

2020年中国消费电子行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国消费电子行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxinshebei/431608431608.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

1、全球消费电子行业发展情况

在主要发达国家和地区经济持续复苏、消费电子技术创新等因素驱动下，全球消费电子行业呈现持续稳定的发展态势。据市场调研机构 Euromonitor 的统计，2017 年全球消费电子产品零售额已接近 7,000 亿美元，其中亚太、北美和欧洲市场占比较高，合计占本行业全球市场份额 80% 以上，市场容量巨大。

智能手机、平板电脑等移动设备市场爆发式增长及消费电子产品技术的进步等因素系全球消费电子行业快速发展的核心动力。全球移动设备行业市场规模的高速增长相应地催生并拉动了其周边产品市场等消费电子行业细分市场的快速崛起：移动电源、充电器及线材、无线耳机及音箱等满足消费者新兴需求的前沿产品层出不穷，极大地推动并扩展了全球消费电子行业的发展规模与行业边界。此外，在人工智能、移动互联网和大数据等领先前沿技术的引领下，全球智能硬件市场方兴未艾，亦成为推动全球消费电子行业可持续发展的驱动因素之一。

2、全球移动设备周边产品行业发展情况

(1) 全球移动设备行业发展情况

基于消费电子产品制造技术的迭代发展以及移动互联网应用的普及，以智能手机、平板和笔记本电脑为代表的全球移动设备市场规模快速增长，消费者群体持续扩大。

根据市场研究机构 IDC 统计，2018 年全球智能手机出货量已达近 14.05 亿部。预计到 2022 年，全球智能手机出货量将上升至 16.54 亿部，呈现在高基数基础上继续稳步发展的态势。

全球智能手机出货量

数据来源：IDC《移动手机季度跟踪报告》

(2) 全球主要移动设备周边产品行业发展情况

全球移动设备行业的市场规模持续扩大、消费者对移动设备产品使用程度与依赖程度不断上升等因素，带动了移动电源、充电器及线材等充电类产品，无线耳机和音箱等音频类产品等移动设备周边产品市场的迅速崛起。

其中，充电传输类产品包括：移动电源、充电器及线材等，系移动设备重要的输入型设备，为智能手机、平板电脑及笔记本电脑等移动设备进行充电、数据传输所用。音频类产品包括耳机和音箱等，其中无线耳机和无线音箱已日渐成为主流的移动设备音频输出工具，系移动设备重要的输出型设备。

全球充电传输类产品行业发展情况

A、全球移动电源市场

随着移动设备产品性能的提高、产品的功耗大幅增加，消费者对能够为设备即时充电的移动电源需求、性能要求相应提升；当前，全球移动电源市场中产品的品种类型及应用领域日益丰富，市场规模持续扩大。

据市场调研机构 Grand View Research 统计，2018 年全球移动电源市场规模已达 84.90 亿美元，预计到 2022 年全球移动电源的市场规模将增加至 214.70 亿美元，年复合增长率达 26.10%。

8001-20000 毫安时 (mAh) 为移动电源市场的主要产品，符合大多数消费者客户的使用需求。据统计，2018 年全球 8001-20000 毫安时 (mAh) 移动电源市场规模已达 29.30 亿美元，占全球移动电源市场规模的 34.51%，预计到 2022 年其市场规模将达 76.50 亿美元，具备较大的增长空间。

全球移动电源市场规模（按产品储能大小划分）

数据来源：Grand View Research

从市场地域分布上看，亚太、北美和欧洲为移动电源的主要市场所在地。2018 年亚太、北美和欧洲市场规模分别为 42.20 亿美元、13.80 亿美元和 16.00 亿美元。预计到 2022 年，上述三大区域市场规模将分别上升至 108.70 亿美元、32.60 亿美元和 39.10 亿美元，年复合增长率将分别达到 26.69%、23.98%和 25.03%，全球移动电源市场规模将超过 200 亿美元，市场发展空间巨大。

