



艾凯咨询
ICAN Consulting

2004-2005年中国消费电子类集成电路市场研究年度报告

一、调研说明

《2004-2005年中国消费电子类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/45700.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年全球消费电子类集成电路市场现状与特点 3
 - (一) 发展现状
 - 3 1、全球消费电子类集成电路市场继续加速增长，规模突破300亿美元
 - 4 2、中国仍是全球消费电子类集成电路市场的最亮点
 - (二) 基本特点
 - 4 1、消费电子类产品仍是集成电路市场增长的领导力量
 - 6 2、竞争者数量激增加大消费电子类集成电路市场生存压力
 - 6 3、库存过剩导致消费电子类集成电路市场价格战升级
 - (三) 主要国家和地区发展概要
 - 7 1、美国：市场需求集中高端，产业发展表现稳健
 - 7 2、日本：依靠资本投入扩大竞争优势
 - 8 3、欧洲：产业发展强劲增长
 - 8 4、亚太地区(日本除外)：继续引领全球市场增长
- 二、2004年中国消费电子类集成电路市场现状与特点 10
 - (一) 市场规模
 - 10 1、总量规模
 - 11 2、增长速度
 - 12 3、各季度市场情况
 - (二) 市场结构
 - 14 1、产品结构
 - 17 2、应用结构
 - 19 3、品牌结构
- 三、2004年中国传统消费电子类集成电路市场分析 21
 - (一) 规模和结构
 - 21 1、市场规模及增长
 - 23 2、市场结构
 - (二) 细分领域市场分析
 - 26 1、彩色电视机
 - 29 2、空调
 - 31 3、电冰箱/冷冻箱
 - 34 4、音响
- 四、2004年中国数字消费电子类集成电路市场分析

39	(一) 规模和结构
39	1、市场规模与增长
41	2、市场结构
43	(二) 细分领域市场分析
43	1、DVD播放机
45	2、数码相机
47	3、机顶盒 五、2004年中国消费电子类集成电路市场供需分析
51	(一) 需求分析
51	1、产品需求
51	2、激烈的市场竞争要求集成电路产品价格不断下降
52	3、销售渠道日趋细分化和多元化
52	4、整机厂商要求集成电路厂商提供更为完善的整体解决方案服务
53	(二) 供给分析
53	1、产品供给
53	2、单个产品价格下降的同时市场平均价格不断上升
54	3、直销、分销仍是主要的产品渠道形式
55	4、厂商通过不同方式提升服务水平 六、2004年中国消费电子类集成电路市场竞争格局与主力厂商市场竞争力评价 56 (一) 竞争格局分析
56	1、主要应用领域竞争格局分析
57	2、重点产品领域竞争格局分析
57	(二) 主力厂商市场竞争力评价
59	1、东芝
59	2、联发科技
60	3、三星
61	4、飞利浦
62	5、意法半导体
63	6、瑞萨
64	7、松下
64	8、Infineon
65	9、NEC
65	10、TI 七、影响2005 - 2009年中国消费电子类集成电路市场发展因素分析 67 (一) 有利因素

67	1、整机产品制造市场潜力巨大
67	2、整机产品结构升级趋势强劲
68	3、数字电视发展空间诱人
68	4、国内产业迅速发展
69	(二) 不利因素
69	1、国际产业循环进入低速发展期
69	2、库存过剩将导致某些领域市场低价竞争
8、2005 - 2009年中国消费电子类集成电路市场趋势分析	
70	(一) 产品技术趋势
70	1、SOC应用领域将更加广泛
70	2、MCU向32位迁移趋势明显
71	(二) 价格变化趋势
71	1、整体市场平均价格继续上升
71	2、单个产品价格持续下降
71	(三) 渠道发展趋势
71	1、直销渠道将强化专业化、细分化
72	2、分销渠道将加速整合
72	(四) 用户需求趋势
72	1、数字消费电子整机用户追求高性能、多功能
72	2、传统消费电子整机用户关注价格优势
9、2005 - 2009年中国消费电子类集成电路市场发展预测	
74	(一) 市场规模预测
74	1、市场总量预测
74	2、增长速度预测
76	(二) 市场结构预测
76	1、产品结构
77	2、应用结构
十、建议	
79	(一) 从SOC和SIP两个途径出发，提升企业的产品技术竞争力
80	(二) 降低成本与增加差异化并举，提升企业的价格竞争力
80	(三) 简化层次和扩张规模，是提升渠道竞争力的保证
81	(四) 明确需求，强化产品增值，是提升企业服务竞争力的关键
81	(五) 建立多层次合作体系，提升企业品牌竞争力
报告说明	
表目录	
10	表1 2001 - 2004年中国消费电子类集成电路市场规模
11	表2 2001 - 2004年中国消费电子类集成电路市场增长速度

