

2020年中国信息消费市场分析报告- 产业供需现状与投资商机研究

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年中国信息消费市场分析报告-产业供需现状与投资商机研究》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/xixinfuwu/524439524439.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

信息消费是指以信息产品、信息服务和基于信息技术的新兴业态为内容和模式的消费活动，既包括纯信息产品和服务消费，也包括与信息技术深度融合的工农商业产品和服务的消费。

作为当前创新最活跃、增长最迅猛、辐射最广泛的经济领域之一，信息消费供给质量和水平不断提高，对拉动内需、促进就业和引领产业升级发挥着重要作用。我国高度重视信息消费，相关政府部门出台一系列政策，支持信息消费行业发展。

2013-2019年我国信息消费相关政策/会议

时间

发布机构

政策名称或会议

主要内容

2013.07

国务院

《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》

要求完善宽带网络基础设施、统筹推进移动通信发展、全面推进三网融合、鼓励智能终端产品创新发展、增强电子基础产业创新能力、提升软件产业支撑服务水平、丰富信息消费内容

2017.03

第十二届全国人民代表大会第五次会议

2017年政府工作报告

扩大数字家庭、在线教育等信息消费

2017.08

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》

要求到2020年，信息消费预计达到6万亿元，年均增长11%以上；信息技术在消费领域的带动作用显著增强，信息产品边界深度拓展，信息服务能力明显提升，拉动相关领域产出达到15万亿元，信息消费惠及广大人民群众

2018.08

工信部、国家发改委

《扩大和升级信息消费三年行动计划（2018-2020年）》

提出到2020年，信息消费规模达到6万亿元，年均增长11%以上，信息技术拉动相关领域产出达到15万亿元。到2020年还要创建一批新型信息消费示范城市，培育一批发展前景好、带动作用大、示范效应强的项；在医疗、养老、教育、文化等多领域推进“互联网+”，推动基于网络平台的新型消费成长，发展线上线下协同互动消费新生态

2019.03

工信部

《新型信息消费示范项目遴选实施方案》

明确重点支持5G、超高清、消费级无人机、虚拟现实、可穿戴等新型信息产品消费，并鼓励地方配套资金支持，引导和推动社会投资基金加大投入。

明确将加大新型信息消费示范项目政策扶持力度，对前景好、示范效应强的项目将在后续工作中积极争取资金支持；同时鼓励地方配套支持资金，引导和推动社会性投资基金等共同加大投入。资料来源：国务院等

随着信息技术与经济社会各领域融合度加深，我国信息消费向直播电商、短视频、数字内容、在线教育、智能硬件等热点应用拓展，并呈现以下特征。

2020年中国居民信息消费十大特征 资料来源：公开资料

从不同年龄信息消费者及其支出分布来看，30-39岁消费者信息消费能力及意愿最强，该年龄段的消费者支出在100-500元、500元以上区间的占比最大，分别达60.2%、30%。

我国信息消费年龄及支出分布 数据来源：信通院

在政产学研共同推动下，我国信息消费持续提质扩容，市场规模从2013年的3.2亿元增至2019年的5.5亿元，预计2020年市场规模达6亿元。

2013-2020年中国信息消费市场规模统计情况及预测 数据来源：信通院（TC）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国信息消费市场分析报告-产业供需现状与投资商机研究》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。

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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国信息消费行业发展概述

第一节 信息消费行业发展情况概述

- 一、信息消费行业相关定义
- 二、信息消费行业基本情况介绍
- 三、信息消费行业发展特点分析

第二节 中国信息消费行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、信息消费行业产业链条分析
- 三、中国信息消费行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国信息消费行业生命周期分析

- 一、信息消费行业生命周期理论概述
- 二、信息消费行业所属的生命周期分析

第四节 信息消费行业经济指标分析

- 一、信息消费行业的赢利性分析
- 二、信息消费行业的经济周期分析
- 三、信息消费行业附加值的提升空间分析

第五节 中国信息消费行业进入壁垒分析

- 一、信息消费行业资金壁垒分析
- 二、信息消费行业技术壁垒分析
- 三、信息消费行业人才壁垒分析
- 四、信息消费行业品牌壁垒分析
- 五、信息消费行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球信息消费行业市场发展现状分析

第一节 全球信息消费行业发展历程回顾

第二节 全球信息消费行业市场区域分布情况

第三节 亚洲信息消费行业地区市场分析

- 一、亚洲信息消费行业市场现状分析
- 二、亚洲信息消费行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲信息消费行业市场前景分析

