



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年3C行业竞争格局 与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2011-2015年3C行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/182076.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

竞争格局依旧风云变幻。中国经济形势提前进入恢复增长期,给3C领域的企业带来了更大的发展机会和更多的市场空间,但悄然而来的通胀压力,也给3C领域的企业快速前行的道路上设置了不少意想不到的障碍。中国的3C行业零售格局由专业综合连锁卖场、传统电脑城和个体经销商组成,其中传统电脑城和个体经销商占据了大部分的销售额。但目前,传统电脑城正面临着发展的瓶颈,一般电脑城是由众多商家组成,店铺众多,相对而言购物环境较差,同时在电脑城里既有正品专卖店也有水货甚至山寨机的店铺,不仅产品质量没有保障而且价格体系较为混乱。即使是懂行的专业消费者也难免会买到质量无保障的产品而上当受骗,更何况是普通的消费者。随着国美等专业综合连锁卖场的兴起,其完全以消费者为中心,加上人性化的购物环境、专业的服务及对产品质量的保障,吸引了众多消费者逐渐由传统的电脑城向专业连锁转移。行业专家表示,我国3C行业格局目前正在发生着变化,新一轮行业洗牌在所难免。

2010年全球消费电子设备的制造营业收入有望摆脱2009年的下滑局面,为未来四年的持续增长奠定基础。在消费需求的带动下,预计2010年消费电子的总体OEM营业收入将达到3404亿美元,比2009年的3207亿美元增长6.2%。这对于逆转2009年减少4.4%的态势将绰绰有余。在接下来的四年,该市场将继续稳步增长,每年销售额增长30亿-180亿美元,到2014年超过3850亿美元。继2009年上半年全球个人电脑市场发展遭遇重重限制之后,下半年全球经济进一步复苏,加上个人电脑打出大幅折扣,使全球个人电脑市场出现反弹。全球个人电脑市场2009年全年增长率为2.9%。实际上,全球范围内计算机销量都出现了一致性的增长,这自然受益于计算机售价的整体下调。2009年第四季度,全球计算机市场销量较2008年同期增长了15.2%。计算机销量的增长直接让很多与计算机市场相关的厂商获得了巨大利益,比如Intel、微软和惠普。同时上网本的大受欢迎和Windows 7的发布都刺激了计算机市场的增长。不过,Windows 7对计算机销量的增长所起到的推动作用"很温和的",虽然消费者开始购买新的硬件以便可以使用Windows 7,不过企业用户大多数还没有开始部署。2009年第四季度全球PC销量增长22.1%,创下7年以来最大同比增速,亚太地区表现尤其强劲。随着企业利润恢复以及Windows7的发布,新的PC采购周期已经到来,估计2010-2011年将是PC厂商的"大年"。全球个人电脑市场有望在2010年增长12.6%。新兴的市场地区将对市场复苏起显著作用,预计2010年将有18.5%的增长,超过较为成熟的市场地区。后者2010年增速将达7.2%,2010年增速将超过10%。便携式个人电脑将仍为市场增长主力,2012年出货量将占全球电脑的70%。

全球电子产业的复苏,移动通信目前已成为人们衣食住行的重要组成部分,全球电子产业的复苏,为手机制造和移动运营商带来了无限商机。2011年第一季度全球手机市场同比增长

了19.8%，这主要得益于智能手机销量的大幅增加，尤其是在新兴市场。与2010年第一季度的3.105亿部相比，2011年第一季度手机供应商们发货量达3.718部。全球经济复苏，推动了手机生产的增长；2010年全球手机终端销量总计为16亿部，较2009年大幅增加31.8%，而中国目前仍然是全球最多移动用户的大国，在2011年1季度，我国不仅增加了3000万手机用户，其用户总数已达8.89亿，而且在5月期间我国手机用户可能超过9亿；这必将导致手机市场的竞争加剧。目前中国仍然是全球最多的移动用户大国，但印度却正在迎头赶上，印度的手机普及速度比中国更快；截止2011年2月底，印度的移动手机用户已达7.91亿；这是自2010年9月份印度手机用户数达到6.87亿以来的又一次大幅度增长。在当前形势下，我国3C行业的投资潜力如何？又存在哪些投资机会呢？

