

2016-2022年中国3C市场发展态势及投资方向分析报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国3C市场发展态势及投资方向分析报告》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/3g/237243237243.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”，就是计算机（Computer）、通信（Communication）和消费类电子产品（Consumer Electronics）三者结合，亦称“信息家电”。由于3C产品的体积一般都不大，所以往往在中间加一个“小”字，故往往统称为“3C小家电”。

从投资规模来看，2014年中国3C制造业500万元以上项目完成固定资产投资超过1500亿元。其中，电视机制造业完成固定资产投资102亿元，同比下降15.3%；通信终端设备制造业完成固定资产投资569亿元，同比增长31%；计算机行业完成固定资产投资859亿元，同比增长4.3%。2014年，中国手机（包括功能机和智能机）产量达16.3亿台，同比增长6.8%。电子计算机总产量3.51亿台，计算机全行业实现销售产值2.27万亿元，同比增长2.9%。而包括手机在内的通讯终端设备产值规模达1.22万亿。包括彩电、数码相机在内的消费类电子产品产值规模超过5000亿元。2011-2014年中国国内3C产品行业销售收入规模从14467.7亿元增长到20873.4亿元，占产值一半以上，从中也反映出中国3C产品出口额较高，占产值四成以上。

进入到2015年，随着移动通信产业的迅速发展，消费者对智能产品的消费习惯将发生变化，中国技术消费电子（3C）市场将呈现出产业间融合互动的趋势，并进入市场结构调整。同时，中国消费者对技术产品表现出的好奇心和适应能力，以及中国制造业的特殊性将赋予中国市场与众不同的结构调整节奏。2014年中国手机市场结束了5年的高速增长，全年市场规模达到4.2亿部，同比仅增长3.9%，增速明显放缓。其中，智能手机零售量为3.7亿部，占手机市场零售量的88%。4G开始迅速替换3G，厂商产品线在半年内迅速向4G调整，4G市场规模突破9000万部，在整体手机市场占比已超过两成。预计2016-2022年中国3C产品行业销售收入规模将从23360.4亿元增长到42062.2亿元，年增长率在11-14%之间。

中国报告网发布的《2016-2022年中国3C市场发展态势及投资方向分析报告》首先介绍了3C行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

