

# 2009-2012年中国3C行业 投资策略分析及竞争战略研究咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2009-2012年中国3C行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》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.cction.com/report/200907/21219.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

### &rarr;内容简介

全球经济衰退对3C行业构成重大不利，这种非生活必需品在面临经济衰退的时候，较大的需求弹性导致了市场需求的快速下滑，尤其是包括消费电子在内的下游需求。计算机配件、数码产品的替换消费和首购消费在2009年将双双下降，虽然销售价的下降有助于笔记本等主机渗透率的提高，但同比增速也下降明显。2009年全球信息家电销售额将达到7240亿美元，首次突破7000亿美元大关。但由于全球经济下滑，同比增速将仅为4.3%，远低于2008年的13.7%增速下滑的主要原因是占信息家电四分之一强的手机和单价较高的数字电视销路不旺。估计2009年全球手机销量12.05亿部，同比增长2.1%，电视销量2.32亿台，同比增长2.6%。而2008年手机和电视的销量分别比2007同比增长了13.0%和10.5%。

我国3C产品B2C网上零售市场销售规模已占B2C市场38.19%，排名商品品类销售规模榜首；其中京东网上商城以5.7亿元销售额位列B2C市场第一，这一数据首次超过中国B2C图书出版物类整体销售规模。3C产品网络零售市场持续高速增长，2009年一季度环比增长达32%，而出版物类环比增长为16%。随着网购市场的发展，服务、支付方式、信誉等方面的大幅提升，网购高价值商品已开始被越来越多的消费者接受。3C产品作为标准化产品，产品本身不存在任何差异，而网络购物无论在价格还是便捷度等方面都要优于传统卖场，再加上服务水平的提升，更多的消费者特别是年轻群体已经开始通过网络选购高价值的3C产品。

当前，在通信、计算机、网络等电子信息技术相互融合发展的大趋势下，中国消费电子产业融合创新、发展的势头越来越明显。通信产品、计算机产品、消费类电子产品都在从各自的技术角度向3C融合发展，消费电子产业的边界日益模糊，产品门类五花八门。消费类电子结合数字化、网络化、智能化的新应用不断涌现，已经成为当前我国信息家电发展的主流方向，更为丰富、品质更高的内容整合到多样化产品中，使硬件、软件、内容、服务有机地融合在一起。随着3C产品越来越多地深入到人们日常生活之中，特别是渗透到老百姓的娱乐、健康、学习、教育等生活中。与之相适应的是，各类信息服务如雨后春笋般地发展起来。消费类数码产品设计呈现出更加便携化、个性化的趋势。在数码产品领域，小型化、超薄化并具有时尚、轻巧、简单易用的数码产品已经成为人们消费的主流，绿色技术开始成为3C产业关注的焦点。节能、环保、健康的产品设计理念，成为3C产品的主要发展趋势。产业融合和数字家庭产业的兴起，也为3C企业带来了更为广阔的应用空间。无论是传统的家电企业，还是计算机、通信、软件等新发展起来的企业，特别是融合发展起来的综合性IT企业都将面临3C融合发展的挑战。在全球市场响应速度加快的背景下，消费电子也迎来了技术产业融合带来的发展良机，这其中高速移动的互联网技术的迅速发展蕴含着巨大的市场潜力。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国海关总署、国内外相关刊物的基础信息以及3C专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于当前世界金融危机整体发展局势，对我国3C行业的发展状况、市场情况、重点企业以及市场发展趋势进行了详细的分析和预测，并对3C行业市场品牌及市场消费用户等着重进行了调查和研究。报告还探讨了当前金融危机对3C行业的影响，并对未来3C行业细分市场发展趋势进行探讨和研判，本报告为3C企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据行业环境及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