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、3C行业相关协会、中国上市公司资讯网、中国产业研究报告网、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行业的生产发展状况、市场情况、消费变化、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企业在当前环境下，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。

第一部分 行业发展现状

第一章 国外3C行业发展分析

第一节 2011年全球3C市场发展现状分析

一、全球3C市场发展现状

二、2011年全球3C市场销售预测

三、2011年全球3C市场需求预测

四、2011年全球3C市场发展趋势

第二节 主要地区和国家3C市场分析

一、2010年法国3C市场现状

二、2011年美国3C市场需求分析

三、2010-2011年亚太地区3C市场分析

第三节 2011-2015年全球3C市场发展预测

- 一、2011-2015年全球3C市场趋势
- 二、2010年全球3C配套市场预测
- 三、2011年全球工业3C市场规模预测
- 四、2011年全球3C供货量预测

第二章 我国3C行业发展现状

第一节 2010-2011年3C产业市场现状分析

- 一、2010-2011年中国3C行业发展形势分析
- 二、2011年3C产业技术与服务发展分析

第二节 金融危机对3C行业影响

- 一、金融危机对3C市场影响
- 二、金融危机对3C产业链影响分析
- 三、3C产业应对金融危机策略

第三节 高性能3C市场现状及前景

- 一、中国高性能3C市场分析
- 二、高性能3C市场发展前景分析

第四节 2011年农村3C市场发展分析

- 一、农村3C市场品牌认知度分析
- 二、2011年国家对3C下乡扶持政策分析
- 三、2011年3C下乡对3C市场影响
- 四、2011年农村3C市场容量预测

第三章 3C行业经济运行分析

第一节 2010-2011年3C行业主要经济指标分析

- 一、销售收入前十家企业分析
- 二、2010年3C主要经济指标分析
- 三、2011年1季度3C行业主要经济指标分析

第二节 2010-2011年我国3C行业绩效分析

- 一、2010-2011年行业产销情况
- 二、2010-2011年行业规模情况
- 三、2010-2011年行业盈利能力
- 四、2010-2011年行业经营发展能力

五、2010-2011年行业偿债能力分析

第四章 2010-2011年中国3C产品产量情况

第一节 2010-2011年我国电子计算机系列产品产量情况

- 一、2010-2011年我国电子计算机产量情况
- 二、2010-2011年我国微型电子计算机产量情况
- 三、2010-2011年我国显示器产量情况

第二节 2010-2011年我国通讯系列产品产量情况

- 一、2010-2011年我国电话单机产量情况
- 二、2010-2011年我国移动电话机产量情况

第三节 2010-2011年我国消费电子系列产品产量情况

- 一、2010-2011年我国传真机产量情况
- 二、2010-2011年我国打印机产量情况
- 三、2010-2011年我国录相机产量情况
- 四、2010-2011年我国照相机产量情况
- 五、2010-2011年我国彩色电视机产量情况
- 六、2010-2011年我国冰箱产量情况
- 七、2010-2011年我国洗衣机产量情况

第五章 3C行业进出口分析

第一节 2010年中国3C市场对外贸易

- 一、2010年3C出口总量
- 二、2010年3C出口集中度
- 三、2010年3C出口企业份额
- 四、2010年3C出口价格情况

第二节 2011年中国3C市场对外贸易

- 一、2011年1季度3C出口总量
- 二、2011年1季度3C出口价格
- 三、2011年1季度3C出口集中度
- 四、2011年1季度3C出口企业

第三节 我国3C出口分析预测

- 一、2011-2015年我国3C出口总量预测

- 二、2011-2015年我国3C出口金额预测
- 三、2011-2015年我国3C出口价格预测
- 四、2011-2015年我国3C出口集中度预测

第六章 3C细分市场分析

第一节 计算机市场发展分析

- 一、广交会计算机成交状况
- 二、全球PC行业运行状况
- 三、国内计算机行业运行状况
- 四、2010-2011年计算机产业新增长点分析
- 五、国内二手电脑市场分析
- 六、中国高性能计算机市场浅析

