

2011-2015年中国消费电子 行业深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国消费电子行业深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitadianzi1105/T028532G6H.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2011-05-21

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国消费电子行业深度调研与投资前景研究报告》共十章。首先介绍了消费电子产业概述、中国消费电子产业运行环境等，接着分析了中国消费电子产业运行的现状，然后介绍了中国消费电子产业链竞争格局。随后，报告对中国消费电子做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国消费电子发展前景与投资战略。您若想对消费电子产业有个系统的了解或者想投资消费电子行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

消费电子是指围绕着消费者应用而设计的与生活、工作娱乐息息相关的电子类产品，最终实现消费者自由选择资讯、享受娱乐的目的。消费电子主要侧重于个人购买并用个人消费电子产品。

面对多渠道、多形式的信息，人们对信息的整合运用与随时调整的要求越来越高，消费电子无疑将潜移默化地改变人们的生活。目前，消费电子行业每年都持续增长，所涉及的产品领域和行业越来越多。丰富的消费电子新品正从各个角度向消费者展示着“数字生活”的全新概念，给人带来了耳目一新的全面享受。

第一章 消费电子产业概述

第一节 消费电子产业

一、消费电子产业特点分析

二、消费电子范围界定

第二节 消费电子产业发展阶段

一、传统家庭视听为主的阶段

二、新兴产品不断扩展的阶段

三、互联互通阶段

第三节 消费电子行业的生命周期

第四节 消费电子行业的产业价值链

第二章 2010-2011年全球消费电子产业运行态势分析

第一节 2010-2011年全球消费电子产业运行环境浅析

第二节 2010-2011年全球消费电子业运行总况

- 一、全球消费电子行业的阶段性特征
- 二、全球消费电子产业进入跨界融合新时期
- 三、全球消费电子展重心移向中国
- 四、全球消费电子行业的市场集中度分析
- 五、全球消费电子产品处于快速的更新换代当中
- 六、发达国家占据消费电子产业价值链的高端

第三节 2010-2011年全球消费电子市场动态分析

- 一、全球消费电子产品市场将止跌回稳
- 二、全球消费电子政府采购市场扫描
- 三、全球消费电子品牌市场动态分析
- 四、全球消费电子增长速度放缓

第四节 2010-2011年全球部分国家及地区消费电子动态分析

- 一、美国
- 二、欧洲
- 三、日本
- 四、韩国

第五节 2011-2015年全球消费电子行业发展趋势

- 一、市场集中度将进一步提升
- 二、行业竞争加剧，产业链重组与并购
- 三、消费电子产品不断升级，互联互通一体化
- 四、消费电子经营模式将伴随着信息技术的提升逐步改变
- 五、全球产业分工格局将逐步深入

第三章 2010-2011年中国消费电子产业运行环境分析

第一节 2010年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2010-2011年中国消费电子市场政策环境分析

- 一、七大措施搞活流通扩大消费政策解析
- 二、“家电下乡”
- 三、“以旧换新”

第三节 2010-2011年中国消费电子市场技术环境分析

第四节 2010-2011年中国消费电子市场社会环境分析

第四章 2010-2011年中国消费电子产业运行形势分析

第一节 2010-2011年中国消费电子业动态聚焦

- 一、中美消费电子循环利用和能效论坛举办
- 二、全球消费电子博览会在青拉开帷幕
- 三、中国消费电子渠道商联盟成立
- 四、中国消费电子业绿色产品集中亮相电博会

