



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国消费电子市场 深度评估及投资前景分析报告

一、调研说明

《2015-2020年中国消费电子市场深度评估及投资前景分析报告》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/252384.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

第一章 消费电子产业概述 13

第一节 消费电子产业界定 13

第二节 消费电子产业特征 13

第三节 消费电子产业发展阶段 14

一、传统家庭视听为主的阶段 14

二、新兴产品不断扩展的阶段 15

三、互联互通阶段 15

四、智能化阶段 15

第四节 消费电子行业的生命周期 15

第五节 消费电子行业的产业价值链 16

第二章 全球消费电子产业概况 16

第一节 全球消费电子的发展现状 16

一、2006-2014年全球消费电子产业面临的内外部发展环境 16

二、2007-2014年全球消费电子产业规模预测 19

三、全球消费电子的产业转移分析（动因、格局、趋势） 20

四、全球消费电子的产业链及价值链各环节分析 23

第二节 全球消费电子行业发展特征分析 23

一、全球消费电子行业的阶段性特征 23

二、全球消费电子行业的市场集中度分析 24

三、全球消费电子产品处于快速的更新换代当中 25

四、发达国家占据消费电子产业价值链的高端 25

第三节 主要国家与地区消费电子产业现状分析 26

一、美国消费电子产业、市场现状分析 26

二、欧洲消费电子产业、市场现状分析 27

三、日本消费电子产业、市场现状分析 28

四、韩国消费电子产业、市场现状分析 30

第四节 全球消费电子行业发展趋势 31

一、市场集中度将进一步提升 31

二、行业竞争加剧，产业链重组与并购 31

三、消费电子产品不断升级，互联互通一体化 32

| | |
|--|----|
| 四、消费电子经营模式将伴随着信息技术的提升逐步改变 | 33 |
| 五、全球产业分工格局将逐步深入 | 33 |
| 第三章 中国消费电子行业发展现状及趋势 | 33 |
| 第一节 中国消费电子行业的阶段性发展特征 | 33 |
| 一、中国消费电子行业已经进入成熟阶段，当仍然有创新的发展空间 | 33 |
| 第二节 当前中国消费电子行业发展环境分析（PEST因素分析） | 35 |
| 一、社会民众电子产品消费意识的不断觉醒 | 35 |
| 二、国家产业政策将逐步转为发展具有高附加值的产品，扭转传统高耗能低产出的经济发展模式 | 37 |
| 三、国家经济不断发展，国民收入不断攀升，购买能力增强 | 37 |
| 四、技术开发投入不断增强 | 39 |
| 第三节 中国消费电子行业发展现状分析 | 39 |
| 一、2007-2014年中国消费电子行业市场规模预测 | 39 |
| 二、中国消费电子行业企业分布现状 | 40 |
| 三、中国消费电子行业生产集中度现状 | 40 |
| 四、中国消费电子行业企业生存状况分析 | 41 |
| 五、中国消费电子行业企业盈利状况分析 | 42 |
| 六、2007-2014年中国消费电子进出口现状 | 42 |
| 第四节 中国消费电子产业转移现状 | 45 |
| 一、中国消费电子产业的集群分布现状 | 45 |
| 二、产业转移现状 | 46 |
| 三、产业转移的动因 | 47 |
| 四、产业转移的方向 | 48 |
| 第五节 中国消费电子产业投资状况分析 | 48 |
| 第六节 中国消费电子行业的市场竞争格局分析 | 50 |
| 一、中国消费电子行业市场竞争格局概述 | 50 |
| 二、中国消费电子行业市场竞争类型分析 | 51 |
| 三、中国消费电子行业市场竞争主体分析 | 51 |
| 四、中国消费电子行业市场竞争行为分析 | 52 |
| 第七节 中国消费电子区域分布现状 | 54 |
| 一、消费电子市场的区域分布现状及特征 | 54 |
| 二、2006-2014年华东地区消费电子产业发展状况 | 55 |