## &rarr;报告目录

### 目录

### CONTENTS

#### 第一部分 行业发展现状分析

##### 第一章 国外3C行业发展分析 1

###### 第一节 2009年全球3C市场发展现状分析1

###### 一、全球3C市场发展现状 1

###### 二、2009年全球3C市场销售预测 4

###### 三、2009年全球3C市场需求预测 4

###### 四、2009年全球3C市场发展趋势 4

###### 第二节 主要地区和国家3C市场分析 6

###### 一、2008年法国3C市场现状 6

###### 二、2009年美国3C市场需求分析 7

###### 三、2008-2009年亚太地区3C市场分析 9

###### 第三节 2009-2012年全球3C市场发展预测 12

###### 一、2009-2012年全球3C市场趋势 12

###### 二、2011年全球3C配套市场预测 17

##### 第二章 我国3C行业发展现状 19

###### 第一节 2008-2009年3C产业市场现状分析19

###### 一、2008-2009年中国3C行业发展形势分析 19

###### 二、2009年3C产业技术与服务发展分析20

###### 第二节 金融危机对3C行业影响28

一、2008年金融危机对全球3C行业影响分析	28
二、金融危机影响下中国3C市场发展分析	31
三、3C产业应对金融危机策略	37
第三节 2009年农村3C市场发展分析	39
一、农村3C市场品牌认知度分析	39
二、2009年国家对3C下乡扶持政策分析	40
三、2009年3C下乡对3C市场影响	40
四、2009年农村3C市场容量预测	41
第三章 3C行业经济运行分析	43
第一节 2008-2009年3C行业主要经济指标分析	43
一、销售收入前十家企业分析	43
二、2008年3C主要经济指标分析	44
三、2009年1-5月3C行业主要经济指标分析	47
第二节 2008-2009年我国3C行业绩效分析	49
一、2008-2009年行业产销情况	49
二、2008-2009年行业规模情况	50
三、2008-2009年行业盈利能力	51
四、2008-2009年行业经营发展能力	52
五、2008-2009年行业偿债能力分析	53
第四章 2008-2009年中国3C产品产量情况	55
第一节 2008-2009年我国电子计算机系列产品产量情况	55
一、2008-2009年我国笔记本计算机产量情况	55
二、2008-2009年我国微型电子计算机产量情况	58
三、2008-2009年我国显示器产量情况	60
第二节 2008-2009年我国通讯系列产品产量情况	63
一、2008-2009年我国电话单机产量情况	63
二、2008-2009年我国移动电话机产量情况	65
第三节 2008-2009年我国消费电子系列产品产量情况	68
一、2008-2009年我国传真机产量情况	68
二、2008-2009年我国打印机产量情况	69
三、2008-2009年我国数码相机产量情况	69
四、2008-2009年我国数码照相机产量情况	70

五、2008-2009年我国彩色电视机产量情况70

六、2008-2009年我国冰箱产量情况71

七、2008-2009年我国洗衣机产量情况71

## 第五章 3C行业进出口分析72

### 第一节 2008年中国3C市场对外贸易72

一、进出口基本情况 72

二、进出口产品结构 73

三、贸易方式结构 74

四、经济类型结构 75

五、国别和地区结构 75

六、进出口区域结构 76

### 第二节 2009年中国3C市场对外贸易 76

一、2009年1-4月3C进出口总量 76

二、2009年1-4月3C进口情况 77

三、2009年1-4月3C出口情况 77

### 第三节 2009-2012年我国3C出口分析预测 77

一、3C产品出口后援预测 78

二、3C产品出口机遇预测 78

三、3C产品出口转向预测 78

四、3C产品出口挑战预测 79

## 第六章 3C细分市场分析 80

### 第一节 计算机市场发展分析 80

一、广交会计算机成交状况 80

二、全球PC行业运行状况 81

三、国内计算机行业运行状况 82

四、2008-2009年计算机产业新增长点分析 83

五、国内二手电脑市场分析 88

六、中国高性能计算机市场浅析 89

### 第二节 手机市场发展分析 92

一、2008年上半年手机市场发展分析 92

二、2008年下半年手机市场发展分析 100

三、2008年中国手机市场产销分析 105

四、2009年1季度中国手机市场产销分析	105
五、2009年中国手机市场发展分析	106
第三节 消费电子市场发展分析	107
一、2008年数码相机市场发展分析	107
二、2008年家电行业赢利情况分析	108
三、2008年我国家电行业在需求和成本压力发展情况	111
四、2008-2009年小家电产品市场需求分析	116
五、我国农村家电市场消费需求分析	116
第七章 2009年上半年行业市场调查研究	121
第一节 2009年上半年我国计算机市场品牌调查	121
一、2009年上半年一体电脑品牌研究	121
二、2009年上半年台式机品牌研究	126
三、2009年上半年上网本品牌研究	131
第二节 2009年1季度我国通讯市场品牌调查	136
一、市场主要观点	136
二、市场结构研究	139
三、市场价格研究	147
第三节 2009年1季度我国消费电子市场品牌调查	151
一、2009年1季度中国DC品牌研究	151
二、2009年1季度中国液晶电视品牌研究	163
三、2009年1季度中国空调品牌研究	181
第二部分 行业竞争格局分析	
第八章 3C行业竞争格局分析	199
第一节 3C产业集群竞争分析	199
一、“十一五”3C产业集群特点分析	199
二、珠三角3C产业集群分析	200
三、长三角3C产业集群分析	206
第二节 中国3C市场竞争分析	208
一、电子信息产业规划对3C企业竞争力影响	208
二、中国3C企业自主研发分析	211
三、2009年中国3C企业竞争分析	211
第三节 我国3C产业国际竞争力分析	212