全球移动电源市场规模（按地域划分）

数据来源：Grand View Research

B、全球充电器及线材产品市场

据咨询机构 Research and Markets 统计，智能手机充电器、线材等周边产品市场规模预计至 2022 年将达到 1,040 亿美元。依托于全球移动设备市场规模的快速增长，移动设备充电器和线材产品为代表的移动设备周边产品市场规模增长迅速。其中，充电器、线材等产品已成为移动设备周边主流、必备产品。

智能手机等移动设备销量不断增加催生了消费者对其周边产品重复消费的增量需求，移动设备充电器、线材的使用次数较多、产品更换频率较大，消耗量相应增加。未来，在全球移动设备市场持续稳定增长的预期下，移动设备线材周边产品市场亦将呈现持续上升的发展趋势。

全球无线音频类产品行业发展情况

近年来，无线音频类产品在移动设备音频类周边产品中的市场地位日益提升，其产品主要包括无线耳机、无线音箱两大类，市场增长迅速

据咨询机构 FutureSource 的统计，2017 年全球无线耳机出货量近 1.34 亿副，较 2016 年上升约 80%，其对应销售金额由 2016 年的 54 亿美元提升至 2017 年的 103 亿美元。预计到 2022 年，全球无线耳机出货量和销售额将分别达 3.07 亿副和 279 亿美元，较 2017 年相比年化增长率近 20%左右，市场规模增速较快。

全球无线耳机市场规模

数据来源：FutureSource

随着移动设备的普及、无线传输技术的突破以及消费者使用习惯向无线化方向转变，无线耳机等无线音频类产品的市场占比快速提升。2017 年全球无线耳机出货量已占整体耳机市场的 37%左右，预计到 2022 年该比例将超过 70%，消费者对无线耳机的接受度、产品普及度及市场份额逐步提升，行业发展空间广阔。

全球无线音箱产品逐渐成为成为广受市场欢迎的家用音箱产品之一，市场规模增长较快。2017 年全球无线音箱出货量和销售额已分别达近 9,700 万台和 80 亿美元，较 2016 年分别同比上升 34.72%和 29.03%。预计到 2022 年，全球无线音箱的出货量将达到 1.71 亿台，销售额约近 120 亿美元。

全球无线音箱市场规模

数据来源：FutureSource

3、全球智能硬件行业发展情况

全球智能硬件行业消费电子产品市场广阔，包括智能可穿戴设备、智能家居及健康领域产品，涵盖智能音箱、智能插座、智能摄像头、智能照明和智能体重器等各类智能化消费电子产品。据工信部、国家发改委预测，预计2018年中国智能硬件市场规模超过5,000亿元，全球市场占有率将超过30%。当前，新一代5G通讯信息技术正与自动驾驶、智能穿戴、交通出行、医疗健康、生产制造等行业领域集成融合，全球智能硬件产业，特别是个人电子消费品市场蓬勃发展、市场空间巨大。

4、我国出口跨境电子商务行业发展情况

(1) 我国出口贸易的总体状况

近年来，我国出口贸易整体呈现平稳发展的趋势，行业发展势头稳定，各类形式的出口贸易方兴未艾

据国家海关总署的统计，2018年我国出口商品总值为164,177亿元，较2017年上升7.10%。自2008年金融危机之后，我国出口贸易总体上走出低迷态势，商品出口总值呈持续回升态势，由2009年的82,030亿元上升到2018年的164,177亿元，增幅达100.14%，年复合增长率达8.01%。总体上看，我国出口贸易大环境整体向好，为出口跨境电子商务等多种类型的出口贸易形式持续良好发展提供了扎实的经济背景基础。

