

2022年中国消费电子市场分析报告- 市场发展格局与投资潜力研究

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《2022年中国消费电子市场分析报告-市场发展格局与投资潜力研究》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://www.chinabaogao.com/baogao/202201/568444.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

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），消费电子行业属于“计算机、通信和其他电子设备制造业（C39）”。

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类指引》（GB_T4754-2017），消费电子行业属于“C39计算机、通信和其他电子设备制造业”。

1、行业主管部门和监管体制

（1）行业主管部门和监管体制

消费电子行业的行政主管部门包括发改委、工信部和商务部。其中，发改委主要负责拟定行业发展战略及规划，推进产业政策的实施，优化产业结构并推动产业的战略调整等。工信部负责提出行业发展战略和政策，拟订并组织实施行业发展规划，推进产业结构战略性调整和优化升级；指导行业技术创新和技术进步，组织实施有关国家科技重大专项，推进相关科研成果产业化等。商务部主要负责拟订国内外贸易和国际经济合作的发展战略、政策；负责制定进出口商品、加工贸易管理办法和进出口管理商品、技术目录；指导贸易促进活动和外贸促进体系建设等。

（2）行业自律组织

行业自律组织包括中国电子信息行业联合会、中国软件行业协会、中国电子商会和中国计算机学会。其中，中国电子信息行业联合会主要负责促进电子信息行业自律，协助和支撑政府开展行业管理工作，开展国际交流与合作，维护行业利益，促进电子信息行业持续健康发展等。中国软件行业协会主要负责对各地软件企业认定机构的认定工作进行业务指导、监督和检查；负责软件产品登记认证和软件企业资质认证工作；订立行业行规行约，约束行业行为，提高行业自律性；协助政府部门组织制定、修改本行业的国家标准和专业标准以及本行业的推荐性标准等。中国电子商会主要负责执行国家电子信息行业发展的有关方针与政策，按照发展社会主义市场经济的原则，促进消费电子及信息化产品生产的不断发展，维护会员的权益，为消费电子行业的生产经营培育良好的市场环境等。中国计算机学会的宗旨是推动学术进步和技术成果的应用；促进技术和产业应用一线的交流 and 互动等。

2、行业主要法律、法规及行业标准

消费电子行业涉及的主要法律法规为生产许可、进出口商品检验、质量控制等方面。国家先后颁布实施的一系列法律法规规范推动了计算机、通信和其他电子设备制造业健康、稳定的发展。

序号

文件名称

发布单位

发布时间

《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例实施办法》

国家质量监督检验检疫总局

2014.04

2

《中华人民共和国环境保护法》

全国人大常委会

2015.01

3

《中华人民共和国节约能源法》

全国人大常委会

2018.10

4

《中华人民共和国进出口商品检验法》

全国人大常委会

2018.12

5

《中华人民共和国产品质量法》

全国人大常委会

2018.12

资料来源：观研天下整理

3、行业政策

序号

文件名称

发布单位

发布时间

主要内容

1

《电子信息产业调整和振兴规划》

国务院

2009.04

确保电子信息产业稳定发展，加快结构调整，推动产业升级。产业调整和振兴的三大任务之一就是确保计算机、电子元器件、视听产品等骨干产业稳定增长。

2

《当前优先发展的高技术产业化重点领域指南》

工信部、发改委

2011.06

将4C（计算机、通信、消费电子、内容）融合产品等消费类电子产品作为高技术产业化重点领域。

3

《电子信息制造业“十二五”发展规划》

工信部

2012.02

加快计算机前沿技术创新，进一步增强计算机产品自主研发、工业设计和主板制造能力，提升产业核心竞争力。把握移动互联网发展趋势，大力发展具备轻薄便携、低功耗、触控、高清与三维（3D）显示等特点的笔记本计算机、平板计算机等移动智能终端，加强计算机外部设备及耗材产品研发和产业化，推动计算机、电信设备及视听产品升级换代，提升国产设备终端的国际竞争力。

4

《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》

国务院

2013.08

提出增强信息产品供给能力：鼓励智能终端产品创新发展。面向移动互联网、云计算、大数据等热点，加快实施智能终端产业化工程，支持研发智能手机、智能电视等终端产品，促进终端与服务一体化发展。支持数字家庭智能终端研发及产业化，大力推进数字家庭示范应用和数字家庭产业基地建设。鼓励整机企业与芯片、器件、软件企业协作，研发各类新型信息消费电子产品。支持电信、广电运营单位和制造企业通过定制、集中采购等方式开展合作，带动智能终端产品竞争力提升，夯实信息消费的产业基础。

5

《中国制造2025》

国务院

2015.05

实施工业产品质量提升行动计划，针对特种设备、关键原材料、基础零部件、电子元器件等重点行业，加强可靠性设计、试验与验证技术开发应用。到2025年，70%的核心基础零部件、关键基础材料实现自主保障，建成较为完善的产业技术基础服务体系。

6

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》

发改委

2016.03

实施工业强基工程，重点突破关键基础材料、核心基础零部件（元器件）、先进基础工艺、产业技术基础等“四基”瓶颈。实施高端装备创新发展工程，明显提升自主设计水平和系统集