一、我国3C企业与国外企业对比分析	212
二、我国3C产业技术对国际竞争力的影响	213
三、我国3C产业政策体系对国际竞争力的影响	213
第九章 3C企业竞争策略分析	214
第一节 电子信息产业竞争策略分析	214
一、电子信息产业新特点	214
二、电子信息产业新趋势	216
三、我国电子信息产业发展问题	221
四、我国电子信息产业科技创新战略	224
第二节 2009-2011年3C市场竞争策略分析	228
一、支撑领域的选择	229
二、新兴产业路线	229
三、行业增长点培育	229
第十章 3C重点企业竞争分析	230
第一节 海尔集团	230
一、集团简介	230
二、公司管理模式	233
三、2008-2009年公司财务状况	233
四、2009年公司战略转型分析	237
第二节 北大方正集团有限公司	240
一、集团简介	240
二、集团产业情况	241
三、2008-2009年公司财务状况	243
四、2009-2011年公司战略分析	247
第三节 中兴通讯股份有限公司	248
一、公司简介	248
二、2008-2009年公司财务状况	249
三、2009-2013年公司战略分析	253
第四节 美的集团有限公司	254
一、公司简介	254
二、2008-2009年公司财务状况	257
三、公司筹备战略转型分析	261



## 第五节 联想集团 265

### 一、公司简介 265

### 二、公司发展历程 267

### 三、2009-2010年公司深化国际战略分析 269

## 第六节 海信集团有限公司 271

### 一、集团简介 271

### 二、2008-2009年公司财务状况 272

### 三、2009年公司国际市场战略调整情况 280

## 第七节 四川长虹电子集团有限公司 282

### 一、集团简介 282

### 二、2008-2009年公司财务状况 283

### 三、公司立体式战略布局分析 287

## 第三部分 行业趋势分析

## 第十一章 3C行业发展趋势分析 289

### 第一节 3C研发趋势分析 289

#### 一、3C研究开发新趋势 289

#### 二、3C主要品种发展趋势 290

#### 三、销售渠道多元化发展趋势 291

### 第二节 2009年3C市场发展趋势分析 294

#### 一、2009年品牌发展趋势 294

#### 二、2009年价格发展趋势 295

#### 三、2009年产品发展趋势 295

#### 四、2009年渠道发展趋势 296

## 第十二章 未来3C行业发展预测 297

### 第一节 2009年中国3C行业预测 297

#### 一、中国3C行业生产走势预测 297

#### 二、中国3C行业重点产品生产预测 297

#### 三、中国3C行业经济效益预测 298

#### 四、中国3C行业软件业务收入预测 298

#### 五、中国3C行业区域分布趋势 298

### 第二节 2009-2012年国内3C技术发展趋势 299

#### 一、软件技术 299

二、 半导体技术	299
三、 计算机技术	300
四、 通信技术	300
五、 新型显示技术	301
第四部分 行业投资策略	
第十三章 3C行业投资现状分析	303
第一节 2008年3C行业投资情况分析	303
一、 2008年总体投资	303
二、 2008年新增固定资产	303
三、 2008年新投资项目	303
四、 2008年投资重点领域分析	303
第二节 2009年1季度3C行业投资情况分析	303
一、 2009年1季度投资规模情况	303
二、 2009年1季度分行业投资分析	304
三、 2009年1季度分企业投资分析	304
第十四章 3C行业投资环境分析	305
第一节 经济发展环境分析	305
一、 2008年我国宏观经济运行分析	305
二、 2009年我国宏观经济运行情况	346
三、 2009-2012年我国宏观经济形势分析	352
四、 2009-2012年投资趋势及其影响预测	367
第二节 政策法规环境分析	373
一、 2009年3C行业政策环境	373
二、 2009年国内宏观政策对其影响	377
三、 2009年行业产业政策对其影响	377
第三节 社会发展环境分析	377
一、 国内社会环境发展现状	377
二、 2009年社会环境发展分析	384
三、 2009-2012年社会环境对行业的影响分析	386
第四节 电子产业信息振兴规划	388
一、 《规划》的必要性和意义	389
二、 《规划》的编制过程	389