- 13 表3 2004年中国消费电子类集成电路市场各季度情况
- 14 表4 2004年中国消费电子类集成电路市场销量产品结构
- 16 表5 2004年中国消费电子类集成电路市场销售额产品结构
- 17 表6 2004年中国消费电子类集成电路市场销量应用结构
- 18 表7 2004年中国消费电子类集成电路市场应用结构
- 19 表8 2004年中国消费电子类集成电路市场品牌结构
- 21 表9 2001 - 2004年中国传统消费电子类集成电路市场销量及增长
- 22 表10 2001 - 2004年中国传统消费电子类集成电路市场销售额及增长 23 表11 2004年中国
中国传统消费电子类集成电路市场应用结构
- 24 表12 2004年中国传统消费电子类集成电路市场应用结构
- 26 表13 2001 - 2004年中国彩色电视机产量增长情况
- 27 表14 2004年中国彩色电视机类集成电路市场规模
- 28 表15 2004年中国彩色电视机类主要集成电路供应商情况
- 29 表16 2001 - 2004年中国空调产量增长率
- 30 表17 2004年中国空调器类集成电路市场规模
- 31 表18 2004年中国空调器类主要集成电路供应商状况
- 32 表19 2001 - 2004年中国电冰箱/冷冻箱产量增长
- 33 表20 2004年中国电冰箱/冷冻箱类集成电路市场规模
- 34 表21 2004年中国电冰箱/冷冻箱类主要集成电路供应商状况
- 34 表22 2001 - 2004年中国音响产量增长
- 35 表23 2004年中国音响类集成电路市场规模
- 36 表24 2004年中国音响类集成电路市场应用结构
- 38 表25 2004年中国音响类主要集成电路供应商状况
- 39 表26 2001 - 2004年中国数字消费电子类集成电路市场销量及增长
- 40 表27 2001 - 2004年中国数字消费电子类集成电路市场销售额及增长 41 表28 2004年中
国数字消费电子类集成电路市场销量应用结构
- 42 表29 2004年中国数字消费电子类集成电路市场销售额应用结构
- 43 表30 2001 - 2004年中国DVD产量增长
- 44 表31 2004年中国DVD类集成电路市场规模
- 45 表32 2004年中国DVD类集成电路主要供应商状况
- 46 表33 2001 - 2004年中国数码相机产量增长
- 46 表34 2004年中国数码相机类集成电路市场规模