出口商品总值

数据来源：国家海关总署

从贸易区域分布来看，我国针对发达国家和地区的出口总值亦保持平稳增长的趋势，与出口贸易良好健康发展的整体趋势相符。

针对发达国家和地区的商品出口总值

数据来源：国家海关总署

据国家海关总署的统计，2017年我国针对美国、欧盟和日本的出口商品总值分别为4,297.58亿美元、3,720.49亿美元和1,373.34亿美元；2018年我国针对以上三地的出口商品总值分别为4,784.23亿美元、4,086.32亿美元和1,470.84亿美元，仍保持平稳增长的势头。近年来，我国对诸如美国、欧盟和日本等发达国家和地区的出口额基本保持稳定增长的趋势。出口跨境电商等各类形式的跨境贸易蓬勃发展，与上述发达国家和地区国际贸易整体呈现良好发展的态势。

(2) 我国出口跨境电子商务行业的发展情况

在我国出口贸易整体稳定发展的基础上，各类型的贸易方式层出不穷，其中出口跨境电商已成为我国外贸行业发展新增长点

随着海外消费需求复苏、国家产业政策支持、跨境物流体系完善以及互联网电商平台快速发展等多重积极因素，我国出口跨境电子商务行业呈现持续蓬勃发展的势头，出口跨境电子商务企业迎来发展机遇。集中于广东、浙江、福建等网络、物流体系较为成熟的沿海区域的出口跨境电子商务企业成为行业发展主力，出口跨境电子商务行业的交易规模持续增大。

中国出口跨境商品交易规模

数据来源：电子商务研究中心

据电子商务研究中心统计，2017年我国出口跨境电子商务交易规模已达近6.3万亿元，同比增长14.55%，交易规模增幅明显。近年来，我国出口跨境电子商务交易规模持续增长，由2012年以来，年复合增长率达27.63%。根据阿里研究院预测，到2020年我国跨境电子商务整体交易规模预计将达12万亿元，占中国进出口总额的比例将增加至37.60%。

跨境电商B2B与B2C模式交易规模

数据来源：电子商务研究中心

目前，我国跨境电子商务以B2B模式为主，但B2C模式的交易规模逐年上升，已由2012年的近2,200亿元增加到2017年的12,000亿元，占跨境电子商务交易总规模的比例由2012年的11.83%提高至2017年的19.05%，增长潜力巨大。

综上，预计未来全球消费电子行业及各细分市场将保持持续、稳定的发展趋势，我国出口跨境电子商务行业亦将持续蓬勃发展，为主要面向海外市场销售的消费电子行业知名品牌商提供良好的行业发展基础。此外，在行业竞争日趋激烈、产业链附加值不断提升情况下，一些中小消费电子行业市场参与者将逐渐被具备较大经营规模、较高知名度的全球性消费电子行业品牌商所取代，行业市场参与者结构将得以优化，市场集中度将进一步提升。（TC）

观研报告网发布的《2021年中国消费电子行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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家统计局规模企业统计数据库及**等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国消费电子行业发展概述

第一节 消费电子行业发展情况概述

- 一、消费电子行业相关定义
- 二、消费电子行业基本情况介绍
- 三、消费电子行业发展特点分析
- 四、消费电子行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、消费电子行业需求主体分析

第二节 中国消费电子行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、消费电子行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国消费电子行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国消费电子行业生命周期分析

一、消费电子行业生命周期理论概述

二、消费电子行业所属的生命周期分析

第四节 消费电子行业经济指标分析

一、消费电子行业的赢利性分析

二、消费电子行业的经济周期分析

三、消费电子行业附加值的提升空间分析

第五节 中国消费电子行业进入壁垒分析

一、消费电子行业资金壁垒分析

二、消费电子行业技术壁垒分析

三、消费电子行业人才壁垒分析

四、消费电子行业品牌壁垒分析

五、消费电子行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球消费电子行业市场发展现状分析

第一节 全球消费电子行业发展历程回顾

第二节 全球消费电子行业市场区域分布情况

第三节 亚洲消费电子行业地区市场分析

一、亚洲消费电子行业市场现状分析

二、亚洲消费电子行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲消费电子行业市场前景分析

第四节 北美消费电子行业地区市场分析

一、北美消费电子行业市场现状分析

二、北美消费电子行业市场规模与市场需求分析

三、北美消费电子行业市场前景分析

第五节 欧洲消费电子行业地区市场分析

一、欧洲消费电子行业市场现状分析

二、欧洲消费电子行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲消费电子行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界消费电子行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球消费电子行业市场规模预测