三、关于《规划》的定位和主要特点	390
四、关于规划指导思想和主要原则	391
五、关于规划目标及依据	392
六、关于主要任务	393
七、规划六大工程的主要内容	396
八、关于保障措施	397
九、规划的落实	398
第十五章 3C行业投资机会与风险	399
第一节 3C行业投资效益分析	399
一、2009年3C行业投资状况分析	399
二、2009年3C行业的投资方向	399
三、2009年3C行业投资趋势预测	399
第二节 3C行业投资机遇及趋势	399
一、中西部3C产业投资趋势	399
二、3C产业国家投资重大工程预测	400
第十六章 3C行业投资战略研究	402
第一节 3C行业发展战略研究	402
一、技术开发战略	402
二、产业战略规划	405
三、业务组合战略	407
四、营销战略规划	410
五、区域战略规划	412
六、企业信息化战略规划	421
第二节 对我国3C品牌的战略思考	422
一、品牌的基本含义	423
二、品牌战略在企业发展中的重要性	423
三、3C品牌的特性和作用	424
四、3C品牌的价值战略	424
五、我国3C品牌竞争趋势	425
六、3C企业品牌发展战略	426
七、3C行业品牌竞争策略	427
第三节 3C产业发展策略	428

- 一、3C后续项目谈判策略 428
- 二、3C企业发展策略分析 432
- 三、我国3C产业提高全球交付能力策略 436

#### 图表目录

- 图表：2006-2010年美国家庭月均通讯费用支出变化 7
- 图表：2008年2月通讯设备、计算机及其他电子设备制造业收入前十家企业 43
- 图表：2008年5月通讯设备、计算机及其他电子设备制造业收入前十家企业 43
- 图表：2008年8月通讯设备、计算机及其他电子设备制造业收入前十家企业 44
- 图表：2008年11月通讯设备、计算机及其他电子设备制造业收入前十家企业 44
- 图表：2008年1-12月通讯设备、计算机及其他电子设备制造业运行指标 44
- 图表：2009年1-5月通讯设备、计算机及其他电子设备制造业运行指标 47
- 图表：2008年1-12月通信设备、计算机及其他电子设备制造业产销情况 50
- 图表：2009年1-5月通信设备、计算机及其他电子设备制造业产销情况 50
- 图表：2008年1-12月通信设备、计算机及其他电子设备制造业规模情况 50
- 图表：2009年1-5月通信设备、计算机及其他电子设备制造业规模情况 51
- 图表：2008年1-12月通信设备、计算机及其他电子设备制造业盈利能力分析 51
- 图表：2009年1-5月通信设备、计算机及其他电子设备制造业盈利能力分析 52
- 图表：2008年1-12月通信设备、计算机及其他电子设备制造业经营发展能力 52
- 图表：2009年1-5月通信设备、计算机及其他电子设备制造业经营发展能力 53
- 图表：2008年1-12月通信设备、计算机及其他电子设备制造业偿债能力分析 53
- 图表：2009年1-5月通信设备、计算机及其他电子设备制造业偿债能力分析 54
- 图表：2008年1-2月笔记本计算机生产量全国合计 55
- 图表：2008年1-3月笔记本计算机生产量全国合计 55
- 图表：2008年1-4月笔记本计算机生产量全国合计 55
- 图表：2008年1-5月笔记本计算机生产量全国合计 55
- 图表：2008年1-6月笔记本计算机生产量全国合计 56
- 图表：2008年1-8月笔记本计算机生产量全国合计 56
- 图表：2008年1-9月笔记本计算机生产量全国合计 56
- 图表：2008年1-10月笔记本计算机生产量全国合计 56
- 图表：2008年1-11月笔记本计算机生产量全国合计 56
- 图表：2008年1-12月笔记本计算机生产量全国合计 57
- 图表：2009年1-2月笔记本计算机生产量全国合计 57

