

2018年中国电子行业分析报告- 市场运营态势与发展前景预测

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《2018年中国电子行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》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/dianzidiangong/328017328017.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

消费电子行业发展进入第三阶段，顶级供应商集团化发展，扩大竞争版图

2017年11月份以来，之前大幅上涨的消费电子白马被大幅杀跌。近期随着台积电、苹果、高通、MTK等产业链主流公司发布17年Q4的财报，数据较好表现一定程度上缓解了市场之前对行业的悲观情绪，主要公司存在着企稳回升的迹象。产业发展到某个阶段，对于公司细节的变化应该有不同的关注重点。对于电子行业而言，消费电子龙头公司的发展已经进入第三阶段，这个阶段所要投资的重点公司相比之前将发生较大变化。

第一阶段大概的时间是2010年-2013年中期。下游需求(主要是智能手机)呈现出行业性的快速增长。金融危机之后苹果iPhone出货量快速成长，2011年开始国产手机开始大量从功能机转向智能机生产。行业主流的供应商公司都获得快速成长，这个阶段公司产品化特征非常明显。此阶段，市场更注重公司收入和业绩的成长性。

第二阶段是2013年-2016年，细分行业的结构性投资机会。这段时期，部分公司通过前瞻性判断国产机跟随大客户创新的机会，发掘出部分零组件的升级趋势，例如金属机壳替代塑胶机壳、摄像头像素升级(5M、8M到13M、15M以及双摄)，获得快速成长。另外，部分公司利用作为A客户供应商的卡位优势，紧紧围绕A客户实现自身的产品平台化，打造自身的长期竞争壁垒。我们认为，在产业发展的第二阶段，不同公司之间的战略选择已经决定了第三阶段的分化，换一句话说就是市场化的供给侧改革在第二阶段已经初现端倪，这种效果将在第三阶段开始显现。

2017年-2020年，预计将是行业发展的第三阶段。这个阶段的主要特点将是平台型公司继续推进战略纵深发展，打造大平台化战略。通过对产业链的了解，苹果对于供应商体系的培养将是采用扶持核心战略供应商的策略，基本符合第三阶段供应商集团化发展的产业思路。第三阶段预计将较难出现在第一、二阶段部分企业所获得的细分行业结构性机会，平台化企业在信息、资金、技术、人才等方面已经实现合围，构建起较高的进入壁垒。已经实现平台化的企业紧紧围绕客户创新，利用自身的客户、人才、资金、技术等卡位优势把自身打造成一个集团，实现自身持续稳定的发展。

图：消费电子行业的“三段式”发展趋势

经过近10年的发展，产业不断更替，优秀的公司已经被市场逐步筛选。未来第三阶段的投资标的选择过程中，优选竞争力不断增强的公司。具体表现在：

- (1)、公司在跟随客户成长的过程中，被赋予的重任越来越多，自身产品线不断扩充；
- (2)、因为需要与客户配合度更高，公司还会往纵深发展，往上布局材料端，往下进入部分组装领域。

(3)、从财务指标上来看，固定资产周转率更高，ROE逐步往上走的公司(时间点来看重点分析2016年以来的变化)。对于表现出这种特征的公司，将值得长期关注和投资。

图：消费电子重点公司沿着集团化平台化结构发展

2018 年建议投资：护城河已经建立，产品线迅速拓展，竞争力提升的头部公司。根据2018 年的业绩预估，龙头公司的2018 年20 倍~25 倍左右，部分龙头公司过去十年利用产业发展以及自身努力，逐步建立起较强的竞争壁垒，业务正往集团化方向发展。随着产业进入强者恒强的竞争格局，龙头公司为客户的配套能力，创新设计能力都将不断加强，逐步体现自身的价值溢价能力。我们重点推荐欧菲科技、信维通信、大族激光等行业头部公司。

观研天下发布的《2018年中国电子行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、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。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、电子T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。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国电子行业发展概述

第一节 电子行业发展情况概述

- 一、电子行业相关定义
- 二、电子行业基本情况介绍
- 三、电子行业发展特点分析

第二节 中国电子行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、电子行业产业链条分析
- 三、中国电子行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国电子行业生命周期分析

