C市场发展预测 12

一、2009-2012年全球3C市场趋势 12

二、2011年全球3C配套市场预测 17

第二章 我国3C行业发展现状 19

第一节 2008-2009年3C产业市场现状分析19

一、2008-2009年中国3C行业发展形势分析 19

二、2009年3C产业技术与服务发展分析20

第二节 金融危机对3C行业影响28

一、2008年金融危机对全球3C行业影响分析28

二、金融危机影响下中国3C市场发展分析31

三、3C产业应对金融危机策略 37

第三节 2009年农村3C市场发展分析39

一、农村3C市场品牌认知度分析39

二、2009年国家对3C下乡扶持政策分析40

三、2009年3C下乡对3C市场影响40

四、2009年农村3C市场容量预测 41

第三章 3C行业经济运行分析 43

第一节 2008-2009年3C行业主要经济指标分析 43

一、销售收入前十家企业分析 43

二、2008年3C主要经济指标分析 44

三、2009年1-5月3C行业主要经济指标分析47

第二节 2008-2009年我国3C行业绩效分析 49

一、2008-2009年行业产销情况49

二、2008-2009年行业规模情况50

三、2008-2009年行业盈利能力51

四、2008-2009年行业经营发展能力52

五、2008-2009年行业偿债能力分析53

第四章 2008-2009年中国3C产品产量情况 55

第一节 2008-2009年我国电子计算机系列产品产量情况55

一、2008-2009年我国笔记本计算机产量情况55

二、2008-2009年我国微型电子计算机产量情况58

三、2008-2009年我国显示器产量情况60

第二节 2008-2009年我国通讯系列产品产量情况 63

一、2008-2009年我国电话单机产量情况63

二、2008-2009年我国移动电话机产量情况65

第三节 2008-2009年我国消费电子系列产品产量情况 68

一、2008-2009年我国传真机产量情况68

- 二、2008-2009年我国打印机产量情况69
- 三、2008-2009年我国录相机产量情况69
- 四、2008-2009年我国数码照相机产量情况70
- 五、2008-2009年我国彩色电视机产量情况70
- 六、2008-2009年我国冰箱产量情况71
- 七、2008-2009年我国洗衣机产量情况71

第五章 3C行业进出口分析72

第一节 2008年中国3C市场对外贸易72

- 一、进出口基本情况 72
- 二、进出口产品结构 73
- 三、贸易方式结构 74
- 四、经济类型结构 75
- 五、国别和地区结构 75
- 六、进出口区域结构 76

第二节 2009年中国3C市场对外贸易 76

- 一、2009年1-4月3C进出口总量 76
- 二、2009年1-4月3C进口情况 77
- 三、2009年1-4月3C出口情况 77

第三节 2009-2012年我国3C出口分析预测 77

- 一、3C产品出口后援预测 78
- 二、3C产品出口机遇预测 78
- 三、3C产品出口转向预测 78
- 四、3C产品出口挑战预测 79

第六章 3C细分市场分析 80

第一节 计算机市场发展分析 80

- 一、广交会计算机成交状况 80
- 二、全球PC行业运行状况 81
- 三、国内计算机行业运行状况 82
- 四、2008-2009年计算机产业新增长点分析 83
- 五、国内二手电脑市场分析 88

- 六、中国高性能计算机市场浅析 89
- 第二节 手机市场发展分析 92
 - 一、2008年上半年手机市场发展分析 92
 - 二、2008年下半年手机市场发展分析 100
 - 三、2008年中国手机市场产销分析 105
 - 四、2009年1季度中国手机市场产销分析 105
 - 五、2009年中国手机市场发展分析 106
- 第三节 消费电子市场发展分析 107
 - 一、2008年数码相机市场发展分析 107
 - 二、2008年家电行业赢利情况分析 108
 - 三、2008年我国家电行业在需求和成本压力发展情况 111
 - 四、2008-2009年小家电产品市场需求分析 116
 - 五、我国农村家电市场消费需求分析 116

