

2017-2022年中国3C行业市场全景评估及发展趋势研究预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国3C行业市场全景评估及发展趋势研究预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/318581.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

产业规模巨大，整体增速仍然较快：根据我们的测算，2015年国内3C行业固定资产投资额达8683亿元，同比增长14%。分行业来看，电子元器件制造行业总体保持近6000亿的固定资产投资，此外，通信设备和电子计算机制造行业年均固定资产投资额也超千亿。我们按照30%-40%的设备投资额测算，3C自动化设备行业投资规模可达2606-3473亿元。

3C产行业固定资产投资情况 数据来源：公开资料整理 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 3C行业相关概述

1.1 3C行业定义及特点

1.1.1 3C行业的定义

1.1.2 3C行业产品特点

1.2 3C行业产品分类

1.2.1 计算机

1.2.2 通讯设备

1.2.3 消费电子产品

第二章 3C行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.1.3 行业利润水平及变动趋势

2.2 进入本行业的主要障碍

2.2.1 资金准入障碍

2.2.2 市场准入障碍

2.2.3 技术与人才障碍

2.2.4 其他障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

1、行业的周期波动性

2、行业产品生命周期

2.3.2 行业的区域性

2.4 行业与上下游行业的关联性

2.4.1 行业产业链概述

2.4.2 上游产业分布

2.4.3 下游产业分布

第三章 2014-2016年中国3C行业发展环境分析

3.1 3C行业政治法律环境（P）

3.1.1 行业主管部门分析

3.1.2 行业监管体制分析

3.1.3 行业主要法律法规

- 1、《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》
- 2、《国务院关于加快培育和发展战略性新兴产业的决定》
- 3、《国家战略性新兴产业“十三五”发展规划》
- 4、《关于加强移动智能终端进网管理的通知》

3.1.4 相关产业政策分析

3.1.5 行业相关发展规划

3.2 3C行业经济环境分析（E）

3.2.1 国际宏观经济形势分析

3.2.2 中国宏观经济形势分析

3.3 3C行业社会环境分析（S）

3.3.1 人口环境分析

3.3.2 教育环境分析

3.3.3 文化环境分析

3.3.4 生态环境分析

3.4 3C行业技术环境分析（T）

3.4.1 3C技术分析

3.4.2 3C技术发展水平

3.4.3 行业主要技术发展趋势

第四章 全球3C行业发展概述

4.1 2014-2016年全球3C行业发展情况概述

4.1.1 全球3C行业发展现状

4.1.2 全球3C行业发展特征

- 4.1.3 全球3C行业市场规模
- 4.2 2014-2016年全球主要地区3C行业发展状况
 - 4.2.1 欧洲3C行业发展情况概述
 - 4.2.2 美国3C行业发展情况概述
 - 4.2.3 日韩3C行业发展情况概述
- 4.3 2017-2022年全球3C行业发展前景预测
 - 4.3.1 全球3C行业市场规模预测
 - 4.3.2 全球3C行业发展前景分析
 - 4.3.3 全球3C行业发展趋势分析
- 4.4 全球3C行业重点企业发展动态分析

第五章 中国3C行业发展概述

- 5.1 中国3C行业发展状况分析
 - 5.1.1 中国3C行业发展阶段
 - 5.1.2 中国3C行业发展总体概况 3C行业固定投资产分布 数据来源：公开资料整理
 - 5.1.3 中国3C行业发展特点分析
- 5.2 2014-2016年3C行业发展现状
 - 5.2.1 2014-2016年中国3C行业市场规模
 - 5.2.2 2014-2016年中国3C行业发展分析
 - 5.2.3 2014-2016年中国3C企业发展分析
- 5.3 2017-2022年中国3C行业面临的困境及对策
 - 5.3.1 中国3C行业面临的困境及对策
 - 1、中国3C行业面临困境
 - 2、中国3C行业对策探讨
 - 5.3.2 中国3C企业发展困境及策略分析
 - 1、中国3C企业面临的困境
 - 2、中国3C企业的对策探讨