| | |
|----------------------------|----|
| 三、2006-2014年华北地区消费电子产业发展状况 | 56 |
| 四、2006-2014年东北地区消费电子产业发展状况 | 56 |
| 五、2006-2014年华南地区消费电子产业发展状况 | 57 |
| 六、2006-2014年华中地区消费电子产业发展状况 | 58 |
| 七、2006-2014年西部地区消费电子产业发展状况 | 58 |
| 第八节 中国消费电子行业发展趋势 | 59 |
| 一、市场容量及市场需求趋势 | 59 |
| 二、竞争格局发展趋势 | 60 |
| 三、产业链及价值链重塑趋势 | 61 |
| 四、消费电子领域的自主创新趋势 | 62 |
| 五、消费电子领域的产业转移趋势 | 62 |
| 第四章 中国消费电子行业主要细分行业发展现状及趋势 | 64 |
| 第一节 移动通讯终端市场 | 64 |
| 一、产业链构成 | 64 |
| 二、2007-2014年市场规模预测 | 67 |
| 三、2007-2014年进出口状况分析 | 69 |
| 四、生产集中度 | 70 |
| 五、当前经济形势下的企业生产状况分析 | 71 |
| 六、行业存在的问题及发展趋势 | 71 |
| 七、DHD研究成果及建议 | 72 |
| 第二节 家庭视听市场 | 73 |
| 一、产业链构成 | 73 |
| 二、2007-2014年市场规模预测 | 74 |
| 三、2007-2014年进出口状况分析 | 75 |
| 四、生产集中度 | 76 |
| 五、当前经济形势下的企业生产状况分析 | 76 |
| 六、行业存在的问题及发展趋势 | 77 |
| 七、DHD研究成果及建议 | 78 |
| 第三节 消费数码市场 | 78 |
| 一、产业链构成 | 78 |
| 二、2007-2014年市场规模预测 | 79 |
| 三、2007-2014年进出口状况分析 | 81 |

| | |
|-----------------------|-----|
| 四、市场集中度 | 82 |
| 五、当前经济形势下的企业生产状况分析 | 84 |
| 六、行业存在的问题及发展趋势 | 85 |
| 七、DHD研究成果及建议 | 86 |
| 第四节 多功能一体化电子产品市场 | 86 |
| 一、产业链构成 | 86 |
| 二、多功能电子产品市场潜力无限 | 87 |
| 三、生产集中度 | 87 |
| 四、当前经济形势下的企业生产状况分析 | 88 |
| 五、行业存在的问题及发展趋势 | 88 |
| 六、DHD研究成果及建议 | 89 |
| 第五章 中国消费电子新兴市场发展现状及趋势 | 90 |
| 第一节 数字电视市场 | 90 |
| 一、中国数字电视发展历程 | 90 |
| 二、推动因素及阻碍因素对比分析 | 92 |
| 三、数字电视产业合作发展现状 | 93 |
| 四、数字电视市场需求现状 | 96 |
| 五、数字电视产业存在的问题 | 97 |
| 六、数字电视产业发展趋势 | 97 |
| 第二节 数码相机市场 | 98 |
| 一、推动因素及阻碍因素对比分析 | 98 |
| 二、数码相机市场需求现状 | 99 |
| 三、数码相机产业存在的问题 | 101 |
| 四、数码相机产业发展趋势 | 102 |
| 第三节 GPS | 103 |
| 一、GPS发展历程 | 103 |
| 二、推动因素及阻碍因素对比分析 | 104 |
| 三、GPS市场需求现状 | 105 |
| 四、GPS产业存在的问题 | 111 |
| 五、GPS产业发展趋势 | 112 |
| 第四节 IPTV | 116 |
| 一、推动因素及阻碍因素对比分析 | 116 |

| | |
|-------------------------|-----|
| 二、IPTV市场需求现状 | 116 |
| 三、IPTV产业存在的问题 | 118 |
| 四、IPTV产业发展趋势 | 121 |
| 五、中国IPTV发展的DHD措施建议 | 122 |
| 第六章 中国消费电子产业链竞争格局分析 | 123 |
| 第一节 消费电子的产业链合作模式分析 | 123 |
| 第二节 消费电子的原料商 | 124 |
| 一、消费电子的重点原料分布 | 124 |
| 二、消费电子的重点原料市场状况 | 125 |
| 三、国内外重点消费电子的原料商现状分析 | 126 |
| 四、消费电子的重点原料发展趋势 | 127 |
| 第三节 代工企业 | 128 |
| 一、消费电子的代工企业市场状况 | 128 |
| 二、国内外重点消费电子的代工企业现状分析 | 128 |
| 三、消费电子的代工企业发展趋势 | 129 |
| 第四节 品牌商 | 130 |
| 一、消费电子的品牌市场状况 | 130 |
| 二、中外消费电子品牌市场竞争分析 | 131 |
| 三、国内外重点消费电子的品牌商现状分析 | 131 |
| 四、消费电子的品牌发展趋势 | 132 |
| 第五节 渠道商 | 133 |
| 一、国内消费电子商传统的销售渠道类型 | 133 |
| 二、消费电子的重点渠道市场状况 | 135 |
| 三、重点消费电子品牌的渠道分析 | 137 |
| 四、消费电子的重点渠道商发展趋势 | 139 |
| 第七章 中国消费电子产业链重点企业竞争力分析 | 140 |
| 第一节 联想 | 140 |
| 一、企业消费电子发展现状 | 140 |
| 二、2007-2014年企业经营规模及效益分析 | 141 |
| 三、消费电子产业链定位 | 141 |
| 四、消费电子产业发展战略分析 | 141 |
| 五、消费电子产业市场策略分析 | 143 |