第七章 2009年上半年行业市场调查研究 121

第一节 2009年上半年我国计算机市场品牌调查 121

- 一、2009年上半年一体电脑品牌研究 121
- 二、2009年上半年台式机品牌研究 126
- 三、2009年上半年上网本品牌研究 131

第二节 2009年1季度我国通讯市场品牌调查 136

- 一、市场主要观点 136
- 二、市场结构研究 139
- 三、市场价格研究 147

第三节 2009年1季度我国消费电子市场品牌调查 151

- 一、2009年1季度中国DC品牌研究 151
- 二、2009年1季度中国液晶电视品牌研究 163
- 三、2009年1季度中国空调品牌研究 181

第二部分 行业竞争格局分析

第八章 3C行业竞争格局分析 199

第一节 3C产业集群竞争分析 199

- 一、“十一五”3C产业集群特点分析 199

- 二、珠三角3C产业集群分析 200
- 三、长三角3C产业集群分析 206
- 第二节 中国3C市场竞争分析 208
 - 一、电子信息产业规划对3C企业竞争力影响 208
 - 二、中国3C企业自主研发分析 211
 - 三、2009年中国3C企业竞争分析 211
- 第三节 我国3C产业国际竞争力分析 212
 - 一、我国3C企业与国外企业对比分析 212
 - 二、我国3C产业技术对国际竞争力的影响 213
 - 三、我国3C产业政策体系对国际竞争力的影响 213

第九章 3C企业竞争策略分析 214

- 第一节 电子信息产业竞争战略分析 214
 - 一、电子信息产业新特点 214
 - 二、电子信息产业新趋势 216
 - 三、我国电子信息产业发展问题 221
 - 四、我国电子信息产业科技创新战略 224
- 第二节 2009-2011年3C市场竞争策略分析 228
 - 一、支撑领域的选择 229
 - 二、新兴产业路线 229
 - 三、行业增长点培育 229

第十章 3C重点企业竞争分析 230

- 第一节 海尔集团 230
 - 一、集团简介 230
 - 二、公司管理模式 233
 - 三、2008-2009年公司财务状况 233
 - 四、2009年公司战略转型分析 237
- 第二节 北大方正集团有限公司 240
 - 一、集团简介 240
 - 二、集团产业情况 241
 - 三、2008-2009年公司财务状况 243

四、2009-2011年公司战略分析	247
第三节 中兴通讯股份有限公司	248
一、公司简介	248
二、2008-2009年公司财务状况	249
三、2009-2013年公司战略分析	253
第四节 美的集团有限公司	254
一、公司简介	254
二、2008-2009年公司财务状况	257
三、公司筹备战略转型分析	261
第五节 联想集团	265
一、公司简介	265
二、公司发展历程	267
三、2009-2010年公司深化国际战略分析	269
第六节 海信集团有限公司	271
一、集团简介	271
二、2008-2009年公司财务状况	272
三、2009年公司国际市场战略调整情况	280
第七节 四川长虹电子集团有限公司	282
一、集团简介	282
二、2008-2009年公司财务状况	283
三、公司立体式战略布局分析	287

第三部分 行业趋势分析

第十一章 3C行业发展趋势分析	289
第一节 3C研发趋势分析	289
一、3C研究开发新趋势	289
二、3C主要品种发展趋势	290
三、销售渠道多元化发展趋势	291
第二节 2009年3C市场发展趋势分析	294
一、2009年品牌发展趋势	294
二、2009年价格发展趋势	295
三、2009年产品发展趋势	295

四、2009年渠道发展趋势 296

第十二章 未来3C行业发展预测 297

第一节 2009年中国3C行业预测 297

- 一、中国3C行业生产走势预测 297
- 二、中国3C行业重点产品生产预测 297
- 三、中国3C行业经济效益预测 298
- 四、中国3C行业软件业务收入预测 298
- 五、中国3C行业区域分布趋势 298

第二节 2009-2012年国内3C技术发展趋势 299

- 一、软件技术 299
- 二、半导体技术 299
- 三、计算机技术 300
- 四、通信技术 300
- 五、新型显示技术 301

第四部分 行业投资策略

第十三章 3C行业投资现状分析 303

第一节 2008年3C行业投资情况分析 303

- 一、2008年总体投资 303
- 二、2008年新增固定资产 303
- 三、2008年新投资项目 303
- 四、2008年投资重点领域分析 303

第二节 2009年1季度3C行业投资情况分析 303

- 一、2009年1季度投资规模情况 303
- 二、2009年1季度分行业投资分析 304
- 三、2009年1季度分企业投资分析 304

第十四章 3C行业投资环境分析 305

第一节 经济发展环境分析 305

- 一、2008年我国宏观经济运行分析 305
- 二、2009年我国宏观经济运行情况 346

- 三、2009-2012年我国宏观经济形势分析 352
- 四、2009-2012年投资趋势及其影响预测 367
- 第二节 政策法规环境分析 373
 - 一、2009年3C行业政策环境 373
 - 二、2009年国内宏观政策对其影响 377
 - 三、2009年行业产业政策对其影响 377
- 第三节 社会发展环境分析 377
 - 一、国内社会环境发展现状 377
 - 二、2009年社会环境发展分析 384
 - 三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析 386
- 第四节 电子产业信息振兴规划 388
 - 一、《规划》的必要性和意义 389
 - 二、《规划》的编制过程 389
 - 三、关于《规划》的定位和主要特点 390
 - 四、关于规划指导思想 and 主要原则 391
 - 五、关于规划目标及依据 392
 - 六、关于主要任务 393
 - 七、规划六大工程的主要内容 396
 - 八、关于保障措施 397
 - 九、规划的落实 398

