

中国消费电子行业发展趋势研究与投资前景分析 报告（2022-2029年）

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《中国消费电子行业发展趋势研究与投资前景分析报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202207/603717.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

消费电子行业，在国家统计局发布的《国民经济行业分类指引》（GB_T4754-2017）中，其属于“C39计算机、通信和其他电子设备制造业”。行业产品主要是指供消费者日常生活使用，主要侧重于个人购买并由个人消费的电子产品，具有轻便小巧易携带、操作较简单且功能性强设计节能等特点。

分类来看，我国消费电子可以根据产品功能不同分为娱乐产品、通讯产品、家庭办公产品三大类。如今，随着我国经济的发展与居民生活及消费水平的提高，消费电子产品不断外沿拓展，白色家电、婴儿家具等成品也被纳入到消费电子范畴。

资料来源：观研天下整理

1、政策环境

如今，各类消费电子产品已经逐渐成为了人们日常生活必需品，消费电子产业也成为了我国的支柱性产业之一，是国家战略性发展产业，在国民经济生产中占有重要地位。近年来，为了促进消费电子市场健康、快速发展，国家先后出台了一系列政策支持消费电子行业的发展，主要如下：

2017-2021年我国消费电子行业相关政策情况 时间 发布单位 产业政策 内容概要 2021年7月 工信部 5G应用“扬帆”行动计划（2021-2023年） 大力推动5G全面协同发展，深入推进5G赋能千行百业，促进形成“需求牵引供给，供给创造需求”的高水平发展模式，驱动生产方式、生活方式和治理方式升级；5G个人用户普及率超过40%，用户数超过5.6亿；5G网络接入流量占比超50%，5G网络使用效率明显提高；5G物联网终端用户数年均增长率超200%。

2021年3月

中共中央

中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要 开展中国品牌创建行动，保护发展中华老字号，提升自主品牌影响力和竞争力，率先在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域培育一批高端品牌。 2021年1月 工信部

基础电子元器件产业发展行动计划（2021-2023年） 重点推广智能终端市场，瞄准智能手机、穿戴式设备、无人机、AR/VR 设备等智能终端市场，推动微型片式阻容元件、微型大电流电感器、微型射频滤波器等各类电子元器件应用 2019年10月 发改委

产业结构调整指导目录（2019年本） 新型电子元器件（片式元器件、频率元器件、混合集成电路、电力电子器件、光电子器件、敏感元器件及传感器、新型机电元件、高密度印刷电路板和柔性电路板等）制造、电子产品用材料属于“鼓励类”项目范畴 2018年11月

国家统计局 战略性新兴产业分类（2018） 将新型计算机及信息终端设备制造、新型电子元器件及设备制造、高储能和关键电子材料制造等列入新一代信息技术产业领域 2017年12月

工信部 促进新一代人工智能产业发展三年行动计划（2018-2020年） 推动智能硬件普及，深化人工智能技术在智能家居、健康管理、移动智能终端和车载产品等领域的应用，着重在

智能网联汽车、智能服务机器人、智能无人机等方面取得突破 2017年8月 国务院
国务院关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见将“新型信息产品消费”列为重点领域。升级智能化、高端化、融合化信息产品，重点发展面向消费升级的中高端移动通信终端、可穿戴设备、数字家庭产品等新型信息产品 2017年2月 发改委
战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016年版）将新一代移动终端设备、可穿戴终端设备等信息终端设备列入新一代信息技术产业重点产品和服务目录，其中新一代移动终端设备包括智能手机、手持平板电脑车载智能终端等 2017年1月 工信部、发改委
“十三五”信息产业发展指南要重点发展面向下一代移动互联网和信息消费的新型智能手机、平板电脑、车载智能设备以及人工智能等终端产品，提升产品的研发应用能力、产业配套能力和品牌竞争力

资料来源：观研天下整理

国家对我国消费电子行业的相关政策支持，不仅为行业发展提供了良好的政策环境，也对行业的发展起到了积极的促进与推动作用。在国家层面对消费电子行业提供了相关政策性的支持下，我国传统的消费电子已经逐步进入成熟阶段。