| | |
|-------------------------|-----|
| 六、综合竞争力SWOT分析 | 143 |
| 第二节 海尔 | 145 |
| 一、企业消费电子发展现状 | 145 |
| 二、2007-2014年企业经营规模及效益分析 | 146 |
| 三、消费电子产业链定位 | 146 |
| 四、消费电子产业发展战略分析 | 150 |
| 五、消费电子产业市场策略分析 | 151 |
| 六、综合竞争力SWOT分析 | 152 |
| 第三节 爱国者 | 153 |
| 一、企业消费电子发展现状 | 153 |
| 二、消费电子产业链定位 | 154 |
| 三、消费电子产业发展战略分析 | 155 |
| 四、消费电子产业市场策略分析 | 156 |
| 五、综合竞争力SWOT分析 | 157 |
| 第四节 华为 | 158 |
| 一、企业消费电子发展现状 | 158 |
| 二、2007-2014年企业经营规模及效益分析 | 159 |
| 三、消费电子产业链定位 | 160 |
| 四、消费电子产业发展战略分析 | 162 |
| 五、消费电子产业市场策略分析 | 164 |
| 六、综合竞争力SWOT分析 | 165 |
| 第五节 德赛 | 166 |
| 一、企业消费电子发展现状 | 166 |
| 二、2007-2014年企业经营规模及效益分析 | 167 |
| 三、消费电子产业链定位 | 167 |
| 四、消费电子产业发展战略分析 | 168 |
| 五、消费电子产业市场策略分析 | 168 |
| 六、综合竞争力SWOT分析 | 169 |
| 第六节 富士康 | 170 |
| 一、企业消费电子发展现状 | 170 |
| 二、2007-2014年企业经营规模及效益分析 | 171 |
| 三、消费电子产业链定位 | 171 |

- 四、消费电子产业发展战略分析 173
- 五、消费电子产业市场策略分析 174
- 六、综合竞争力SWOT分析 175

图表目录：

- 图表 1：消费电子产业特征 13
- 图表 2：消费电子产业价值链 16
- 图表 3：2006-2014年全球消费电子产业内外部发展环境 17
- 图表 4：2007-2014年全球消费电子产品市场规模及增长率预测分析 20
- 图表 5：2007-2014年全球消费电子产品市场规模及增长率变动分析 20
- 图表 6：全球消费电子产业转移的动因、格局及趋势分析 22
- 图表 7：2013年全球各主要地区消费电子市场份额占比 24
- 图表 8：2013年全球各主要地区消费电子市场份额占比 24
- 图表 9：2007-2014年美国消费电子市场规模分析 27
- 图表 10：2007-2014年欧洲消费电子市场规模及增长率统计 28
- 图表 11：2007-2014年欧洲消费电子市场规模及增长率状况分析 28
- 图表 12：2007-2014年日本消费电子市场规模及增长率分析（单位：亿日元） 29
- 图表 13：中国消费电子行业的阶段性发展特征 34
- 图表 14：2013年6月消费电子的投诉量增长情况 36
- 图表 15：2004-2014年前三季度中国国内生产总值及其增长率 37
- 图表 16：2007-2014年中国消费电子市场规模 亿元 39
- 图表 17：2006年中国大陆出口额较大的五种电子产品 42
- 图表 18：2014年中国出口额前5位的电子信息产品情况 44
- 图表 19：2007-2014年各月电子信息产品进出口增幅 44
- 图表 20：中国消费电子产业集群分布的三大地区 45
- 图表 21：中国消费电子产业转移的动因 47
- 图表 22：中国消费电子产业投资状况分析 48
- 图表 23：金融危机下中国消费电子领先企业的竞争策略对比 52
- 图表 24：中国消费电子市场的区域分布现状 54
- 图表 25：2014年华东地区电子信息制造业主要经济指标完成情况 万元 55
- 图表 26：2014年华北地区电子信息制造业主要经济指标完成情况 56
- 图表 27：2014年东北地区电子信息制造业主要经济指标完成情况 57

