

2018-2024年中国3C行业 市场调研与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国3C行业市场调研与发展前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/tongxun/O11651DAQA.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

所谓“3C产品”，就是计算机、通信和消费类电子产品三者结合，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”。3C产品通常指的是电脑、平板电脑、移动电话、数码相机、随身听、电子辞典、影音播放之硬件设备或数字音频播放器等等。3C产业是指结合电脑、通讯、和消费性电子三大科技产品整合应用的资讯家电产业。三大科技产品整合应用的资讯家电产业，3C的出现在90年代后期，由于半导体的进展以及网际网路普及，结合电脑、通讯、和消费性电子三大产品领域的3C产业乘着数位时代的脚步，渐渐发展为世界性的新兴科技产业。3C产业所涵盖的范围相当广，是目前发展最迅速，变动也最频繁的一种产业。

3C产品覆盖广，产量大，总体产业始终保持着高景气度态势。我国是3C制造业大国，全球大约70%以上的电子产品均由中国进行制造和装配。3C产品包括外壳、玻璃、盖板在内的零部件制造技术以及整机装配技术，其工艺和设备成熟，加工内容重复度高，劳动强度高，符合自动化改造特征。目前3C行业竞争激烈，人口红利消失，生产竞争力下降，产业集体转移，3C产业自动化是唯一解决路径。

未来几年我国3C自动化将会迎来黄金发展阶段。技术方面，3C产品技术的升级，驱动3C制造企业生产的新技术、新工艺、新设备的快速发展。成本方面，3C制造行业竞争激烈、利润率普遍，成本端驱动行业自动化率提升。3C制造自动化成为我国自动化改造领域下一片蓝海。优质3C制造自动化公司并入上市公司之后都会迎来业绩高速增长期。

随着国内居民收入和消费能力显著提升以及4G商业化运营，人们对智能手机、平板电脑、可穿戴设备等移动终端需求不断扩大，中国消费电子市场呈现快速增长的发展趋势。我国是世界上最大的3C产品制造国，全球大约70%以上的电子产品均由中国进行制造和装配。2016年国内消费电子市场整体规模超过2万亿元，同比增长10%，已成为全球最大的消费电子市场；而3C引领整个消费电子产品行业，增长规模是8.4%；我国3C产品市场规模从2014年开始进入平稳发展阶段，2016年中国3C设备行业的市场空间约3614亿。通讯产品、电脑办公、数码影像作为科技和互联网发展的核心驱动力，2016年中国3C市场增长迅速，预计2017年3C市场仍将有很大的增长空间。然而，我国自动化设备渗透率很低，目前自动化渗透率约15%-25%，预计到2020年自动化设备空间可以提升到2500亿元。

报告目录

第一章 3C行业报告摘要

- 1.1 3C行业报告研究范围
 - 1.1.1 3C行业专业名词解释
 - 1.1.2 3C行业研究范围界定
 - 1.1.3 3C行业分析框架简介
 - 1.1.4 3C行业分析工具介绍
- 1.2 3C行业报告研究摘要
 - 1.2.1 3C行业发展现状分析
 - 1.2.2 3C行业市场规模分析
 - 1.2.3 3C行业发展趋势预测
 - 1.2.4 3C行业投资前景展望

第二章 3C行业概述

- 2.1 3C行业基本概述
 - 2.1.1 3C行业基本定义
 - 2.1.2 3C行业主要分类
 - 2.1.3 3C行业市场特点
- 2.2 3C行业商业模式
 - 2.2.1 3C行业商业模式
 - 2.2.2 3C行业盈利模式
 - 2.2.3 3C行业互联网+模式
- 2.3 3C行业产业链
 - 2.3.1 3C行业产业链简介
 - 2.3.2 3C行业上游供应分布
 - 2.3.3 3C行业下游需求领域
- 2.4 3C行业发展特性
 - 2.4.1 3C行业季节性
 - 2.4.2 3C行业区域性
 - 2.4.3 3C行业周期性

第三章 中国3C行业发展环境分析

- 3.1 3C行业政治法律环境
 - 3.1.1 行业管理体制分析

- 3.1.2 《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》
- 3.1.3 《国务院关于加快培育和发展战略性新兴产业的决定》
- 3.1.4 《国家战略性新兴产业“十三五”发展规划》
- 3.1.5 《关于加强移动智能终端进网管理的通知》
- 3.2 3C行业经济环境分析
 - 3.2.1 宏观经济形势分析
 - 3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析
- 3.3 3C行业社会环境分析
 - 3.3.1 3C产业社会环境
 - 3.3.2 社会环境对行业的影响
- 3.4 3C行业技术环境分析
 - 3.4.1 3C技术分析
 - 1、技术水平总体发展情况
 - 2、中国3C行业新技术研究
 - 3.4.2 3C技术发展水平
 - 1、中国3C行业技术水平所处阶段
 - 2、与国外3C行业的技术差距
 - 3.4.3 行业主要技术发展趋势
 - 3.4.4 技术环境对行业的影响