第六章 中国3C行业市场运行分析

- 6.1 2014-2016年中国3C行业总体规模分析
 - 6.1.1 企业数量结构分析
 - 6.1.2 人员规模状况分析
 - 6.1.3 行业资产规模分析
 - 6.1.4 行业市场规模分析
- 6.2 2014-2016年中国3C行业产销情况分析

- 6.2.1 中国3C行业工业总产值
- 6.2.2 中国3C行业工业销售产值
- 6.2.3 中国3C行业产销率
- 6.3 2014-2016年中国3C行业市场供需分析
 - 6.3.1 中国3C行业供给分析
 - 6.3.2 中国3C行业需求分析
 - 6.3.3 中国3C行业供需平衡
- 6.4 2014-2016年中国3C行业财务指标总体分析
 - 6.4.1 行业盈利能力分析
 - 6.4.2 行业偿债能力分析
 - 6.4.3 行业营运能力分析
 - 6.4.4 行业发展能力分析

第七章 中国3C行业细分市场分析

- 7.1 3C行业细分市场概况
 - 7.1.1 市场细分充分程度
 - 7.1.2 市场细分发展趋势
 - 7.1.3 市场细分战略研究
 - 7.1.4 细分市场结构分析
- 7.2 计算机市场
 - 7.2.1 市场发展现状概述
 - 7.2.2 行业市场规模分析
 - 7.2.3 行业市场需求分析
 - 7.2.4 产品市场潜力分析
- 7.3 通讯设备市场
 - 7.3.1 市场发展现状概述
 - 7.3.2 行业市场规模分析
 - 7.3.3 行业市场需求分析
 - 7.3.4 产品市场潜力分析
- 7.4 消费电子产品市场
 - 7.4.1 市场发展现状概述
 - 7.4.2 行业市场规模分析
 - 7.4.3 行业市场需求分析
 - 7.4.4 产品市场潜力分析

第八章 中国3C行业上、下游产业链分析

8.1 3C行业产业链概述

8.1.1 产业链定义

8.1.2 3C行业产业链

8.2 3C行业主要上游产业发展分析

8.2.1 上游产业发展现状

1、电子元器件

2、平板显示

3、移动芯片

8.2.2 上游产业供给分析

8.2.3 上游供给价格分析

8.2.4 主要供给企业分析

8.3 3C行业主要下游产业发展分析

8.3.1 下游（应用行业）产业发展现状

8.3.2 下游（应用行业）产业需求分析

1、计算机需求

2、手机需求

3、可穿戴设备需求

8.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析

8.3.4 下游（应用行业）最具前景产品/行业分析

第九章 中国3C行业市场竞争格局分析

9.1 中国3C行业竞争格局分析

9.1.1 3C行业区域分布格局

9.1.2 3C行业企业规模格局

9.1.3 3C行业企业性质格局

9.2 中国3C行业竞争五力分析

9.2.1 3C行业上游议价能力

9.2.2 3C行业下游议价能力

9.2.3 3C行业新进入者威胁

9.2.4 3C行业替代产品威胁

9.2.5 3C行业现有企业竞争

9.3 中国3C行业竞争SWOT分析

9.3.1 3C行业优势分析（S）

9.3.2 3C行业劣势分析（W）

9.3.3 3C行业机会分析（O）

9.3.4 3C行业威胁分析（T）

9.4 中国3C行业投资兼并重组整合分析

9.4.1 投资兼并重组现状

9.4.2 投资兼并重组案例

第十章 中国3C行业领先企业竞争力分析

10.1 联想控股股份有限公司竞争力分析

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.1.5 企业最新发展动态

10.1.6 企业发展战略分析

10.2 青岛海尔股份有限公司竞争力分析

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主要产品分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业经营状况分析

10.2.5 企业最新发展动态

10.2.6 企业发展战略分析

10.3 中兴通讯股份有限公司竞争力分析

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要产品分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.3.5 企业最新发展动态

