

2020年中国3C行业分析报告- 市场深度分析与发展趋势研究

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3C行业分析报告-市场深度分析与发展趋势研究》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/tongxin/366025366025.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

3C产品又称为信息家电，是电脑、通讯和消费性电子的统称。其中通讯包括手机、对讲机及手机配件；消费电子包括摄影摄像、数码配件、影音娱乐、智能设备、电子娱乐以及可穿戴设备。

近年来随着政策利好、相关技术提升以及市场需求的推动下，行业得到高速发展，目前我国3C市场已经进入稳定发展时期。预计随着生活水平的提升以及消费者对产品性能的追求，我国3C产品消费将持续升级。

目前我国是全球消费电子制造业的主要市场，有70%以上的电子产品均在我国进行制造和装配。近年来虽然由于传统消费电子产品增长趋缓，但以手机、平板电脑、可穿戴设备为代表的新兴消费电子产品增长迅猛，为我国电子制造业提供了稳定的推动力。

进入2019年，我国电子信息制造业增加值增速有所放缓。根据数据显示，截止到2019年11月，我国规模以上电子信息制造业增加值同比增长8.9%；实现出口交货值同比增长1.6%。其中11月当月，我国规模以上电子信息制造业增加值同比增长9.7%，出口交货值同比下降1.5%。

2018年11月以来电子信息制造业增加值和出口交货值分月增速 数据来源：工信部

但经营能力有所提升。截止到2019年11月，我国规模以上电子信息制造业营业收入同比增长4.6%，利润总额同比增长4.1%，营业收入利润率为4.37%，营业成本同比增长4.1%。

2018年11月以来电子信息制造业营业收入、利润增速变动情况 数据来源：工信部

投资方面也有所放缓。数据显示，截止到2019年11月，我国电子信息制造业固定资产投资同比增长13.8%，较2018年同期（19.1%）减少了5.3个百分点，但依然要高于制造业（2.5%）。

2018年11月以来电子信息制造固定资产投资增速变动情况 数据来源：工信部

计算机方面

根据数据显示，截止到2019年11月，我国计算机制造业增加值同比增长2.1%，出口交货值同比增长2.3%。从主要产品来看，笔记本电脑产量同比增长0.6%，平板电脑产量同比增长17.4%。1-11月计算机制造业营业收入同比增长4.0%，利润同比增长6.3%。

2018年11月以来计算机制造业增加值和出口交货值分月增速 数据来源：工信部

手机方面

近几年来，受人口红利的消失、市场逐渐趋于饱和导致手机整体市场下降。数据显示，截止到2019年，国内手机市场总体出货量3.89亿部，同比下降6.2%。其中，智能手机出货量3.72亿部，同比下降4.7%，占同期手机出货量的95.6%。其中Android手机出货量占首位，其占比达到了91.2%。

2013-2019年中国智能手机出货量

数据来源：中国信通院

目前我国5G时代已经到来，预计随着5G的全面渗透，手机市场在5G的刺激下降有望掀起一波换机浪潮。根据数据显示，2019年全年5G手机1376.9万部。另外总上市新机来看，2019年全年上市新机型 573 款，同比下降 25.0%。其中 2G 手机 138 款、3G 手机 1 款，4G 手机 399 款、5G 手机 35 款。

数码相机

近几年来，全球相机厂家推出的新机数量越来越少。根据数据显示，截止到2019年10月，全球数码相机出货量为1273万部，减少20%。另外目前我国市场上主要由日本品牌占据主要市场，根据2018年-2019年度的数据显示，佳能、索尼、尼康、富士、奥林巴斯、卡西欧、松下、徕卡、宾得、理光是国内销量最好的十大数码相机品牌。其中除徕卡品牌之外，其它全为日本的品牌。

2013-2019年10月数码相机全球市场出货量情况 数据来源：中国电子信息行业联合会

小家电方面

近年来随着居民收入的增长、消费升级以及互联网电子商务的发展，我国小家电行业进入成长期，行业快速发展。根据数据显示，2018年我国小家电行业市场规模达3553亿元，预计2019年我国小家电行业市场规模将突破3750亿元。

2012-2019年小家电市场规模情况 数据来源：中国家用电器协会

大家电

目前大家电的增长主要来自于一二线，未来三四线以及农村的市场广阔。根据资料显示，是由于大量在一二线城市工作的人们，返回家乡给三四线及农村带来一二线的消费习惯，在一定程度上拉动了农村消费市场。与此同时，越来越多的家电企业相继向三四线以及农村渗透，也为农村消费市场带来了一定的推动力。