第四章 国际3C行业发展经验借鉴

- 4.1 美国3C行业发展经验借鉴
 - 4.1.1 美国3C行业发展历程分析
 - 4.1.2 美国3C行业运营模式分析
 - 4.1.3 美国3C行业发展趋势预测
 - 4.1.4 美国3C行业对我国的启示
- 4.2 英国3C行业发展经验借鉴
 - 4.2.1 英国3C行业发展历程分析
 - 4.2.2 英国3C行业运营模式分析
 - 4.2.3 英国3C行业发展趋势预测
 - 4.2.4 英国3C行业对我国的启示
- 4.3 日本3C行业发展经验借鉴

4.3.1 日本3C行业发展历程分析

4.3.2 日本3C行业运营模式分析

4.3.3 日本3C行业发展趋势预测

4.3.4 日本3C行业对我国的启示

4.4 韩国3C行业发展经验借鉴

4.4.1 韩国3C行业发展历程分析

4.4.2 韩国3C行业运营模式分析

4.4.3 韩国3C行业发展趋势预测

4.4.4 韩国3C行业对我国的启示

第五章 中国3C行业发展现状分析

5.1 中国3C行业发展概况分析

5.1.1 中国3C行业发展历程分析

5.1.2 中国3C行业发展总体概况

5.1.3 中国3C行业发展特点分析

5.2 中国3C行业发展现状分析

5.2.1 中国3C行业市场规模

5.2.2 中国3C行业发展分析

5.2.3 中国3C企业发展分析

5.3 2018-2024年中国3C行业面临的困境及对策

5.3.1 中国3C行业面临的困境及对策

1、中国3C行业面临困境

2、中国3C行业对策探讨

5.3.2 中国3C企业发展困境及策略分析

1、中国3C企业面临的困境

2、中国3C企业的对策探讨

5.3.3 国内3C企业的出路分析

第六章 中国互联网+3C行业发展现状及前景

6.1 中国互联网+3C行业市场发展阶段分析

6.1.1 互联网+3C行业发展阶段的研究

6.1.2 互联网+3C行业细分阶段的分析

6.2 互联网给3C行业带来的冲击和变革分析

6.2.1 互联网时代3C行业大环境变化分析

6.2.2 互联网给3C行业带来的突破机遇分析

6.2.3 互联网给3C行业带来的挑战分析

6.2.4 互联网+3C行业融合创新机会分析

6.3 中国互联网+3C行业市场发展现状分析

6.3.1 中国互联网+3C行业投资布局分析

1、中国互联网+3C行业投资切入方式

2、中国互联网+3C行业投资规模分析

3、中国互联网+3C行业投资业务布局

6.3.2 3C行业目标客户互联网渗透率分析

6.3.3 中国互联网+3C行业市场规模分析

6.3.4 中国互联网+3C行业竞争格局分析

1、中国互联网+3C行业参与者结构

2、中国互联网+3C行业竞争者类型

3、中国互联网+3C行业市场占有率

6.4 中国互联网+3C行业市场发展前景分析

6.4.1 中国互联网+3C行业市场增长动力分析

6.4.2 中国互联网+3C行业市场发展瓶颈剖析

6.4.3 中国互联网+3C行业市场发展趋势分析

第七章 中国3C行业运行指标分析

7.1 中国3C行业市场规模分析及预测

7.1.1 2014-2016年中国3C行业市场规模分析

7.1.2 2018-2024年中国3C行业市场规模预测

7.2 中国3C行业市场供需分析及预测

7.2.1 中国3C行业市场供给分析

1、2014-2016年中国3C行业供给规模分析

2、2018-2024年中国3C行业供给规模预测

7.2.2 中国3C行业市场需求分析

1、2014-2016年中国3C行业需求规模分析

2、2018-2024年中国3C行业需求规模预测

7.3 中国3C行业企业数量分析

7.3.1 2014-2016年中国3C行业企业数量情况

7.3.2 2014-2016年中国3C行业企业竞争结构

7.4 2014-2016年中国3C行业财务指标总体分析

7.4.1 行业盈利能力分析

7.4.2 行业偿债能力分析

7.4.3 行业营运能力分析

7.4.4 行业发展能力分析

第八章 中国3C行业应用领域分析

8.1 中国3C行业应用领域概况

8.1.1 行业主要应用领域

8.1.2 行业应用结构分析

8.1.3 应用发展趋势分析