第十五章 3C行业投资机会与风险 399

- 第一节 3C行业投资效益分析 399
 - 一、2009年3C行业投资状况分析 399
 - 二、2009年3C行业的投资方向 399
 - 三、2009年3C行业投资趋势预测 399
- 第二节 3C行业投资机遇及趋势 399
 - 一、中西部3C产业投资趋势 399
 - 二、3C产业国家投资重大工程预测 400

第十六章 3C行业投资战略研究 402

- 第一节 3C行业发展战略研究 402

一、技术开发战略	402
二、产业战略规划	405
三、业务组合战略	407
四、营销战略规划	410
五、区域战略规划	412
六、企业信息化战略规划	421
第二节 对我国3C品牌的战略思考	422
一、品牌的基本含义	423
二、品牌战略在企业发展中的重要性	423
三、3C品牌的特性和作用	424
四、3C品牌的价值战略	424
五、我国3C品牌竞争趋势	425
六、3C企业品牌发展战略	426
七、3C行业品牌竞争策略	427
第三节 3C产业发展策略	428
一、3C后续项目谈判策略	428
二、3C企业发展策略分析	432
三、我国3C产业提高全球交付能力策略	436

图表目录

图表：2006-2010年美国家庭月均通讯费用支出变化	7
图表：2008年2月通讯设备、计算机及其他电子设备制造业收入前十家企业	43
图表：2008年5月通讯设备、计算机及其他电子设备制造业收入前十家企业	43
图表：2008年8月通讯设备、计算机及其他电子设备制造业收入前十家企业	44
图表：2008年11月通讯设备、计算机及其他电子设备制造业收入前十家企业	44
图表：2008年1-12月通讯设备、计算机及其他电子设备制造业运行指标	44
图表：2009年1-5月通讯设备、计算机及其他电子设备制造业运行指标	47
图表：2008年1-12月通信设备、计算机及其他电子设备制造业产销情况	50
图表：2009年1-5月通信设备、计算机及其他电子设备制造业产销情况	50
图表：2008年1-12月通信设备、计算机及其他电子设备制造业规模情况	50
图表：2009年1-5月通信设备、计算机及其他电子设备制造业规模情况	51
图表：2008年1-12月通信设备、计算机及其他电子设备制造业盈利能力分析	51