目前我国B2C市场3C数码家电品类交易规模 数据来源：中国家用电器协会（www）

观研天下发布的《2020年中国3C行业分析报告-市场深度分析与发展趋势研究》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、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3C行业发展概述

第一节 3C行业发展情况概述

一、3C行业相关定义

二、3C行业基本情况介绍

三、3C行业发展特点分析

第二节 中国3C行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、3C行业产业链条分析

三、中国3C行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国3C行业生命周期分析

一、3C行业生命周期理论概述

二、3C行业所属的生命周期分析

第四节 3C行业经济指标分析

一、3C行业的赢利性分析

二、3C行业的经济周期分析

三、3C行业附加值的提升空间分析

第五节 国中3C行业进入壁垒分析

一、3C行业资金壁垒分析

二、3C行业技术壁垒分析

三、3C行业人才壁垒分析

四、3C行业品牌壁垒分析

五、3C行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球3C行业市场发展现状分析

第一节 全球3C行业发展历程回顾

第二节 全球3C行业市场区域分布情况

第三节 亚洲3C行业地区市场分析

一、亚洲3C行业市场现状分析

二、亚洲3C行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲3C行业市场前景分析

第四节 北美3C行业地区市场分析

一、北美3C行业市场现状分析

二、北美3C行业市场规模与市场需求分析

三、北美3C行业市场前景分析

第五节 欧盟3C行业地区市场分析

一、欧盟3C行业市场现状分析

二、欧盟3C行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟3C行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界3C行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球3C行业市场规模预测

第三章 中国3C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3C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3C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3C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3C行业运行情况

第一节 中国3C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3C行业市场规模分析

第三节 中国3C行业供应情况分析

第四节 中国3C行业需求情况分析

第五节 中国3C行业供需平衡分析

第六节 中国3C行业发展趋势分析

第五章 中国3C所属行业运行数据监测

第一节 中国3C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3C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3C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3C市场格局分析

第一节 中国3C行业竞争现状分析

一、中国3C行业竞争情况分析

二、中国3C行业主要品牌分析

第二节 中国3C行业集中度分析

一、中国3C行业市场集中度分析

二、中国3C行业企业集中度分析

第三节 中国3C行业存在的问题

第四节 中国3C行业解决问题的策略分析

第五节 中国3C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3C行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国3C行业消费特点

第二节 中国3C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

第三节 3C行业成本分析

第四节 3C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3C行业价格现状分析

第六节 中国3C行业平均价格走势预测

一、中国3C行业价格影响因素

二、中国3C行业平均价格走势预测

三、中国3C行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国3C行业区域市场现状分析

第一节 中国3C行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地3C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3C市场规模分析

四、华东地区3C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3C市场规模分析

四、华中地区3C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3C市场规模分析

第九章 2017-2020年中国3C行业竞争情况

第一节 中国3C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3C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3C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 3C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 2021-2026年中国3C行业发展前景分析与预测

第一节 中国3C行业未来发展前景分析

一、3C行业国内投资环境分析

二、中国3C行业市场机会分析

三、中国3C行业投资增速预测

第二节 中国3C行业未来发展趋势预测

第三节 中国3C行业市场发展预测

一、中国3C行业市场规模预测

二、中国3C行业市场规模增速预测

三、中国3C行业产值规模预测

四、中国3C行业产值增速预测

五、中国3C行业供需情况预测

第四节 中国3C行业盈利走势预测

一、中国3C行业毛利润同比增速预测

二、中国3C行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国3C行业投资风险与营销分析

第一节 3C行业投资风险分析

一、3C行业政策风险分析

二、3C行业技术风险分析

三、3C行业竞争风险分析

四、3C行业其他风险分析

第二节 3C行业企业经营发展分析及建议

一、3C行业经营模式

二、3C行业销售模式

三、3C行业创新方向

第三节 3C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3C行业发展策略及投资建议

第一节 中国3C行业品牌战略分析

一、3C企业品牌的重要性

二、3C企业实施品牌战略的意义

三、3C企业品牌的现状分析

四、3C企业的品牌战略

五、3C品牌战略管理的策略

第二节 中国3C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3C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3C行业发展策略及投资建议

第一节 中国3C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3C行业定价策略分析

第三节中国3C行业营销渠道策略

一、3C行业渠道选择策略

二、3C行业营销策略

第四节中国3C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3C行业重点投资区域分析

二、中国3C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/tongxin/366025366025.html>