8.2 应用领域一

8.2.1 市场发展现状概述

8.2.2 行业市场应用规模

8.2.3 行业市场需求分析

8.3 应用领域二

8.3.1 市场发展现状概述

8.3.2 行业市场应用规模

8.3.3 行业市场需求分析

8.4 应用领域三

8.4.1 市场发展现状概述

8.4.2 行业市场应用规模

8.4.3 行业市场需求分析

第九章 中国3C行业竞争格局分析

9.1 3C行业竞争五力分析

9.1.1 3C行业上游议价能力

9.1.2 3C行业下游议价能力

9.1.3 3C行业新进入者威胁

- 9.1.4 3C行业替代产品威胁
- 9.1.5 3C行业内部企业竞争
- 9.2 3C行业竞争SWOT分析
 - 9.2.1 3C行业优势分析（S）
 - 9.2.2 3C行业劣势分析（W）
 - 9.2.3 3C行业机会分析（O）
 - 9.2.4 3C行业威胁分析（T）
- 9.3 3C行业重点企业竞争策略分析

第十章 中国3C行业竞争企业分析

- 10.1 公司竞争力分析
 - 10.1.1 企业发展基本情况
 - 10.1.2 企业主要产品分析
 - 10.1.3 企业竞争优势分析
 - 10.1.4 企业经营状况分析
 - 10.1.5 企业最新发展动态
- 10.2 公司竞争力分析
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业主要产品分析
 - 10.2.3 企业竞争优势分析
 - 10.2.4 企业经营状况分析
 - 10.2.5 企业最新发展动态
- 10.3 公司竞争力分析
 - 10.3.1 企业发展基本情况
 - 10.3.2 企业主要产品分析
 - 10.3.3 企业竞争优势分析
 - 10.3.4 企业经营状况分析
 - 10.3.5 企业最新发展动态
- 10.4 公司竞争力分析
 - 10.4.1 企业发展基本情况
 - 10.4.2 企业主要产品分析
 - 10.4.3 企业竞争优势分析

- 10.4.4 企业经营状况分析
- 10.4.5 企业最新发展动态
- 10.5 公司竞争力分析
 - 10.5.1 企业发展基本情况
 - 10.5.2 企业主要产品分析
 - 10.5.3 企业竞争优势分析
 - 10.5.4 企业经营状况分析
 - 10.5.5 企业最新发展动态
- 10.6 公司竞争力分析
 - 10.6.1 企业发展基本情况
 - 10.6.2 企业主要产品分析
 - 10.6.3 企业竞争优势分析
 - 10.6.4 企业经营状况分析
 - 10.6.5 企业最新发展动态
- 10.7 公司竞争力分析
 - 10.7.1 企业发展基本情况
 - 10.7.2 企业主要产品分析
 - 10.7.3 企业竞争优势分析
 - 10.7.4 企业经营状况分析
 - 10.7.5 企业最新发展动态
- 10.8 公司竞争力分析
 - 10.8.1 企业发展基本情况
 - 10.8.2 企业主要产品分析
 - 10.8.3 企业竞争优势分析
 - 10.8.4 企业经营状况分析
 - 10.8.5 企业最新发展动态
- 10.9 公司竞争力分析
 - 10.9.1 企业发展基本情况
 - 10.9.2 企业主要产品分析
 - 10.9.3 企业竞争优势分析
 - 10.9.4 企业经营状况分析
 - 10.9.5 企业最新发展动态

- 10.10 公司竞争力分析
- 10.10.1 企业发展基本情况
- 10.10.2 企业主要产品分析
- 10.10.3 企业竞争优势分析
- 10.10.4 企业经营状况分析
- 10.10.5 企业最新发展动态

第十一章 中国3C行业经典案例分析

- 11.1 经典案例一
- 11.1.1 基本信息分析
- 11.1.2 经营情况分析
- 11.1.3 产品/服务分析
- 11.1.4 商业模式分析
- 11.2 经典案例二
- 11.2.1 基本信息分析
- 11.2.2 经营情况分析
- 11.2.3 产品/服务分析
- 11.2.4 商业模式分析
- 11.3 经典案例三
- 11.3.1 基本信息分析
- 11.3.2 经营情况分析
- 11.3.3 产品/服务分析
- 11.3.4 商业模式分析