图表：2009年1-5月通信设备、计算机及其他电子设备制造业盈利能力分析 52

图表：2008年1-12月通信设备、计算机及其他电子设备制造业经营发展能力 52

图表：2009年1-5月通信设备、计算机及其他电子设备制造业经营发展能力 53

图表：2008年1-12月通信设备、计算机及其他电子设备制造业偿债能力分析 53

图表：2009年1-5月通信设备、计算机及其他电子设备制造业偿债能力分析 54

图表：2008年1-2月笔记本计算机生产量全国合计 55

图表：2008年1-3月笔记本计算机生产量全国合计 55

图表：2008年1-4月笔记本计算机生产量全国合计 55

图表：2008年1-5月笔记本计算机生产量全国合计 55

图表：2008年1-6月笔记本计算机生产量全国合计 56

图表：2008年1-8月笔记本计算机生产量全国合计 56

图表：2008年1-9月笔记本计算机生产量全国合计 56

图表：2008年1-10月笔记本计算机生产量全国合计 56

图表：2008年1-11月笔记本计算机生产量全国合计 56

图表：2008年1-12月笔记本计算机生产量全国合计 57

图表：2009年1-2月笔记本计算机生产量全国合计 57

图表：2009年1-3月笔记本计算机生产量全国合计 57

图表：2009年1-4月笔记本计算机生产量全国合计 57

图表：2009年1-5月笔记本计算机生产量全国合计 57

图表：2008年1-2月微型计算机设备生产量全国合计 58

图表：2008年1-3月微型计算机设备生产量全国合计 58

图表：2008年1-4月微型计算机设备生产量全国合计 58

图表：2008年1-5月微型计算机设备生产量全国合计 58

图表：2008年1-6月微型计算机设备生产量全国合计 58

图表：2008年1-8月微型计算机设备生产量全国合计 59

图表：2008年1-9月微型计算机设备生产量全国合计 59

图表：2008年1-10月微型计算机设备生产量全国合计 59

图表：2008年1-11月微型计算机设备生产量全国合计 59

图表：2008年1-12月微型计算机设备生产量全国合计 59

图表：2009年1-2月微型计算机设备生产量全国合计 60

图表：2009年1-3月微型计算机设备生产量全国合计 60

图表：2009年1-4月微型计算机设备生产量全国合计 60

图表：2009年1-5月微型计算机设备生产量全国合计 60

图表：2008年1-2月显示器生产量全国合计 60

图表：2008年1-3月显示器生产量全国合计 61

图表：2008年1-5月显示器生产量全国合计 61

图表：2008年1-6月显示器生产量全国合计 61

图表：2008年1-8月显示器生产量全国合计 61

图表：2008年1-9月显示器生产量全国合计 61

图表：2008年1-10月显示器生产量全国合计 62

图表：2008年1-11月显示器生产量全国合计 62

图表：2009年1-3月显示器生产量全国合计 62

图表：2009年1-4月显示器生产量全国合计 62

图表：2009年1-5月显示器生产量全国合计 62

图表：2008年1-2月电话单机生产量全国合计 63

图表：2008年1-3月电话单机生产量全国合计 63

图表：2008年1-4月电话单机生产量全国合计 63

图表：2008年1-5月电话单机生产量全国合计 63

图表：2008年1-6月电话单机生产量全国合计 64

图表：2008年1-8月电话单机生产量全国合计 64

图表：2008年1-9月电话单机生产量全国合计 64

图表：2008年1-10月电话单机生产量全国合计 64

图表：2008年1-11月电话单机生产量全国合计 64

图表：2009年1-2月电话单机生产量全国合计 65

图表：2009年1-3月电话单机生产量全国合计 65

图表：2009年1-4月电话单机生产量全国合计 65

图表：2009年1-5月电话单机生产量全国合计 65

图表：2008年1-2月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 65

图表：2008年1-3月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 66

图表：2008年1-4月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 66

图表：2008年1-5月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 66

图表：2008年1-6月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 66

图表：2008年1-8月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 66

图表：2008年1-9月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 67

图表：2008年1-10月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 67

图表：2008年1-11月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 67

图表：2008年1-12月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 67

图表：2009年1-2月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 67

图表：2009年1-3月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 68

图表：2009年1-4月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 68

图表：2009年1-5月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 68

图表：2008年1-12月传真机生产量全国合计 68

图表：2009年1-5月传真机生产量全国合计 69

图表：2008年1-12月打印机生产量全国合计 69

图表：2009年1-5月打印机生产量全国合计 69