10.3.6 企业发展战略分析

10.4 青岛海信电器股份有限公司竞争力分析

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.4.5 企业最新发展动态

10.4.6 企业发展战略分析

10.5 四川长虹电器股份有限公司竞争力分析

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.5.5 企业最新发展动态

10.5.6 企业发展战略分析

10.6 方正科技集团股份有限公司竞争力分析

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要产品分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营状况分析

10.6.5 企业最新发展动态

10.6.6 企业发展战略分析

10.7 同方股份有限公司竞争力分析

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主要产品分析

10.7.3 企业竞争优势分析

10.7.4 企业经营状况分析

10.7.5 企业最新发展动态

10.7.6 企业发展战略分析

10.8 创维数字股份有限公司竞争力分析

10.8.1 企业发展基本情况

10.8.2 企业主要产品分析

10.8.3 企业竞争优势分析

10.8.4 企业经营状况分析

10.8.5 企业最新发展动态

10.8.6 企业发展战略分析

10.9 康佳集团股份有限公司竞争力分析

10.9.1 企业发展基本情况

10.9.2 企业主要产品分析

10.9.3 企业竞争优势分析

10.9.4 企业经营状况分析

10.9.5 企业最新发展动态

10.9.6 企业发展战略分析

10.10 宁波波导股份有限公司竞争力分析

10.10.1 企业发展基本情况

10.10.2 企业主要产品分析

10.10.3 企业竞争优势分析

10.10.4 企业经营状况分析

10.10.5 企业最新发展动态

10.10.6 企业发展战略分析

第十一章 2017-2022年中国3C行业发展趋势与前景分析

11.1 2017-2022年中国3C市场发展前景

11.1.1 2017-2022年3C市场发展潜力

11.1.2 2017-2022年3C市场发展前景展望

11.1.3 2017-2022年3C细分行业发展前景分析

11.2 2017-2022年中国3C市场发展趋势预测

11.2.1 2017-2022年3C行业发展趋势

11.2.2 2017-2022年3C市场规模预测

11.2.3 2017-2022年3C行业应用趋势预测

11.3 2017-2022年中国3C行业供需预测

11.3.1 2017-2022年中国3C行业供给预测

11.3.2 2017-2022年中国3C行业需求预测

11.3.3 2017-2022年中国3C供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 行业发展有利因素与不利因素