一、电子行业生命周期理论概述

二、电子行业所属的生命周期分析

第四节 电子行业经济指标分析

一、电子行业的赢利性分析

二、电子行业的经济周期分析

三、电子行业附加值的提升空间分析

第五节 国中电子行业进入壁垒分析

一、电子行业资金壁垒分析

二、电子行业技术壁垒分析

三、电子行业人才壁垒分析

四、电子行业品牌壁垒分析

五、电子行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球电子行业市场发展现状分析

第一节 全球电子行业发展历程回顾

第二节 全球电子行业市场区域分布情况

第三节 亚洲电子行业地区市场分析

一、亚洲电子行业市场现状分析

二、亚洲电子行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲电子行业市场前景分析

第四节 北美电子行业地区市场分析

一、北美电子行业市场现状分析

二、北美电子行业市场规模与市场需求分析

三、北美电子行业市场前景分析

第五节 欧盟电子行业地区市场分析

一、欧盟电子行业市场现状分析

二、欧盟电子行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟电子行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界电子行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球电子行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国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、全社会消费品零售总额

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 中国电子产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、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 2015-2017年中国电子行业运行情况

第一节 中国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

三、行业发展特点分析

第二节 中国电子行业市场规模分析

第三节 中国电子行业供应情况分析

第四节 中国电子行业需求情况分析

第五节 中国电子行业供需平衡分析

第六节 中国电子行业发展趋势分析

第五章 中国电子所属行业运行数据监测

第一节 中国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 中国电子所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国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 2015-2017年中国电子市场格局分析

第一节 中国电子行业竞争现状分析

一、中国电子行业竞争情况分析

二、中国电子行业主要品牌分析

第二节 中国电子行业集中度分析

一、中国电子行业市场集中度分析

二、中国电子行业企业集中度分析

第三节 中国电子行业存在的问题

第四节 中国电子行业解决问题的策略分析

第五节 中国电子行业竞争力分析

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 2015-2017年中国电子行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国电子行业消费特点

第二节 中国电子行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 电子行业成本分析

第三节 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

第四节 中国电子行业价格现状分析

第五节 中国电子行业平均价格走势预测

一、中国电子行业价格影响因素

二、中国电子行业平均价格走势预测

三、中国电子行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国电子行业区域市场现状分析

第一节 中国电子行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地电子市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区电子市场规模分析

四、华东地区电子市场规模预测

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、华中地区电子市场规模分析

四、华中地区电子市场规模预测

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、华南地区电子市场规模分析

第九章 2015-2017年中国电子行业竞争情况

第一节 中国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 中国电子行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国电子行业竞争环境分析（电子T）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 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
 - 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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国电子行业发展前景分析与预测

第一节 中国电子行业未来发展前景分析

一、电子行业国内投资环境分析

二、中国电子行业市场机会分析

三、中国电子行业投资增速预测

第二节 中国电子行业未来发展趋势预测

第三节 中国电子行业市场发展预测

一、中国电子行业市场规模预测

二、中国电子行业市场规模增速预测

三、中国电子行业产值规模预测

四、中国电子行业产值增速预测

五、中国电子行业供需情况预测

第四节 中国电子行业盈利走势预测

一、中国电子行业毛利润同比增速预测

二、中国电子行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国电子行业投资风险与营销分析

第一节 电子行业投资风险分析

一、电子行业政策风险分析

二、电子行业技术风险分析

三、电子行业竞争风险分析

四、电子行业其他风险分析

第二节 电子行业企业经营发展分析及建议

一、电子行业经营模式

二、电子行业销售模式

三、电子行业创新方向

第三节 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 2018-2024年中国电子行业发展策略及投资建议

第一节 中国电子行业品牌战略分析

一、电子企业品牌的重要性

二、电子企业实施品牌战略的意义

三、电子企业品牌的现状分析

四、电子企业的品牌战略

五、电子品牌战略管理的策略

第二节 中国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 2018-2024年中国电子行业发展策略及投资建议

第一节 中国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 中国电子行业定价策略分析

第二节 中国电子行业营销渠道策略

一、电子行业渠道选择策略

二、电子行业营销策略

第三节 中国电子行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国电子行业重点投资区域分析

二、中国电子行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYGSL）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianzidiangong/328017328017.html>