图表：2008年1-12月录相机生产量全国合计 69

图表：2008年1-12月数码照相机生产量全国合计 70

图表：2009年1-5月数码照相机生产量全国合计 70

图表：2008年1-12月彩色电视机生产量全国合计 70

图表：2009年1-5月彩色电视机生产量全国合计 70

图表：2008年1-12月冰箱生产量全国合计 71

图表：2009年1-5月冰箱生产量全国合计 71

图表：2008年1-12月传真机生产量全国合计 71

图表：2009年1-5月传真机生产量全国合计 71

图表：2007-2008年各月电子信息产品进出口增幅 72

图表：2008年1-11月出口额前10位的电子信息产品情况 73

图表：2008年1-11月进口额前5位的电子信息产品情况 74

图表：2009年1-5月规模以上电子信息产品出口变化 76

图表：2008年中国市场最受用户关注的15大笔记本电脑品牌分布 91

图表：2008年中国市场最受用户关注的15大笔记本电脑品牌排行榜 91

图表：2008年Q1-Q4华硕、神舟、宏碁笔记本电脑品牌关注比例走势 92

图表：2000-2008年全球手机市场销售规模及增长速度 93

图表；2008年H1全球市场主要品牌结构 94

图表：2005年H1～2008年H1手机产量及增长率 95

图表：2008年H1重点品牌手机产量份额 96

图表：2005年H1～2008年H1手机内销量及增长率 97

图表：2008年H1重点品牌手机内销量份额 97

图表：2005年H1～2008年H1手机外销量及增长率 98

图表：2008年H1重点品牌手机外销量份额 99

图表：2005～2008年中国手机产量及增长率 99

图表：2005～2008年中国手机内销量及增长率 99

图表：2005～2008年中国手机外销量及增长率 100

图表：2007-2008年国内手机市场产品投放量 101

图表：2007-2008年国内手机市场集中度(HHI指数) 102

图表：2005-2008年度国内手机新品上市情况 103

图表：2009年上半年最受用户关注的十大一体电脑品牌关注度分布 122

图表：2009年上半年最受用户关注的十大一体电脑品牌 123

图表：2009年上半年联想、神舟、苹果、惠普品牌关注度走势对比 123

图表：2009年下半年最受用户关注的十大一体电脑品牌关注度预测 124

图表：2009年上半年一体电脑市场品牌研究样本采集表 125

图表：2009年上半年最受用户关注的一体电脑品牌 125

图表：2009年上半年最受用户关注的十大台式机品牌关注度分布 127

图表：2009年上半年最受用户关注的十大台式机品牌 128

图表：：2009年上半年联想、戴尔、惠普品牌关注度走势对比 128

图表：2009年下半年最受用户关注的十大台式机品牌关注度预测 130

图表：2009年上半年台式电脑市场品牌研究样本采集表 130

图表：2009年上半年最受用户关注的台式电脑品牌 131

图表：2009年上半年最受用户关注的十大上网本品牌关注度分布 132

图表：2009年上半年最受用户关注的十大上网本品牌 133

图表：2009年上半年联想、华硕、神舟、惠普品牌关注度走势对比 134

图表：2009年上半年最受用户关注的十大上网本品牌关注度预测 135

图表：2009年上半年上网本市场品牌研究样本采集表 136

图表：2009年上半年最受用户关注的上网本品牌 136

图表：2009年第一季度中国市场最受用户关注的前十五大手机品牌分布图 139

图表：2009年第一季度中国手机市场七大区域用户关注分布图 140

图表：2009年第一季度中国七大区域最受用户关注的前十大手机品牌排行 141

图表：2009年第一季度中国手机市场不同类型手机用户关注比例分布图 143

图表：2009年第一季度中国市场不同像素手机用户关注分布图 144

图表：2009年第一季度中国市场不同价格区间手机用户关注分布图 145

图表：2009年第一季度不同价格区间手机用户关注比例走势图 145

图表：2009年1月~3月中国市场手机价格指数走势图 147

图表：2009年第一季度中国市场手机均价走势图 148

图表：2009年第一季度中国市场不同类型手机均价走势图 148

图表：2009年第一季度中国手机市场最受用户关注的十大品牌均价对比 150

图表：2009年第一季度中国市场最受用户关注的十大智能手机品牌均价对比 151

图表：2009年第一季度中国市场最受关注的十大数码相机品牌 153

图表：2009年第一季度中国市场最受关注的十大消费数码相机品牌 154

图表：2009年第一季度中国市场最受关注的九大单反数码相机品牌 155

图表：2009年第一季度十大数码相机品牌七大区域关注度分布 156

图表：2009年1季度数码相机主流品牌七大区域关注度排行 157

图表：2009年第一季度卡片机关注比例走势 158

图表：2009年第一季度长焦机关注比例走势 158

图表：2009年第一季度广角机关注比例走势 159

图表：2009年第一季度消费与单反数码相机价格指数走势对比 160

图表：2009年第一季度消费与单反数码相机均价走势对比 161

图表：2009年第一季度不同价位消费数码相机关注比例走势 162

图表：2009年第一季度不同价位单反数码相机关注比例走势 163

图表：2009年第一季度中国市场最受用户关注的十大液晶电视品牌分布 166

图表：2008年4季度与2009年1季度液晶电视品牌关注比例对比 166

图表：2009年第一季度中国市场七大区域液晶电视关注比例分布 168

图表：2009年第一季度液晶电视厂商在中国七大区域市场关注度排名 169

图表：2009年第一季度中国市场不同尺寸液晶电视关注比例分布 170

图表：2009年1至3月主流尺寸液晶电视关注度走势对比（一） 170

图表：2009年1至3月主流尺寸液晶电视关注度走势对比（二） 171

图表：2009年第一季度中国市场不同分辨率液晶电视关注比例分布 172

图表：2009年1至3月不同分辨率液晶电视关注度走势 172

图表：2009年第一季度中国市场不同价位段液晶电视关注比例 173

图表：2009年1至3月不同价位段液晶电视关注度走势对比（一） 174

图表：2009年1至3月不同价位段液晶电视关注度走势对比（二） 174

图表：2009年1至3月中国市场液晶电视价格指数走势 175

图表：2009年1至3月中国市场液晶电视市场均价走势 176