第二节 手机市场发展分析

- 一、2010年上半年手机市场发展分析
- 二、2010年下半年手机市场发展分析
- 三、2010年中国手机市场产销分析
- 四、2011年1季度中国手机市场产销分析
- 五、2011年中国手机市场发展分析

第三节 消费电子市场发展分析

- 一、2010年数码相机市场发展分析
- 二、2010年家电行业赢利情况分析
- 三、2010年我国家电行业在需求和成本压力下发展情况分析
- 四、2010-2011年小家电产品市场需求分析
- 五、我国农村家电市场消费需求分析

第七章 2011年1季度行业市场调查研究

第一节 2011年1季度我国计算机市场品牌调查

- 一、调查样本
- 二、调查结论
- 三、整体市场品牌分析
- 四、细分手机市场品牌分析
- 五、消费者研究

第二节 2011年1季度我国通讯市场品牌调查

一、调查样本

二、调查结论

三、整体市场品牌分析

四、细分手机市场品牌分析

五、消费者研究

第三节 2011年1季度我国消费电子市场品牌调查

一、调查样本

二、调查结论

三、整体市场品牌分析

四、细分手机市场品牌分析

五、消费者研究

第二部分 行业竞争格局

第八章 3C行业竞争格局分析

第一节 3C行业竞争分析

一、行业竞争概况

二、中国3C产业集群分析

三、中外3C企业竞争力比较

四、3C行业品牌竞争分析

五、3C行业竞争的SWOT分析

第二节 中国3C市场品牌竞争分析

一、国内主要企业与品牌

二、2010年品牌竞争格局分析

三、2010年主要品牌市场份额分析

四、主要品牌企业产品竞争力

五、主要品牌企业价格竞争力

六、主要品牌企业渠道竞争力

七、主要品牌企业品牌竞争力

第三节 3C行业市场竞争格局分析

一、2010年区域集中度分析

二、2010年重点省市竞争分析

- 三、2010年品牌竞争情况分析
- 四、2010年国内外3C竞争分析
- 五、2010年我国3C市场竞争分析
- 六、2011年国内主要3C企业动向
- 七、2011年国内3C拟在建项目分析

第九章 3C企业竞争策略分析

第一节 3C市场竞争策略分析

- 一、2011年3C市场增长潜力分析
- 二、2011年3C主要潜力品种分析
- 三、现有3C产品竞争策略分析
- 四、潜力3C品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 3C企业竞争策略分析

- 一、金融危机对3C行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后3C行业竞争格局的变化
- 三、2011-2015年我国3C市场竞争趋势
- 四、2011-2015年3C行业竞争格局展望
- 五、2011-2015年3C行业竞争策略分析
- 六、2011-2015年3C企业竞争策略分析

第十章 3C重点企业竞争分析

第一节 海尔集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第二节 北大方正集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第三节 中兴通讯股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第四节 美的集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第五节 联想集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第六节 海信集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第七节 四川长虹电子集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十一章 3C行业发展趋势分析

第一节 3C研发趋势分析

一、3C研究开发新趋势

二、3C主要品种发展趋势

第二节 2011年3C市场发展趋势分析

- 一、2011年品牌发展趋势
- 二、2011年价格发展趋势
- 三、2011年产品发展趋势
- 四、2011年技术发展趋势
- 五、2011年渠道发展趋势

第三节 2011-2015年中国3C市场趋势分析

- 一、2010-2011年3C市场趋势总结
- 二、2011-2015年3C发展趋势分析
- 三、2011-2015年3C市场发展空间
- 四、2011-2015年3C产业政策趋向
- 五、2011-2015年3C技术革新趋势
- 六、2011-2015年3C价格走势分析