第十二章 2018-2024年中国3C行业发展前景及趋势预测

- 12.1 2018-2024年中国3C市场发展前景
- 12.1.1 2018-2024年3C市场发展潜力
- 12.1.2 2018-2024年3C市场发展前景展望
- 12.1.3 2018-2024年3C细分行业发展前景分析
- 12.2 2018-2024年中国3C市场发展趋势预测
- 12.2.1 2018-2024年3C行业发展趋势
- 12.2.2 2018-2024年3C行业应用趋势预测

- 12.2.3 2018-2024年细分市场发展趋势预测
- 12.3 2018-2024年中国3C市场影响因素分析
 - 12.3.1 2018-2024年3C行业发展有利因素
 - 12.3.2 2018-2024年3C行业发展不利因素
 - 12.3.3 2018-2024年3C行业进入壁垒分析

第十三章 2018-2024年中国3C行业投资机会分析

- 13.1 3C行业投资现状分析
 - 13.1.1 3C行业投资规模分析
 - 13.1.2 3C行业投资资金来源构成
 - 13.1.3 3C行业投资项目建设分析
 - 13.1.4 3C行业投资资金用途分析
 - 13.1.5 3C行业投资主体构成分析
- 13.2 3C行业投资机会分析
 - 13.2.1 3C行业产业链投资机会
 - 13.2.2 3C行业细分市场投资机会
 - 13.2.3 3C行业重点区域投资机会
 - 13.2.4 3C行业产业发展的空白点分析

第十四章 2018-2024年中国3C行业投资风险预警

- 14.1 3C行业风险识别方法分析
 - 14.1.1 专家调查法
 - 14.1.2 故障树分析法
 - 14.1.3 敏感性分析法
 - 14.1.4 情景分析法
 - 14.1.5 核对表法
 - 14.1.6 主要依据
- 14.2 3C行业风险评估方法分析
 - 14.2.1 敏感性分析法
 - 14.2.2 项目风险概率估算方法
 - 14.2.3 决策树
 - 14.2.4 专家决策法

14.2.5 层次分析法

14.2.6 对比及选择

14.3 3C行业投资风险预警

14.3.1 2018-2024年3C行业市场风险预测

14.3.2 2018-2024年3C行业政策风险预测

14.3.3 2018-2024年3C行业经营风险预测

14.3.4 2018-2024年3C行业技术风险预测

14.3.5 2018-2024年3C行业竞争风险预测

14.3.6 2018-2024年3C行业其他风险预测

第十五章 2018-2024年中国3C行业投资策略建议

15.1 提高3C企业竞争力的策略

15.1.1 提高中国3C企业核心竞争力的对策

15.1.2 3C企业提升竞争力的主要方向

15.1.3 影响3C企业核心竞争力的因素及提升途径

15.1.4 提高3C企业竞争力的策略

15.2 对我国3C品牌的战略思考

15.2.1 3C品牌的重要性

15.2.2 3C实施品牌战略的意义

15.2.3 3C企业品牌的现状分析

15.2.4 我国3C企业的品牌战略

15.2.5 3C品牌战略管理的策略

15.3 3C行业建议

15.3.1 行业发展策略建议

15.3.2 行业投资方向建议

15.3.3 行业投资方式建议

图表目录

图表：3C产业链分析

图表：3C上游供应分布

图表：3C下游需求领域

图表：3C行业生命周期

图表：2014-2016年3C行业市场规模分析
图表：2018-2024年3C行业市场规模预测
图表：2014-2016年中国3C行业供给规模分析
图表：2018-2024年中国3C行业供给规模预测
图表：2014-2016年中国3C行业需求规模分析
图表：2018-2024年中国3C行业需求规模预测
图表：2014-2016年中国3C行业企业数量情况
图表：2014-2016年中国3C行业企业竞争结构
图表：2004-2016年国内生产总值及其增长速度
图表：2004-2016年居民消费价格涨跌幅度
图表：2016年居民消费价格比2015年涨跌幅度
图表：2004-2016年固定资产投资及其增长速度
图表：2004-2016年社会消费品零售总额及其增长速度
图表：2016年人口数及其构成
图表：2004-2016年农村居民收入及其增长速度
图表：2004-2016年城镇居民可支配收入及其增长速度
图表：中国3C行业投资风险分析
图表：中国3C行业发展趋势预测
略……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/tongxun/O11651DAQA.html>