图表：2009年1至3月主流尺寸液晶电视市场均价对比（一） 176

图表：2009年1至3月主流尺寸液晶电视市场均价对比（二） 177

图表：2009年第一季度中国液晶电视市场主流品牌均价对比 178

图表：2009年第一季度中国液晶电视市场32吋产品主流品牌均价对比 179

图表：2009年第一季度中国液晶电视市场42吋产品主流品牌均价对比 180

图表：2009年第一季度中国液晶电视市场52吋产品主流品牌均价对比 181

图表：2009年第一季度中国市场最受用户关注的十大空调品牌分布 183

图表：2008年4季度与2009年1季度空调品牌关注比例对比 184

图表：2009年第一季度中国市场七大区域空调关注比例分布 185

图表：2009年第一季度空调厂商在中国七大区域市场关注度排名 186

图表：2009年第一季度中国市场挂式与历史空调关注比例分布 187

图表：2009年1至3月不同类型空调关注度走势对比 188

图表：2009年第一季度中国市场变频与非变频空调关注比例分布 188

图表：2009年1至3月变频与非变频空调关注度走势对比 189

图表：2009年第一季度中国市场不同冷暖类型空调关注比例分布 189

图表：2009年1至3月不同冷暖类型空调关注度走势对比 190

图表：2009年第一季度不同功率空调关注比例对比 191

图表：2009年第一季度不同价位段空调关注比例分布 192

图表：2009年1至3月不同价位段空调关注度走势对比 193

图表：2009年第一季度主流品牌挂式空调市场均价对比 194

图表：2009年第一季度主流品牌立式空调市场均价对比 195

图表：2009年第一季度主流品牌1.5匹空调市场均价对比 196

图表：2009年第一季度主流品牌2匹空调市场均价对比 197

图表：2009年第一季度主流品牌小1匹空调市场均价对比 198

图表：2008年4季度青岛海尔股份有限公司主营构成 233

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司投资收益分析 233

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司获利能力分析 234

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司经营能力分析 234

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司偿债能力分析 234

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司资本结构 235

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司发展能力分析 235

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司现金流量分析 235

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司主营业务收入 235

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司主营业务利润 236

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司营业利润 236

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司利润总额 236

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司净利润 237

图表：2008年4季度方正科技集团股份有限公司主营构成 243

图表：2008-2009年方正科技集团股份有限公司投资收益分析 243

图表：2008-2009年方正科技集团股份有限公司获利能力分析 243

图表：2008-2009年方正科技集团股份有限公司经营能力分析 244

图表：2008-2009年方正科技集团股份有限公司偿债能力分析 244

图表：2008-2009年方正科技集团股份有限公司资本结构 244

图表：2008-2009年方正科技集团股份有限公司发展能力分析 244

图表：2008-2009年方正科技集团股份有限公司现金流量分析 245

图表：2008-2009年方正科技集团股份有限公司主营业务收入 245

图表：2008-2009年方正科技集团股份有限公司主营业务利润 245

图表：2008-2009年方正科技集团股份有限公司营业利润 245

图表：2008-2009年方正科技集团股份有限公司利润总额 246

图表：2008-2009年方正科技集团股份有限公司净利润 246

图表：2008年4季度中兴通讯股份有限公司主营构成 249

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司投资收益分析 249

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司获利能力分析 250

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司经营能力分析 250

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司偿债能力分析 250

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司资本结构 251

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司发展能力分析 251

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司现金流量分析 251

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司主营业务收入 251

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司主营业务利润 252

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司营业利润 252

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司利润总额 252