第二节 2010-2011年中国消费电子业运行总况

- 一、中国消费电子进入内容主导时代
- 二、全球关注中国消费电子产业国际化步伐
- 三、中国消费电子销售规模
- 四、中国消费电子所处发展阶段

第三节 2010-2011年中国消费电子业经营与盈利分析

- 一、中国消费电子行业企业生存状况
- 二、中国消费电子行业企业盈利状况
- 三、中国消费电子产业转移现状

第四节 2010-2011年中国消费电子业热点问题探讨

第五章 2010-2011年中国消费电子细分领域透析

第一节 移动通讯终端市场

- 一、产业链构成
- 二、市场规模预测
- 三、进出口状况分析
- 四、生产集中度
- 五、当前经济形势下的企业生产状况分析
- 六、行业存在的问题及发展趋势

第二节 家庭视听市场

- 一、产业链构成
- 二、市场规模预测
- 三、进出口状况分析

四、生产集中度

五、当前经济形势下的企业生产状况分析

六、行业存在的问题及发展趋势

第三节 消费数码市场

一、产业链构成

二、市场规模预测

三、进出口状况分析

四、市场集中度

五、当前经济形势下的企业生产状况分析

六、行业存在的问题及发展趋势

第四节 多功能一体化电子产品市场

一、产业链构成

二、多功能电子产品市场潜力无限

三、生产集中度

四、当前经济形势下的企业生产状况分析

五、行业存在的问题及发展趋势

第六章 2010-2011年中国消费电子新兴市场剖析

第一节 数字电视

一、中国数字电视整机和关键件开发生产情况

二、中国数字电视产业发展的热点

三、数字电视市场需求现状

四、数字电视产业存在的问题

五、数字电视产业发展趋势

第二节 数码相机市场

一、中国数码相机消费进入千万台时代

二、中国数码相机消费市场需求继续保持平稳增长

三、数码相机产品的预期购买率

四、2008-2010年中国数码照相机产量数据统计分析

五、中国数码照相机品牌价格走势（佳能、尼康、索尼、三星）

第三节 GPS

一、中国卫星导航应用产业发展取得实质性成果

二、车载导航系统市场的总体分析

三、车载卫星通信系统振动设计

四、中国GPS应用

第四节 IPTV

一、中国IPTV牌照运营商现状分析

二、中国IPTV市场仍需进一步发展

三、中国IPTV市场期待破局

四、中国式IPTV在磨合中发展

五、2010-2011年中国IPTV产业链分析

六、中国IPTV的商业、业务盈利模式分析

第七章 2010-2011年中国消费电子产业链竞争格局分析

第一节 消费电子的产业链合作模式分析

第二节 消费电子的原料商

一、消费电子的重点原料分布

二、消费电子的重点原料市场状况

三、国内外重点消费电子的原料商现状分析

四、消费电子的重点原料发展趋势

第三节 代工企业

一、消费电子的代工企业市场状况

二、国内外重点消费电子的代工企业现状分析

三、消费电子的代工企业发展趋势

第四节 品牌商

一、消费电子的品牌市场状况

二、中外消费电子品牌市场竞争分析

三、国内外重点消费电子的品牌商现状分析

四、消费电子的品牌发展趋势

第五节 渠道商

一、国内消费电子商传统的销售渠道类型

二、消费电子的重点渠道市场状况

三、重点消费电子品牌的渠道分析

四、消费电子的重点渠道商发展趋势

第八章 2010-2011年中国消费电子50强企业运行关键性财务指标分析

第一节 海尔电器

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 海信电器

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 TCL集团

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 长虹

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第五节 京东方 A

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 同方股份

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九章 2011-2015年中国消费电子业前景展望与趋势预测分析

第一节 2011-2015年中国消费电子行业发展前景分析

第二节 2011-2015年中国消费电子行业发展趋势分析

一、中国消费电子无线供电与节能趋势

二、消费电子技术三大核心发展方向

第三节 2011-2015年中国消费电子行业市场预测分析

一、消费电子市场规模预测分析

二、消费电子细分领域市场前景预测

第四节 2011-2015年中国消费电子市场盈利预测分析

第十章 2011-2015年中国消费电子业投资战略研究

第一节 2011-2015年中国消费电子投资概况

一、中国消费电子投资特性

二、中国消费电子投资环境分析

三、中国消费电子投资周期分析

第二节 2011-2015年中国消费电子行业投资机会分析

一、中国消费电子业孕育金矿

二、中国消费电子投资热点分析

三、与产业政策调整相关的投资机会分析

第三节 2011-2015年中国消费电子行业投资风险分析

第四节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年国内生产总值

图表：2005-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年国家外汇储备

图表：2005-2010年财政收入

图表：2005-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：海尔电器主要经济指标走势图

图表：海尔电器经营收入走势图

图表：海尔电器盈利指标走势图

图表：海尔电器负债情况图

图表：海尔电器负债指标走势图

图表：海尔电器运营能力指标走势图

图表：海尔电器成长能力指标走势图

图表：海信电器主要经济指标走势图

图表：海信电器经营收入走势图

图表：海信电器盈利指标走势图

图表：海信电器负债情况图

图表：海信电器负债指标走势图

图表：海信电器运营能力指标走势图

图表：海信电器成长能力指标走势图

图表：TCL集团主要经济指标走势图

图表：TCL集团经营收入走势图

图表：TCL集团盈利指标走势图

图表：TCL集团负债情况图

图表：TCL集团负债指标走势图

图表：TCL集团运营能力指标走势图

图表：TCL集团成长能力指标走势图

图表：长虹主要经济指标走势图

图表：长虹经营收入走势图

图表：长虹盈利指标走势图

图表：长虹负债情况图

图表：长虹负债指标走势图

图表：长虹运营能力指标走势图

图表：长虹成长能力指标走势图

图表：京东方 A 主要经济指标走势图

图表：京东方 A 经营收入走势图

图表：京东方 A 盈利指标走势图

图表：京东方 A 负债情况图

图表：京东方 A 负债指标走势图

图表：京东方 A 运营能力指标走势图

图表：京东方 A 成长能力指标走势图

图表：同方股份主要经济指标走势图

图表：同方股份经营收入走势图

图表：同方股份盈利指标走势图

图表：同方股份负债情况图

图表：同方股份负债指标走势图

图表：同方股份运营能力指标走势图

图表：同方股份成长能力指标走势图

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitadianzi1105/T028532G6H.html>