【报告大纲】

第一章 2014年中国3C行业宏观环境分析

第一节 3C行业定义分析

一、行业定义

二、行业产品分类

第二节 2014年3C行业宏观环境分析

一、政策环境

二、经济环境

三、技术环境

四、社会环境

第二章 2011-2014年中国3C行业经济指标分析

第一节 2011-2014年3C行业发展概述

一、2011年3C行业发展概述

二、2012年3C行业发展概述

三、2013年3C行业发展概述

四、2014年3C行业发展概述

第二节 2011-2014年3C行业经济运行状况

一、3C行业企业数量分析

二、3C行业资产规模分析

三、3C行业销售收入分析

四、3C行业利润总额分析

第三节 2011-2014年3C行业成本费用分析

一、3C行业营销成本分析

二、3C行业销售费用分析

三、3C行业管理费用分析

四、3C行业财务费用分析

第四节 2011-2014年3C行业运营效益分析

一、3C行业盈利能力分析

二、3C行业运营能力分析

三、3C行业偿债能力分析

四、3C行业成长能力分析

第三章 2014年中国3C行业市场与竞争分析

第一节 3C行业上下游市场分析

一、3C行业产业链简介

二、上游供给市场分析

1、电子元器件

2、平板显示

3、移动芯片

三、下游需求市场分析

1、计算机需求

2、手机需求

3、可穿戴设备需求

第二节 2014年3C行业市场供需分析

一、3C行业供应总量

二、3C行业市场总量

1、市场需求总量

2、各产品市场容量及变化

三、3C行业产品价格分析

第三节 3C行业五力竞争分析

一、上游议价能力分析

二、下游议价能力分析

三、替代品威胁分析

四、新进入者威胁分析

五、行业竞争现状分析

第四节 3C行业市场集中度分析

一、行业市场集中度分析

二、行业主要竞争者分析

第四章 中国3C行业传统商业模式分析

第一节 3C行业原料采购模式

第二节 3C行业经营模式

第三节 3C行业盈利模式

第四节 OEM、ODM、OBM模式分析

第五章 中国3C行业商业模式构建与实施策略

第一节 3C行业商业模式要素与特征

一、商业模式的构成要素

二、商业模式的模式要素

1、产品价值模式

2、战略模式

3、市场模式

4、营销模式

5、管理模式

6、资源整合模式

7、资本运作模式

8、成本模式

9、营收模式

三、成功商业模式的特征

第二节 3C行业企业商业模式构建步骤

一、挖掘客户价值需求

二、产业价值链再定位

- 1、客户价值公式
- 2、产业价值定位
- 3、商业形态定位

三、寻找利益相关者

四、构建盈利模式

第三节 3C行业商业模式的实施策略

一、企业价值链管理的目标

- 1、高效率
- 2、高品质
- 3、持续创新
- 4、快速客户响应

二、企业价值链管理系统建设

三、企业文化建设

第六章 中国3C行业商业模式创新转型分析

第一节 互联网思维对行业的影响

- 一、互联网思维三大特征
- 二、基于互联网思维的行业发展

第二节 互联网时代七大商业模式

一、平台模式

- 1、构成平台模式的6个条件
- 2、平台模式的特点
- 3、平台模式成功的四大要素
- 4、平台模式案例

二、免费模式

- 1、免费商业模式解析
- 2、免费战略的实施条件
- 3、免费战略的类型

- (1) 产品模式创新型
- (2) 伙伴模式创新型
- (3) 族群模式创新型
- (4) 渠道模式创新型
- (5) 沟通模式创新型
- (6) 客户模式创新型
- (7) 成本模式创新型

(8) 壁垒模式创新型

三、软硬一体化模式

- 1、软硬一体化商业模式案例
- 2、软硬一体化模式受到市场追捧
- 3、软硬一体化模式是一项系统工程
- 4、成功打造软硬一体化商业模式的关键举措

四、O2O模式

- 1、O2O模式爆发巨大力量
- 2、O2O模式分类
- 3、O2O模式的盈利点分析
- 4、O2O模式的思考

五、品牌模式

- 1、品牌模式的内涵及本质
- 2、成功的移动互联网品牌
- 3、如何推进品牌经营

六、双模模式

- 1、双模模式概述
- 2、移动互联网：用户规模是关键
- 3、双模模式案例

七、速度模式

- 1、什么是速度模式
- 2、速度模式的主要表现
- 3、速度模式应注意的几个问题

第三节 互联网背景下3C行业商业模式选择

- 一、3C行业与互联网思维的结合
- 二、互联网背景下3C行业商业模式选择

第七章 2014年3C行业企业经营情况与商业模式分析

第一节 联想控股股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业经营模式分析
- 五、企业发展战略规划

第二节 TCL集团股份有限公司

- 一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第三节 中兴通讯股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

第四节 华为技术有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第五节 深圳市神舟电脑股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第六节 海信集团有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第七节 四川长虹电子集团有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第八节 广东步步高电子工业有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第九节 康佳集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第十节 创维集团有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略规划

第八章 2016-2022年中国3C行业发展前景预测分析

第一节 2016-2022年3C行业发展前景及趋势预测分析

第二节 2016-2022年3C行业发展前景预测

一、2016-2022年3C行业生产规模预测

二、2016-2022年3C行业市场规模预测

三、2016-2022年3C行业盈利前景预测

第九章 2014-2018年中国3C行业投融资战略规划分析

第一节 3C行业关键成功要素分析

第二节 3C行业投资壁垒分析

一、3C行业进入壁垒

二、3C行业退出壁垒

第三节 3C行业投资风险与规避

一、宏观经济风险与规避

二、行业政策风险与规避

三、原料市场风险与规避

四、市场竞争风险与规避

五、技术风险分析与规避

六、下游需求风险与规避

第四节 3C行业融资渠道与策略

一、3C行业融资渠道分析

二、3C行业融资策略分析

图表目录

图表 智能手机行业相关政策与标准

图表 2010-2014年国内生产总值及其增长速度

图表 2010-2014年城镇新增就业人数

图表 2010-2014年国家全员劳动生产率()

图表 2014年居民消费价格月度涨跌幅度

图表 2014年居民消费价格比2013年涨跌幅度

特别说明：中国报告网所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/3g/237243237243.html>