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司净利润 253

图表：2008年4季度广东美的电器股份有限公司主营构成 257

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司投资收益分析 258

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司获利能力分析 258

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司经营能力分析 258

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司偿债能力分析 259

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司资本结构 259

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司发展能力分析 259

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司现金流量分析 259

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司主营业务收入 260

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司主营业务利润 260

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司营业利润 260

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司利润总额 261

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司净利润 261

图表：2008年4季度青岛海信电器股份有限公司主营构成 272

图表：2008-2009年青岛海信电器股份有限公司投资收益分析 272

图表：2008-2009年青岛海信电器股份有限公司获利能力分析 273

图表：2008-2009年青岛海信电器股份有限公司经营能力分析 273

图表：2008-2009年青岛海信电器股份有限公司偿债能力分析 273

图表：2008-2009年青岛海信电器股份有限公司资本结构 273

图表：2008-2009年青岛海信电器股份有限公司发展能力分析 273

图表：2008-2009年青岛海信电器股份有限公司现金流量分析 274

图表：2008-2009年青岛海信电器股份有限公司主营业务收入 274

图表：2008-2009年青岛海信电器股份有限公司主营业务利润 274

图表：2008-2009年青岛海信电器股份有限公司营业利润 275

图表：2008-2009年青岛海信电器股份有限公司利润总额 275

图表：2008-2009年青岛海信电器股份有限公司净利润 276

图表：2008年4季度海信科龙电器股份有限公司主营构成 276

图表：2008-2009年海信科龙电器股份有限公司投资收益分析 276

图表：2008-2009年海信科龙电器股份有限公司获利能力分析 277

图表：2008-2009年海信科龙电器股份有限公司经营能力分析 277

图表：2008-2009年海信科龙电器股份有限公司偿债能力分析 277

图表：2008-2009年海信科龙电器股份有限公司资本结构 278

图表：2008-2009年海信科龙电器股份有限公司发展能力分析 278

图表：2008-2009年海信科龙电器股份有限公司现金流量分析 278

图表：2008-2009年海信科龙电器股份有限公司主营业务收入 278

图表：2008-2009年海信科龙电器股份有限公司主营业务利润 279

图表：2008-2009年海信科龙电器股份有限公司营业利润 279

图表：2008-2009年海信科龙电器股份有限公司利润总额 280

图表：2008-2009年海信科龙电器股份有限公司净利润 280

图表：2008年4季度四川长虹电器股份有限公司主营构成 283

图表：2008-2009年四川长虹电器股份有限公司投资收益分析 284

图表：2008-2009年四川长虹电器股份有限公司获利能力分析 284

图表：2008-2009年四川长虹电器股份有限公司经营能力分析 284

图表：2008-2009年四川长虹电器股份有限公司偿债能力分析 285

图表：2008-2009年四川长虹电器股份有限公司资本结构 285

图表：2008-2009年四川长虹电器股份有限公司发展能力分析 285

图表：2008-2009年四川长虹电器股份有限公司现金流量分析 285

图表：2008-2009年四川长虹电器股份有限公司主营业务收入 286

图表：2008-2009年四川长虹电器股份有限公司主营业务利润 286

图表：2008-2009年四川长虹电器股份有限公司营业利润 286

图表：2008-2009年四川长虹电器股份有限公司利润总额 287

图表：2008-2009年四川长虹电器股份有限公司净利润 287

图表：2009年1-5月规模以上电子信息制造业与全国工业增加值月度增速对比 297

图表：2009年1-5月软件产业收入构成情况 298

图表：2009年1-5月各地区规模以上电子信息制造业发展情况 299

图表：2009年1-5月规模以上电子信息产业主要指标完成情况 299

图表：2008年1-4季度国内生产总值 306

图表：2004-2008年6月国内生产总值增长趋势图 306

图表：2000-2008年6月城镇固定资产投资名义增速及实际增速 307

图表：2006-2008年5月我国出口累计同比增速对比 307

图表：2008年2-11月我国CPI情况 309

图表：2008年1-12月中国PPI发展情况 309

图表：2008年1-12月中国PPI和CPI走势图 310

图表：2007-2008年我国规模以上工业增加值情况 310

图表：2007年6月-2008年8月我国轻重工业增加值情况 311

图表：2007-2008年我国工业出口交货值情况 311

图表：2006-2008年我国工业企业实现利润情况 311

图表：2006-2008年我国工业企业亏损情况 312