第四节 北美信息消费行业地区市场分析

- 一、北美信息消费行业市场现状分析
- 二、北美信息消费行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美信息消费行业市场前景分析

第五节 欧盟信息消费行业地区市场分析

- 一、欧盟信息消费行业市场现状分析
- 二、欧盟信息消费行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟信息消费行业市场前景分析

第六节 全球信息消费行业重点企业分析

第七节 2021-2026年世界信息消费行业分布走势预测

第八节 2021-2026年全球信息消费行业市场规模预测

第三章 中国信息消费产业发展环境分析

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、全社会消费品信息消费总额
- 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 中国信息消费行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国信息消费产业社会环境发展分析

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

第四章 中国信息消费行业运行情况

第一节 中国信息消费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 中国信息消费行业市场规模分析

第三节 中国信息消费行业供应情况分析

第四节 中国信息消费行业需求情况分析

第五节 中国信息消费行业供需平衡分析

第六节 中国信息消费行业发展趋势分析

第五章 中国信息消费所属行业运行数据监测

第一节 中国信息消费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 中国信息消费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 中国信息消费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 2017-2020年中国信息消费市场格局分析

第一节 中国信息消费行业竞争现状分析

一、中国信息消费行业竞争情况分析

二、中国信息消费行业主要品牌分析

第二节 中国信息消费行业集中度分析

一、中国信息消费行业市场集中度分析

二、中国信息消费行业企业集中度分析

第三节 中国信息消费行业存在的问题

第四节 中国信息消费行业解决问题的策略分析

第五节 中国信息消费行业竞争力分析

- 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 2017-2020年中国信息消费行业需求特点与动态分析

第一节 中国信息消费行业消费市场动态情况

第二节 中国信息消费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 信息消费行业成本分析

第四节 信息消费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 中国信息消费行业价格现状分析

第六节 中国信息消费行业平均价格走势预测

- 一、中国信息消费行业价格影响因素
- 二、中国信息消费行业平均价格走势预测
- 三、中国信息消费行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国信息消费行业区域市场现状分析

第一节 中国信息消费行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区信息消费市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区信息消费市场规模分析
- 四、华东地区信息消费市场规模预测

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、华中地区信息消费市场规模分析
- 四、华中地区信息消费市场规模预测
- 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、华南地区信息消费市场规模分析
 - 四、华南地区信息消费市场规模预测

第九章 2017-2020年中国信息消费行业竞争情况

第一节 中国信息消费行业竞争结构分析（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 中国信息消费行业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 中国信息消费行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 信息消费行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析
- 第三节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析
- 第四节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析
- 第五节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国信息消费行业发展前景分析与预测

第一节 中国信息消费行业未来发展前景分析

- 一、信息消费行业国内投资环境分析
- 二、中国信息消费行业市场机会分析
- 三、中国信息消费行业投资增速预测

第二节 中国信息消费行业未来发展趋势预测

第三节 中国信息消费行业市场发展预测

- 一、中国信息消费行业市场规模预测
- 二、中国信息消费行业市场规模增速预测
- 三、中国信息消费行业产值规模预测
- 四、中国信息消费行业产值增速预测
- 五、中国信息消费行业供需情况预测

第四节 中国信息消费行业盈利走势预测

- 一、中国信息消费行业毛利润同比增速预测
- 二、中国信息消费行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国信息消费行业投资风险与营销分析

第一节 信息消费行业投资风险分析

- 一、信息消费行业政策风险分析
- 二、信息消费行业技术风险分析
- 三、信息消费行业竞争风险分析
- 四、信息消费行业其他风险分析

第二节 信息消费行业企业经营发展分析及建议

- 一、信息消费行业经营模式
- 二、信息消费行业销售模式
- 三、信息消费行业创新方向

第三节 信息消费行业应对策略

- 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年中国信息消费行业发展战略及规划建议

第一节 中国信息消费行业品牌战略分析

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

第二节 中国信息消费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 中国信息消费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年中国信息消费行业发展策略及投资建议

第一节 中国信息消费行业产品策略分析

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 中国信息消费行业定价策略分析

第三节 中国信息消费行业营销渠道策略

一、信息消费行业渠道选择策略

二、信息消费行业营销策略

第四节 中国信息消费行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国信息消费行业重点投资区域分析

二、中国信息消费行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xixinfuwu/524439524439.html>