图表 28 : 2014年华南地区电子信息制造业主要经济指标完成情况 58

图表 29 : 2014年华中地区电子信息制造业主要经济指标完成情况 58

图表 30 : 2014年西部地区电子信息制造业主要经济指标完成情况 59

图表 31 : 3G模式下的移动通讯终端的产业链 66

图表 32 : 3G产业链主要环节分析 66

图表 33 : 2007-2014年中国手机市场销售量增长预测 67

图表 34 : 2013年三季度中国手机市场品牌竞争结构 68

图表 35 : 2013年三季度中国手机市场零售渠道竞争结构 68

图表 36 : 2007-2014年中国手机出口增长 69

图表 37 : 2013年上半年主要手机出口企业出口量统计 70

图表 38 : 2007-2014年中国平板电视市场规模 亿元 74

图表 39 : 2007-2014年中国彩电出口规模 75

图表 40 : iPhone产业链的台湾企业 79

图表 41 : 2004-2014年中国数码相机市场规模及增长状况统计分析 80

图表 42 : 2004-2014年中国数码相机市场规模及增长状况图 80

图表 43 : 2007-2014年中国数码相机市场销量 80

图表 44 : 2007-2014年中国数码相机出口量 万台 82

图表 45 : 2013年上半年中国消费者MP4品牌占有率统计 83

图表 46 : 经济危机下的消费数码巨头的裁员 84

图表 47 : 多功能一体化电子产品市场产业链构成 86

图表 48 : 多功能一体化电子产品行业生命周期 88

图表 49 : 多功能一体化电子产品DHD产业链整合建议 89

图表 50 : 多功能一体化电子产品DHD竞争策略建议 90

图表 51 : 多功能一体化电子产品DHD消费模式建议 90

图表 52 : 中国数字电视发展阶段 91

图表 53 : 中国数字电视产业发展的推动及阻碍因素 92

图表 54 : 中国数码相机产业发展的推动及阻碍因素 99

图表 55: GPS实施计划共分三个阶段 103

图表 56 : 中国GPS产业各环节盈利水平 105

图表 57 : 2004 - 2014年中国GPS产品结构变化发展趋势 106

图表 58 : 2013年12月最受用户关注的十大GPS品牌 107

图表 59 : 2013年11月与12月最受用户关注的十大品牌分布对比状况 107

- 图表 60 : GPS产业链结构及竞争状况 108
- 图表 61 : GPS便携式产品导航装置的产业价值链示意图 109
- 图表 62 : GPS技术未来相关发展的四大趋向 114
- 图表 63 : 便携式导航装置发展及演化趋势图 114
- 图表 64 : 便携式导航装置市场成长状况及趋势 115
- 图表 65:中国IPTV推动因素及阻碍因素对比分析 116
- 图表 66: 2004-2014年中国IPTV市场规模及增长率统计分析 117
- 图表 67: 2004-2014年中国IPTV市场规模及增长率图 117
- 图表 68 : IPTV五种商业模式基本情况对比 117
- 图表 69:IPTV产业存在问题 120
- 图表 70 : 2014年中国集成电路市场应用结构分析 125
- 图表 71 : 国内消费电子商销售渠道一览表 133
- 图表 72 : 2007-2014年企业经营规模及效益分析 141
- 图表 73 : 联想集团的五大战略支柱 142
- 图表 74 : 联想市场竞争力SWOT分析 144
- 图表 75 : 2007-2014年海尔集团经营规模及效益 146
- 图表 76 : 海尔发展战略创新的四个阶段 150
- 图表 77 : 海尔集团发展阶段特征分析 150
- 图表 78 : 海尔集团市场竞争力SWOT分析 152
- 图表 79 : 海尔集团市场竞争力SWOT分析 157
- 图表 80 : 华为集团主要产品领域 158
- 图表 81 : 2007-2014年企业经营规模及效益 159
- 图表 82 : 华为集团市场竞争力SWOT分析 165
- 图表 83 : 2004-2014年企业经营规模及效益 167
- 图表 84 : 德赛集团市场竞争力SWOT分析 169
- 图表 85 : 2007-2014年企业经营规模及效益分析 171
- 图表 86 : 富士康的投资建厂基本都需要设计的庞大的产业链 172
- 图表 87 : 富士康集团市场竞争力SWOT分析 176

详细请访问 : <https://www.icandata.com/view/252384.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提供投资咨询报告、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。