图表：2007-2008年我国工业生产资料价格变化情况 312

图表：2007-2008年我国工业品和原燃料价格变化情况 312

图表：2008年2月工业增加值增长速度 313

图表：2008年3月工业增加值增长速度 313

图表：2008年4月工业增加值增长速度 314

图表：2008年5月工业增加值增长速度 314

图表：2008年6月工业增加值增长速度 315

图表：2008年7月工业增加值增长速度 315

图表：2008年8月工业增加值增长速度 316

图表：2008年9月工业增加值增长速度 316

图表：2008年10月工业增加值增长速度 317

图表：2008年11月工业增加值增长速度 317

图表：2008年12月工业增加值增长速度 318

图表：2008年9月15日金融机构人民币存款利率表 320

图表：2008年9月15日金融机构人民币贷款利率表 320

图表：2008年10月9日金融机构人民币存款利率表 321

图表：2008年10月9日金融机构人民币贷款利率表 321

图表：2008年10月30日金融机构人民币存款利率表 322

图表：2008年10月30日金融机构人民币贷款利率表 322

图表：1996-2008年10月我国期存贷款基准利率走势 323

图表：2008年11月27日金融机构人民币存款利率表 323

图表：2008年11月27日金融机构人民币贷款利率表 324

图表：2008年12月23日金融机构人民币存款利率表 325

图表：2008年12月23日金融机构人民币贷款利率表 325

图表：2008年我国月度进、出口值及增速走势图 328

图表：2008年我国对主要贸易伙伴进出口总值表 330

图表：2008年7月我国进出口商品构成表 332

图表：2008年7月我国进出口总值简要情况表 332

图表：2008年7月我国前十名合作贸易伙伴 332

图表：2008年7月我国前十位出口市场 333

图表：2008年7月我国前十位进口来源地 333

图表：2008年8月我国进出口商品构成表 334

图表：2008年8月我国进出口总值简要情况表 334

图表：2008年8月我国前十名合作贸易伙伴 334

图表：2008年8月我国前十位出口市场 335

图表：2008年8月我国前十位进口来源地 335

图表：2008年9月我国进出口商品构成表 335

图表：2008年9月我国进出口总值简要情况表 336

图表：2008年9月我国前十名合作贸易伙伴 336

图表：2008年9月我国前十位出口市场 336

图表：2008年9月我国前十位进口来源地 337

图表：2008年10月我国进出口总值简要情况表 337

图表：2008年10月我国进出口商品构成表 337

图表：2008年10月我国前十名合作贸易伙伴 338

图表：2008年10月我国前十位出口市场 338

图表：2008年10月我国前十位进口来源地 339

图表：2008年11月我国前十位出口市场 339

图表：2008年11月我国前十位进口来源地 340

图表：2008年12月我国进出口总值简要情况表 340

图表：2008年12月我国前十位出口市场 341

图表：2008年12月我国前十位进口来源地 341

图表：2008年12月我国进出口贸易方式情况 342

图表：2008年12月我国进出口企业性质及其总值情况 343

图表：2008年我国月度进出口总值情况 343

图表：2008年1月国家宏观经济景气指数 344

图表：2008年2月国家宏观经济景气指数 344

图表：2008年3月国家宏观经济景气指数 344

图表：2008年4月国家宏观经济景气指数 344

图表：2008年5月国家宏观经济景气指数 344

图表：2008年6月国家宏观经济景气指数 345

图表：2008年7月国家宏观经济景气指数 345

图表：2008年8月国家宏观经济景气指数 345

图表：2008年9月国家宏观经济景气指数 345

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 345

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 346

图表：2008年11月国家宏观经济景气指数 346

图表：2008年12月国家宏观经济景气指数 346

图表：2008年2月我国固定资产投资完成额 369

图表：2008年3月我国固定资产投资完成额 369

图表：2008年4月我国固定资产投资完成额 369

图表：2008年5月我国固定资产投资完成额 369

图表：2008年6月我国固定资产投资完成额 370

图表：2008年7月我国固定资产投资完成额 370

图表：2008年8月我国固定资产投资完成额 370

图表：2008年9月我国固定资产投资完成额 370

图表：2008年10月我国固定资产投资完成额 370

图表：2008年11月我国固定资产投资完成额 370

图表：2008年12月我国固定资产投资完成额 370

图表：2009年2月我国固定资产投资完成额 371

图表：2009年3月我国固定资产投资完成额 371

图表：2009年4月我国固定资产投资完成额 371

图表：2008年2月我国固定资产投资资金来源371

图表：2008年3月我国固定资产投资资金来源371

图表：2008年4月我国固定资产投资资金来源 371

图表：2008年5月我国固定资产投资资金来源 371

图表：2008年6月我国固定资产投资资金来源 372

图表：2008年7月我国固定资产投资资金来源 372

图表：2008年8月我国固定资产投资资金来源 372

图表：2008年9月我国固定资产投资资金来源 372

图表：2008年10月我国固定资产投资资金来源 372

图表：2008年11月我国固定资产投资资金来源 372

图表：2008年12月我国固定资产投资资金来源 372

图表：2009年2月我国固定资产投资资金来源 373

图表：2009年3月我国固定资产投资资金来源 373

图表：2009年4月我国固定资产投资资金来源 373

图表：区域发展战略咨询流程图 418

图表：区域SWOT战略分析图 420

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/128998.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。