



艾凯咨询
ICAN Consulting

2004-2005年中国集成电路市场 研究年度报告

一、调研说明

《2004-2005年中国集成电路市场研究年度报告》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/45696.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

主要结论

一、2004年全球集成电路市场发展概述

3 (一) 发展现状

3 1、全球半导体市场增幅高达28.0%，突破了2000年所创的历史记录

5 2、各区域市场成长均创新高，亚太地区增幅最大

5 (二) 基本特点

5 1、期望过高导致生产过剩，库存压力增大

6 2、计算机、手机、数码消费产品是市场增长的主要拉动力

6 (三) 主要国家和地区发展概况

7 1、美洲：制造业外迁，市场份额下降至第四

8 2、日本：3G及数码消费类产品带动市场迅速增长

8 3、欧洲：通信类集成电路需求增长推动市场稳步发展

9 4、亚太(除日本)：全球集成电路市场增长的主要动力 二、2004年中国集成电路市场规模与结构

10 (一) 市场规模

10 1、总量规模

11 2、各季度市场情况

13 (二) 产品市场结构

14 (三) 应用市场结构

15 (四) 品牌市场结构

17 (五) 进出口状况

17 1、进出口规模

18 2、进出口结构 三、2004年中国集成电路市场供需分析

20 (一) 需求分析

20 1、电子产品高性能、智能化、低功耗、高存储容量对集成电路产品提出新需求

20 2、整机市场成本导向及库存增加对集成电路产品形成极强的价格压力

21 3、整机用户地域分布不均及研发能力参差不齐要求渠道多元化和实用化

21 (二) 供给分析

21 1、代工订单快速增长导致产能供应吃紧，全年平均产能利用率保持在90%以上

22	2、产能及库存的矛盾转化影响部分产品供给价格大幅波动
22	3、多种渠道模式并存满足不同层次客户需求
	四、2004年中国集成电路市场竞争格局与厂商市场竞争力评价
23	(一) 竞争格局分析
23	1、重点产品领域竞争格局
25	2、主要应用领域竞争格局
28	(二) 主力厂商市场竞争力评价
28	1、Intel
29	2、Samsung
29	3、TI
30	4、Infineon
31	5、Toshiba
32	6、Philips
32	7、Hynix
33	8、STM
34	9、Freescale
35	10、AMD
	五、影响2005 - 2009年中国集成电路市场发展因素
36	(一) 有利因素
36	1、电子信息产品制造业持续高速发展
37	2、集成电路产业政策进一步落实
37	3、产品技术升级换代
37	4、创新应用不断涌现
38	5、新兴市场日趋成熟
38	(二) 不利因素
38	1、传统整机市场需求趋向饱和
38	2、市场对新产品和新技术的接受程度
39	3、软件开发水平相对较低
	六、2005 - 2009年中国集成电路市场趋势分析
40	(一) 产品技术趋势
40	1、互联消费和移动计算理念趋向普及
40	2、安全技术向芯片级解决方案发展
42	(二) 价格趋势
42	1、制造产能陆续释放导致产品价格走低
42	2、市场景气不明朗导致产品价格波动

42	3、新竞争者的不断加入导致产品价格面临大幅下降的挑战
43	(三) 渠道趋势
43	1、从单纯的提供贸易及物流服务向提供设计服务方向发展
43	2、渠道分工进一步细化，与第三方的合作成为趋势
44	(四) 应用市场趋势
44	1、数字电视将带动消费类集成电路市场快速增长
44	2、3G的启动将为通信类芯片市场带来新契机
45	3、汽车电子类集成电路将成为市场增长的新亮点
七、	2005 - 2009年中国集成电路市场发展预测
46	(一) 2005 - 2009年市场规模预测
47	(二) 2005 - 2009年市场结构预测
47	1、应用结构预测
48	2、产品结构预测
八、	建议
50	(一) 顺应3C融合潮流，关注集成电路新兴市场
50	(二) 加强与第三方的合作，弥补产业链缺失环节
51	(三) 提升运营效率，应对全球化竞争
报告说明	表目录
3	表1 全球半导体市场规模与增长
4	表2 2004年全球半导体市场各季度销售额及环比增长
6	表3 2004年全球半导体市场销售额区域结构及各地区增长率
10	表4 2000 - 2004年中国集成电路市场销售额规模及增长率
12	表5 2004年中国集成电路市场季度规模及环比增长
13	表6 2004年中国半导体市场产品结构
15	表7 2004年中国半导体市场应用结构
16	表8 2004年中国半导体市场品牌结构
17	表9 2000 - 2004年中国半导体产品进口规模及增长
18	表10 2000 - 2004年中国半导体产品出口规模及增长
18	表11 2004年中国集成电路市场进口结构
19	表12 2004年中国集成电路市场出口结构
26	表13 2004年中国计算机类集成电路市场各应用领域厂商竞争格局
46	表14 2005 - 2009年中国半导体市场规模及增长率预测
48	表15 2005 - 2009年中国半导体市场应用结构预测
48	表16 2005 - 2009年中国半导体各应用市场比重及增长率预测

49	表17 2005 - 2009年中国半导体市场产品结构预测
49	表18 2005 - 2009年中国半导体市场各产品比重及增长率预测 图目录
4	图1 全球半导体市场规模与增长
5	图2 2004年全球半导体市场各季度销售额及环比增长
7	图3 2004年全球半导体市场销售额区域结构
10	图4 2000 - 2004年中国集成电路市场销售额规模及增长率
12	图5 2004年中国集成电路市场季度规模及环比增长
15	图6 2004年中国半导体市场应用结构
47	图7 2005 - 2009年中国半导体市场规模及增长率预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45696.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。