图表：2009年1-3月笔记本计算机生产量全国合计 57  
图表：2009年1-4月笔记本计算机生产量全国合计 57  
图表：2009年1-5月笔记本计算机生产量全国合计 57  
图表：2008年1-2月微型计算机设备生产量全国合计 58  
图表：2008年1-3月微型计算机设备生产量全国合计 58  
图表：2008年1-4月微型计算机设备生产量全国合计 58  
图表：2008年1-5月微型计算机设备生产量全国合计 58  
图表：2008年1-6月微型计算机设备生产量全国合计 58  
图表：2008年1-8月微型计算机设备生产量全国合计 59  
图表：2008年1-9月微型计算机设备生产量全国合计 59  
图表：2008年1-10月微型计算机设备生产量全国合计 59  
图表：2008年1-11月微型计算机设备生产量全国合计 59  
图表：2008年1-12月微型计算机设备生产量全国合计 59  
图表：2009年1-2月微型计算机设备生产量全国合计 60  
图表：2009年1-3月微型计算机设备生产量全国合计 60  
图表：2009年1-4月微型计算机设备生产量全国合计 60  
图表：2009年1-5月微型计算机设备生产量全国合计 60  
图表：2008年1-2月显示器生产量全国合计 60  
图表：2008年1-3月显示器生产量全国合计 61  
图表：2008年1-5月显示器生产量全国合计 61  
图表：2008年1-6月显示器生产量全国合计 61  
图表：2008年1-8月显示器生产量全国合计 61  
图表：2008年1-9月显示器生产量全国合计 61  
图表：2008年1-10月显示器生产量全国合计 62  
图表：2008年1-11月显示器生产量全国合计 62  
图表：2009年1-3月显示器生产量全国合计 62  
图表：2009年1-4月显示器生产量全国合计 62  
图表：2009年1-5月显示器生产量全国合计 62  
图表：2008年1-2月电话单机生产量全国合计 63  
图表：2008年1-3月电话单机生产量全国合计 63  
图表：2008年1-4月电话单机生产量全国合计 63  
图表：2008年1-5月电话单机生产量全国合计 63

图表：2008年1-6月电话单机生产量全国合计 64

图表：2008年1-8月电话单机生产量全国合计 64

图表：2008年1-9月电话单机生产量全国合计 64

图表：2008年1-10月电话单机生产量全国合计 64

图表：2008年1-11月电话单机生产量全国合计 64

图表：2009年1-2月电话单机生产量全国合计 65

图表：2009年1-3月电话单机生产量全国合计 65

图表：2009年1-4月电话单机生产量全国合计 65

图表：2009年1-5月电话单机生产量全国合计 65

图表：2008年1-2月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 65

图表：2008年1-3月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 66

图表：2008年1-4月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 66

图表：2008年1-5月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 66

图表：2008年1-6月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 66

图表：2008年1-8月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 66

图表：2008年1-9月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 67

图表：2008年1-10月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 67

图表：2008年1-11月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 67

图表：2008年1-12月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 67

图表：2009年1-2月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 67

图表：2009年1-3月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 68

图表：2009年1-4月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 68

图表：2009年1-5月移动通信手持机(GSMCDMA)生产量全国合计 68

图表：2008年1-12月传真机生产量全国合计 68

图表：2009年1-5月传真机生产量全国合计 69

图表：2008年1-12月打印机生产量全国合计 69

图表：2009年1-5月打印机生产量全国合计 69

图表：2008年1-12月录相机生产量全国合计 69

图表：2008年1-12月数码相机生产量全国合计 70

图表：2009年1-5月数码相机生产量全国合计 70

图表：2008年1-12月彩色电视机生产量全国合计 70

图表：2009年1-5月彩色电视机生产量全国合计 70

图表：2008年1-12月冰箱生产量全国合计 71

图表：2009年1-5月冰箱生产量全国合计 71

图表：2008年1-12月传真机生产量全国合计 71

图表：2009年1-5月传真机生产量全国合计 71

图表：2007-2008年各月电子信息产品进出口增幅 72

图表：2008年1-11月出口额前10位的电子信息产品情况 73

图表：2008年1-11月进口额前5位的电子信息产品情况 74

图表：2009年1-5月规模以上电子信息产品出口变化 76

图表：2008年中国市场最受用户关注的15大笔记本电脑品牌分布 91

图表：2008年中国市场最受用户关注的15大笔记本电脑品牌排行榜 91

图表：2008年Q1-Q4华硕、神舟、宏

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200907/21219.html>