2、市场规模

近些年来，随着我国经济的发展，社会的进步，居民生活水平的提高，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，我国消费电子行各个细分市场产品出货量逐年增加。具体来看，从2019年到2021年，我国的5G手机、平板电脑以及可穿戴设备的出货量均呈现逐年递增态势。2019年我国5G手机、平板电脑、可穿戴设备出货量分别为0.14亿部、2.20千万台、0.99亿台；到2021年我国5G手机、平板电脑和可穿戴设备便分别增长至2.66亿部、2.80千万台和1.40亿台。

资料来源：观研天下数据中心整理

随着我国5G手机、平板电脑及可穿戴设备等娱乐消费电子出货量的增长，我国消费电子市场规模也逐年扩大。但是，经过多年发展，我国传统消费电子行业已逐步进入成熟阶段，其市场增长速度也已逐渐放缓。根据数据显示，2017-2019年我国消费电子市场规模分别约为16120亿元、16587亿元和17780亿元，且在2019年市场规模同比增速增长至7.19%；到2020年，受到新冠肺炎疫情影响，居民可支配收入下降等影响，消费电子市场规模及其同比增速均出现小幅下降；到2021年，随着疫情的好转、经济的恢复，其市场规模和增速也逐渐回升至18113亿元和4.42%。

资料来源：公开资料整理

进入2022年，受全球宏观经济逆风，以及俄乌冲突、国内疫情反复等因素影响，我国消费电子市场需求急剧变化，出现库存高、需求低局面。叠加手机整体换机周期变长，疫情后经济不确定性导致消费电子欲望降低。因此，短期内，预计近年我国PC、智能手机及平板电

脑等出货量增长将出现疲惫局面，消费电子市场规模增速将放缓。

3、产业链条附加值

当前我国消费电子库存较高，且疫情过后，消费电子短时期内或将出现需求较软的局面，在这一过程中，消费电子产业链条上中游的附加值低的电子组装相关企业或将承压。

从我国消费电子产业链附加值来看，其呈现的是一条“微笑曲线”。在其产业链中，附加值更多体现在两端，系统软件设计、高端模组以及品牌运营、终端和售后服务，处于中间环节的电子组装附加值最低。

资料来源：观研天下整理

分析其原因，在消费电子上游，其系统软件、高端模组的技术含量较高，进入壁垒也较高，因此其附加值也相对较高；下游的“卖产品”向“卖品牌、服务”转变过程中可增值的机会多，难度也较大，利润率也将更高，因此其下游的附加值也较高；

中游的电子组装技术含量较低，因此其附加值最低。

通过我国消费电子的微笑曲线，可以看出产业的附加价值在其上游和下游，因此因此产业未来应朝微笑曲线的两端发展，也就是在左边加强研发创造智慧财产权，在右边加强客户导向的营销与服务。

对于企业来说，加快产业升级和转型是必经之路，要尽量让自身处在产业链分工“微笑曲线”中的有利位置。具体来看，其可以使其产品升级，走中高端发展线路，或着将产品下移，提高其附加价值的同时创造不同的市场，并减低营销固定成本往，创造规模经济的优势。

4、市场规模展望

长期来看，随着我国消费电子行业光学、声学、通信技术等相关技术的创新和进步，终端用户对电子产品的功能、技术、外观等创新需求，叠加互联互通场景将催生消费电子的多样化需求都将促进市场的继续活跃，使消费电子行业下游应用领域将不断拓宽、延伸，从而使得行业迎来崭新的发展机遇，带动行业的发展。

资料来源：观研天下整理

未来，在我国消费电子行业技术的进步、企业加速升级转型、产品的创新且附加值提高背景下，叠加互联互通场景需求，将催生我国消费电子终端消费者更加多样化的需求，从而不断拓宽行业下游应用领域使得我国消费电子市场规模稳步增长，预计到2026年我国消费电子行业市场规模或将突破25000亿元。