成能力，强化智能制造标准、工业电子设备、核心支撑软件等基础。

7

《扩大和升级信息消费三年行动计划（2018-2020年）》

工信部、发改委

2018.07

提升消费电子产品供给创新水平，利用物联网、大数据、云计算、人工智能等技术推动电子产品智能化升级，提升手机、计算机、彩色电视机等各类终端产品的中高端供给体系质量，推荐虚拟/增强现实、超高清终端设备等产品的研发和产业化。

8

《推动重点消费品更新升级畅通资源循环利用实施方案（2019-2020年）》

发改委、生态环境部、商务部

2019.06

聚焦汽车、家电、消费电子产品领域，进一步巩固产业升级势头，增强市场消费活力，提升消费支撑能力，畅通资源循环利用，促进形成强大国内市场，实现产业高质量发展。着力破除限制消费的市场壁垒，切实维护消费者正当权益，综合应用各类政策工具，积极推动汽车、家电、消费电子产品更新消费。

9

《关于推动先进制造业和现代服务业深度融合发展的实施意见》

工信部、发改委、中央网信办等

2019.11

到2025年，形成一批创新活跃、效益显著、质量卓越、带动效应突出的深度融合发展企业、平台和示范区，企业生产性服务投入逐步提高，产业生态不断完善，两业融合成为推动制造业

业高质量发展的重要支撑。推动消费品工业和服务业深度融合，以家电、消费电子等为重点

10

《工业和信息化部关于推动5G加快发展的通知》

工信部

2020.03

文件提出加快5G网络建设进度。鼓励基础电信企业通过套餐升级优惠、信用购机等举措，促进5G终端消费，加快用户向5G迁移。推广5G+VR/AR等应用，促进新型信息消费。加速5G应用模组研发，支撑可穿戴设备等泛终端规模应用。

11

《工业和信息化部办公厅关于深入推进移动物联网全面发展的通知》

工信部

2020.05

文件提出加快推进5G网络建设，继续深化4G网络覆盖，推进移动物联网应用发展。产业数字化方面，深化移动物联网在智慧医疗等领域应用。生活智慧化方面，推广移动物联网技术在智能家居、可穿戴设备、儿童及老人照看、宠物追踪等产品中的应用。

资料来源：观研天下整理（YZX）

观研报告网发布的《2022年中国消费电子市场分析报告-市场发展格局与投资潜力研究》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。

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、消费电子行业基本情况介绍
- 三、消费电子行业发展特点分析

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 中国消费电子行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、消费电子行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制

四、中国消费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

第四节 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

第五节 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 2022-2027年世界消费电子行业分布走势预测

第七节 2022-2027年全球消费电子行业市场规模预测

第三章 中国消费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

第三节 中国消费电子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

第三节 中国消费电子行业供应情况分析

第四节 中国消费电子行业需求情况分析

第五节 我国消费电子行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国消费电子行业供需平衡分析

第七节 中国消费电子行业发展趋势分析

第五章 中国消费电子所属行业运行数据监测

第一节 中国消费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 中国消费电子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 2018-2022年中国消费电子市场格局分析

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情况分析

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

第五节 中国消费电子行业钻石模型分析

- 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 中国消费电子行业消费市场动态情况

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、渠道因素
- 四、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、中国消费电子行业价格影响因素
- 二、中国消费电子行业平均价格走势预测
- 三、中国消费电子行业平均价格增速预测

第八章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布

第二节 中国华东地区消费电子市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区消费电子市场规模分析
- 四、华东地区消费电子市场规模预测

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、华中地区消费电子市场规模分析
- 四、华中地区消费电子市场规模预测
- 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、华南地区消费电子市场规模分析
 - 四、华南地区消费电子市场规模预测
- 第五节 华北地区消费电子市场分析
 - 一、华北地区概述
 - 二、华北地区经济环境分析
 - 三、华北地区消费电子市场规模分析
 - 四、华北地区消费电子市场规模预测
- 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、东北地区消费电子市场规模分析
 - 四、东北地区消费电子市场规模预测
- 第七节 西部地区市场分析
 - 一、西部地区概述
 - 二、西部地区经济环境分析
 - 三、西部地区消费电子市场规模分析
 - 四、西部地区消费电子市场规模预测

第九章2018-2022年中国消费电子行业竞争情况

第一节 中国消费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 中国消费电子行业SCP分析

- 一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国消费电子行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 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、公司优劣势分析

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、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章2022-2027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 中国消费电子行业市场发展预测

- 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

- 一、中国消费电子行业毛利润同比增速预测
- 二、中国消费电子行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国消费电子行业投资风险与营销分析

第一节 消费电子行业投资风险分析

- 一、消费电子行业政策风险分析
- 二、消费电子行业技术风险分析
- 三、消费电子行业竞争风险分析
- 四、消费电子行业其他风险分析

第二节 消费电子行业应对策略

- 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2022-2027年中国消费电子行业发展战略及规划建议

第一节 中国消费电子行业品牌战略分析

- 一、消费电子企业品牌的重要性

二、消费电子企业实施品牌战略的意义

三、消费电子企业品牌的现状分析

四、消费电子企业的品牌战略

五、消费电子品牌战略管理的策略

第二节 中国消费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 中国消费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 2022-2027年中国消费电子行业发展策略及投资建议

第一节 中国消费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 中国消费电子行业营销渠道策略

一、消费电子行业渠道选择策略

二、消费电子行业营销策略

第三节 中国消费电子行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国消费电子行业重点投资区域分析

二、中国消费电子行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/568444.html>