第三章 中国消费电子产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品销售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国消费电子行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国消费电子产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、消费电子环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国消费电子行业运行情况

第一节 中国消费电子行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
 - 1、行业技术发展现状
 - 2、行业技术专利情况
 - 3、技术发展趋势分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国消费电子行业市场规模分析

第三节 中国消费电子行业供应情况分析

第四节 中国消费电子行业需求情况分析

第五节 我国消费电子行业进出口形势分析

- 1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国消费电子行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国消费电子行业供需平衡分析

第八节 中国消费电子行业发展趋势分析

第五章 中国消费电子所属行业运行数据监测

第一节 中国消费电子所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国消费电子所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国消费电子所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国消费电子市场格局分析

第一节 中国消费电子行业竞争现状分析

一、中国消费电子行业竞争情况分析

二、中国消费电子行业主要品牌分析

第二节 中国消费电子行业集中度分析

一、中国消费电子行业市场集中度影响因素分析

二、中国消费电子行业市场集中度分析

第三节 中国消费电子行业存在的问题

第四节 中国消费电子行业解决问题的策略分析

第五节 中国消费电子行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国消费电子行业需求特点与动态分析

第一节 中国消费电子行业消费市场动态情况

第二节 中国消费电子行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 消费电子行业成本结构分析

第四节 消费电子行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国消费电子行业价格现状分析

第六节 中国消费电子行业平均价格走势预测

- 一、中国消费电子行业价格影响因素
- 二、中国消费电子行业平均价格走势预测
- 三、中国消费电子行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国消费电子行业区域市场现状分析

第一节 中国消费电子行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区消费电子市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区消费电子市场规模分析
- 四、华东地区消费电子市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析

三、华中地区消费电子市场规模分析

四、华中地区消费电子市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区消费电子市场规模分析

四、华南地区消费电子市场规模预测

第九章 2017-2021年中国消费电子行业竞争情况

第一节 中国消费电子行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国消费电子行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国消费电子行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 消费电子行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国消费电子行业发展前景分析与预测

第一节 中国消费电子行业未来发展前景分析

一、消费电子行业国内投资环境分析

二、中国消费电子行业市场机会分析

三、中国消费电子行业投资增速预测

第二节 中国消费电子行业未来发展趋势预测

第三节 中国消费电子行业市场发展预测

一、中国消费电子行业市场规模预测

二、中国消费电子行业市场规模增速预测

三、中国消费电子行业产值规模预测

四、中国消费电子行业产值增速预测

五、中国消费电子行业供需情况预测

第四节 中国消费电子行业盈利走势预测

- 一、中国消费电子行业毛利润同比增速预测
- 二、中国消费电子行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国消费电子行业投资风险与营销分析

第一节 消费电子行业投资风险分析

- 一、消费电子行业政策风险分析
- 二、消费电子行业技术风险分析
- 三、消费电子行业竞争风险分析
- 四、消费电子行业其他风险分析

第二节 消费电子行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国消费电子行业发展战略及规划建议

第一节 中国消费电子行业品牌战略分析

- 一、消费电子企业品牌的重要性
- 二、消费电子企业实施品牌战略的意义
- 三、消费电子企业品牌的现状分析
- 四、消费电子企业的品牌战略
- 五、消费电子品牌战略管理的策略

第二节 中国消费电子行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国消费电子行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国消费电子行业发展策略及投资建议

第一节 中国消费电子行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国消费电子行业营销渠道策略

一、消费电子行业渠道选择策略

二、消费电子行业营销策略

第三节 中国消费电子行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国消费电子行业重点投资区域分析

二、中国消费电子行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxinshebei/431608431608.html>