- 47 表35 2004年中国数码相机类集成电路主要供应商状况 48 表36 2001 - 2004年中国机顶盒产量增长
- 49 表37 2004年中国机顶盒类集成电路市场规模
- 50 表38 2004年中国各类机顶盒相关领域主要供应商状况 58 表39 2004年中国消费电子类集成电路市场前20大主力厂商排名
- 59 表40 2004年东芝半导体在中国消费电子类集成电路市场销售额及排名变化
- 60 表41 2004年联发科技在中国消费电子类集成电路市场销售额及排名变化
- 60 表42 2004年三星半导体在中国消费电子类集成电路市场销售额及排名变化
- 61 表43 2004年飞利浦半导体在中国消费电子类集成电路市场销售额及排名变化
- 62 表44 2004年意法半导体在中国消费电子类集成电路市场销售额及排名变化
- 63 表45 2004年瑞萨半导体在中国消费电子类集成电路市场销售额及排名变化
- 64 表46 2004年松下半导体在中国消费电子类集成电路市场销售额及排名变化
- 64 表47 2004年Infineon在中国消费电子类集成电路市场销售额及排名变化
- 65 表48 2004年NEC在中国消费电子类集成电路市场销售额及排名变化
- 66 表49 2004年TI在中国消费电子类集成电路市场销售额及排名变化
- 74 表50 2005 - 2009年中国消费电子类集成电路市场规模预测
- 75 表51 2005 - 2009年中国消费电子类集成电路市场增长速度预测
- 77 表52 2005 - 2009年中国消费电子类集成电路市场产品结构预测
- 78 表53 2005 - 2009年中国消费电子类集成电路市场应用结构预测 图目录
- 3 图1 2000 - 2004年全球消费电子类集成电路市场规模
- 4 图2 2001 - 2004年中国消费电子类集成电路市场占全球份额变化
- 5 图3 2000 - 2004年全球消费电子类集成电路市场与整体半导体市场增长速度比较
- 5 图4 1999 - 2004年全球消费电子类集成电路占半导体整体市场比例
- 11 图5 2001 - 2004年中国消费电子类集成电路市场规模占全球份额变化
- 12 图6 2001 - 2004年中国消费电子类集成电路市场销量及增长
- 12 图7 2001 - 2004年中国消费电子类集成电路市场销售额及增长
- 13 图8 2004年中国消费电子类集成电路各季度市场销售额及环比增长
- 14 图9 2003年与2004年中国消费电子类集成电路市场各季度情况比较
- 15 图10 2004年中国消费电子类集成电路市场销量产品结构
- 15 图11 2004年中国消费电子类集成电路市场各类产品销量增长情况
- 16 图12 2004年中国消费电子类集成电路市场销售额产品结构
- 17 图13 2004年中国消费电子类集成电路市场各类产品销售额增长情况 18 图14 2004年中国

消费电子类集成电路市场销量应用结构

19 图15 2004年中国消费电子类集成电路市场销售额应用结构

20 图16 2004年中国消费电子类集成电路市场品牌结构

22 图17 2001 - 2004年中国传统消费电子类集成电路市场销量及增长

22 图18 2001 - 2004年中国传统消费电子类集成电路市场销售额及增长 23 图19 2004年中国传统消费电子类集成电路市场应用结构 24 图20 2004年中国传统消费电子类集成电路市场各应用领域销量增长情况

25 图21 2004年中国传统消费电子类集成电路市场应用结构(销售额)

25 图22 2004年中国传统消费电子类集成电路市场各应用领域销售额增长情况

27 图23 2001 - 2004年中国彩色电视机产量增长情况

28 图24 2004年中国彩色电视机类集成电路市场规模及增长

29 图25 2001 - 2004年中国空调产量增长

31 图26 2004年中国空调器类集成电路市场规模及增长

32 图27 2001 - 2004年中国电冰箱/冷冻箱产量增长

33 图28 2004年中国电冰箱/冷冻箱类集成电路市场规模及增长

35 图29 2001 - 2004年中国音响产量增长

36 图30 2004年中国音响类集成电路市场规模及增长

37 图31 2004年中国音响类集成电路市场应用结构

37 图32 2004年中国音响类集成电路领域各应用市场销售额增长情况

40 图33 2001 - 2004年中国数字消费电子类集成电路市场销量及增长

41 图34 2001 - 2004年中国数字消费电子类集成电路市场销售额及增长 42 图35 2004年中国数字消费电子类集成电路市场销量应用结构

43 图36 2004年中国数字消费电子类集成电路市场销售额应用结构

44 图37 2001 - 2004年中国DVD产量增长

45 图38 2004年中国DVD类集成电路市场规模及增长

46 图39 2001 - 2004年中国数码相机产量增长

47 图40 2004年中国数码相机类集成电路市场规模及增长 49 图41 2001 - 2004年中国机顶盒产量增长

50 图42 2004年中国机顶盒类集成电路市场规模及增长

54 图43 2001 - 2004年中国消费电子类集成电路市场平均价格变化

75 图44 2005 - 2009年中国消费电子类集成电路市场销量及增长预测

76 图45 2005 - 2009年中国消费电子类集成电路市场销售额及增长预测 77 图46 2005 - 2009

年中国消费电子类集成电路市场产品结构预测

78 图47 2005 - 2009年中国消费电子类集成电路市场应用结构预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45700.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。