11.4.2 市场整合成长趋势

11.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.4 企业区域市场拓展的趋势

11.4.5 科研开发趋势及替代技术进展

第十二章 2017-2022年中国3C行业市场发展机遇

12.1 3C行业“十三五”规划研究

12.1.1 “十二五”行业发展回顾

12.1.2 “十三五”规划主要目标

12.1.3 “十三五”规划热点研究

12.1.4 “十三五”规划对行业影响分析

12.1.5 “十三五”规划下行业机遇分析

12.2 “一带一路”战略下行业发展机遇

12.2.1 “一带一路”战略基本概况

12.2.2 “一带一路”战略实施进度

12.2.3 “一带一路”战略预期目标

12.2.4 “一带一路”战略对行业影响分析

12.2.5 “一带一路”战略下行业机遇分析

12.3 “互联网+”战略下行业发展机遇

12.3.1 “互联网+”战略基本定义概念

12.3.2 “互联网+”战略基本特点分析

12.3.3 “互联网+”战略行业应用领域

12.3.4 “互联网+”战略对行业影响分析

12.3.5 “互联网+”战略下行业机遇分析

12.4 “新常态”背景下行业发展机遇

12.4.1 “新常态”经济下基本内涵定义

12.4.2 “新常态”经济下发展特点分析

12.4.3 “新常态”经济对行业影响分析

12.4.4 “新常态”经济下行业机遇分析

12.4.5 “新常态”经济下行业趋势分析

12.5 “工业4.0”背景下行业发展机遇

12.5.1 “工业4.0”基本内涵定义

12.5.2 “工业4.0”经济发展整体目标

12.5.3 “工业4.0”战略对行业影响分析

12.5.4 “工业4.0”背景下行业机遇分析

12.5.5 “工业4.0”背景下行业趋势分析

12.6 “中国制造2025”背景下行业发展机遇

12.6.1 “中国制造2025”基本内涵定义

12.6.2 “中国制造2025”提出背景分析

12.6.3 “中国制造2025”战略目标分析

12.6.4 “中国制造2025”对行业影响分析

12.6.5 “中国制造2025”下行业机遇分析

第十三章 2017-2022年中国3C行业投资前景

13.1 3C行业投资现状分析

13.1.1 3C行业投资规模分析

13.1.2 3C行业投资资金来源构成

13.1.3 3C行业投资资金用途分析

13.2 3C行业投资特性分析

13.2.1 3C行业进入壁垒分析

13.2.2 3C行业盈利模式分析

13.2.3 3C行业盈利因素分析

13.3 3C行业投资机会分析

13.3.1 产业链投资机会

13.3.2 细分市场投资机会

13.3.3 重点区域投资机会

13.3.4 产业发展的空白点分析

13.4 3C行业投资风险分析

13.4.1 3C行业政策风险

13.4.2 宏观经济风险

13.4.3 市场竞争风险

13.4.4 关联产业风险

13.4.5 产品结构风险

13.4.6 技术研发风险

13.4.7 其他投资风险

13.5 3C行业投资潜力与建议

13.5.1 3C行业投资潜力分析

13.5.2 3C行业最新投资动态

13.5.3 3C行业投资机会与建议

第十四章 2017-2022年中国3C企业投资战略与客户策略分析

14.1 3C企业发展战略规划背景意义

14.1.1 企业转型升级的需要

14.1.2 企业做大做强的需要

14.1.3 企业可持续发展需要

14.2 3C企业战略规划制定依据

14.2.1 国家政策支持

14.2.2 行业发展规律

14.2.3 企业资源与能力

14.2.4 可预期的战略定位

14.3 3C企业战略规划策略分析

14.3.1 战略综合规划

14.3.2 技术开发战略

14.3.3 区域战略规划

14.3.4 产业战略规划

14.3.5 营销品牌战略

14.3.6 竞争战略规划

14.4 3C中小企业发展战略研究

14.4.1 中小企业存在主要问题

- 1、缺乏科学的发展战略
- 2、缺乏合理的企业制度
- 3、缺乏现代的企业管理
- 4、缺乏高素质的专业人才
- 5、缺乏充足的资金支撑

14.4.2 中小企业发展战略思考

- 1、实施科学的发展战略
- 2、建立合理的治理结构
- 3、实行严明的企业管理
- 4、培养核心的竞争实力
- 5、构建合作的企业联盟

14.5 市场的重点客户战略实施

14.5.1 实施重点客户战略的必要性

14.5.2 合理确立重点客户

14.5.3 重点客户战略管理

14.5.4 重点客户管理功能

第十五章 研究结论及建议

15.1 研究结论

15.2 专家建议

15.2.1 行业发展策略建议

15.2.2 行业投资方向建议

15.2.3 行业投资方式建议

部分图表目录：

图表：3C行业特点

图表：3C行业生命周期

图表：3C行业产业链分析

图表：2014-2016年3C行业市场规模分析

图表：2017-2022年3C行业市场规模预测

图表：中国3C行业盈利能力分析

图表：中国3C行业运营能力分析

图表：中国3C行业偿债能力分析

图表：中国3C行业发展能力分析

图表：中国3C行业经营效益分析

图表：2014-2016年3C重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国3C行业销售情况分析

图表：2014-2016年中国3C行业利润情况分析

图表：2014-2016年中国3C行业资产情况分析

图表：2014-2016年中国3C竞争力分析

图表：2017-2022年中国3C产能预测

图表：2017-2022年中国3C消费量预测

图表：2017-2022年中国3C市场前景预测

图表：2017-2022年中国3C市场价格走势预测

图表：2017-2022年中国3C发展前景预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/318581.html>