资料来源：观研天下整理（LQM）

观研报告网发布的《中国消费电子行业发展趋势研究与投资前景分析报告（2022-2029年）》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，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家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、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 2018-2022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、消费电子特点分析
- 三、消费电子行业基本情况介绍
- 四、消费电子行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 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

第三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

第二章 2018-2022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规模与区域分布情况

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 2022-2029年世界消费电子行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球消费电子行业市场规模预测

第三章 中国消费电子行业产业发展环境分析

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

第二节我国宏观经济环境对消费电子行业的影响分析

第三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

三、主要行业标准

第四节政策环境对消费电子行业的影响分析

第五节中国消费电子行业产业社会环境分析

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

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

一、影响中国消费电子行业市场规模的因素

二、中国消费电子行业市场规模

三、中国消费电子行业市场规模解析

第三节中国消费电子行业供应情况分析

一、中国消费电子行业供应规模

二、中国消费电子行业供应特点

第四节中国消费电子行业需求情况分析

一、中国消费电子行业需求规模

二、中国消费电子行业需求特点

第五节中国消费电子行业供需平衡分析

第五章 中国消费电子行业产业链和细分市场分析

第一节中国消费电子行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、消费电子行业产业链图解

第二节中国消费电子行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对消费电子行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对消费电子行业的影响分析

第三节我国消费电子行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国消费电子行业市场竞争分析

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格局分析

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 中国消费电子行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国消费电子行业模型分析

第一节 中国消费电子行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国消费电子行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国消费电子行业SWOT分析结论

第三节 中国消费电子行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022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、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、中国消费电子行业平均价格趋势分析

二、中国消费电子行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国消费电子行业所属行业运行数据监测

第一节中国消费电子行业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行业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行业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

第十章 2018-2022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析

一、影响消费电子行业区域市场分布的因素

二、中国消费电子行业区域市场分布

第二节 中国华东地区消费电子行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区消费电子行业市场分析

(1) 华东地区消费电子行业市场规模

(2) 华南地区消费电子行业市场现状

(3) 华东地区消费电子行业市场规模预测

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、华中地区消费电子行业市场分析

(1) 华中地区消费电子行业市场规模

(2) 华中地区消费电子行业市场现状

(3) 华中地区消费电子行业市场规模预测

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、华南地区消费电子行业市场分析

(1) 华南地区消费电子行业市场规模

(2) 华南地区消费电子行业市场现状

(3) 华南地区消费电子行业市场规模预测

第五节 华北地区消费电子行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区消费电子行业市场分析

(1) 华北地区消费电子行业市场规模

(2) 华北地区消费电子行业市场现状

(3) 华北地区消费电子行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区消费电子行业市场分析

- (1) 东北地区消费电子行业市场规模
- (2) 东北地区消费电子行业市场现状
- (3) 东北地区消费电子行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区消费电子行业市场分析
 - (1) 西南地区消费电子行业市场规模
 - (2) 西南地区消费电子行业市场现状
 - (3) 西南地区消费电子行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区消费电子行业市场分析
 - (1) 西北地区消费电子行业市场规模
 - (2) 西北地区消费电子行业市场现状
 - (3) 西北地区消费电子行业市场规模预测

第十一章 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、公司优势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029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 中国消费电子行业规模发展预测

- 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

第十三章 2022-2029年中国消费电子行业进入壁垒与投资风险分析

第一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

第二节消费电子行业风险分析

- 一、消费电子行业宏观环境风险
- 二、消费电子行业技术风险
- 三、消费电子行业竞争风险
- 四、消费电子行业其他风险

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

第十四章 2022-2029年中国消费电子行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国消费电子行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国消费电子行业进入策略分析

- 一、目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节 消费电子行业营销策略分析

- 一、消费电子行业产品策略
- 二、消费电子行业定价策略
- 三、消费电子行业渠道策略
- 四、消费电子行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202207/603717.html>