第十二章 未来3C行业发展预测

第一节 2011-2015年国际3C市场预测

- 一、2011-2015年全球3C行业产能预测
- 二、2011-2015年全球3C市场需求前景
- 三、2011-2015年全球3C市场价格预测

第二节 2011-2015年国内3C市场预测

- 一、2011-2015年国内3C行业产能预测
- 二、2011-2015年国内3C行业产量预测
- 三、2011-2015年国内3C市场需求前景
- 四、2011-2015年国内3C市场价格预测
- 五、2011-2015年国内3C行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十三章 3C行业投资现状分析

第一节 2010年3C行业投资情况分析

- 一、2010年总体投资及结构
- 二、2010年投资规模情况
- 三、2010年投资增速情况
- 四、2010年分行业投资分析

五、2010年分地区投资分析

六、2010年外商投资情况

第二节 2011年1季度3C行业投资情况分析

一、2011年1季度总体投资及结构

二、2011年1季度投资规模情况

三、2011年1季度投资增速情况

四、2011年1季度分行业投资分析

五、2011年1季度分地区投资分析

六、2011年1季度外商投资情况

第十四章 3C行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2010-2011年我国宏观经济运行情况

二、2011-2015年我国宏观经济形势分析

三、2011-2015年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2011年3C行业政策环境

二、2011年国内宏观政策对其影响

三、2011年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2011年社会环境发展分析

三、2011-2015年社会环境对行业的影响分析

第四节 电子产业信息振兴规划

一、电子产业信息振兴规划概述

二、电子产业信息振兴规划细则

三、电子产业信息振兴规划三大任务

四、电子产业信息振兴规划六大工程

五、电子产业信息振兴规划十项措施

六、电子产业信息振兴规划的意义与作用

七、电子产业信息振兴规划对3C行业的影响

第十五章 3C行业投资机会与风险

第一节 3C行业投资效益分析

- 一、2010-2011年3C行业投资状况分析
- 二、2011-2015年3C行业投资效益分析
- 三、2011-2015年3C行业投资趋势预测
- 四、2011-2015年3C行业的投资方向
- 五、2011-2015年3C行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响3C行业发展的主要因素

- 一、2011-2015年影响3C行业运行的有利因素分析
- 二、2011-2015年影响3C行业运行的稳定因素分析
- 三、2011-2015年影响3C行业运行的不利因素分析
- 四、2011-2015年我国3C行业发展面临的挑战分析
- 五、2011-2015年我国3C行业发展面临的机遇分析

第三节 3C行业投资风险及控制策略分析

- 一、2011-2015年3C行业市场风险及控制策略
- 二、2011-2015年3C行业政策风险及控制策略
- 三、2011-2015年3C行业经营风险及控制策略
- 四、2011-2015年3C行业技术风险及控制策略
- 五、2011-2015年3C同业竞争风险及控制策略
- 六、2011-2015年3C行业其他风险及控制策略

第十六章 3C行业投资战略研究

第一节 3C行业发展战略研究

- 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

第二节 对我国3C品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
 - 二、3C实施品牌战略的意义
 - 三、3C企业品牌的现状分析
 - 四、我国3C企业的品牌战略
 - 五、3C品牌战略管理的策略
- 第三节 3C产业发展策略
- 一、3C后续项目谈判策略
 - 二、3C企业发展策略分析
 - 三、我国3C产业提高全球交付能力策略
 - 四、中国3C业发展策略
- 第四节 3C行业投资战略研究
- 一、2011年电子产业行业投资战略
 - 二、2011年3C行业投资战略
 - 三、2011-2015年3C行业投资战略
 - 四、2011-2015年细分行业投资战略

图表目录

- 图表：3C产业的价值链
- 图表：3C产品制造业的价值链
- 图表：3C产业与其他产业的关系
- 图表：2004-2010年国内生产总值及其增长速度
- 图表：2004-2010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：2004-2010年年末国家外汇储备
- 图表：2004-2010年税收收入及其增长速度
- 图表：2004-2010年粮食产量及其增长速度
- 图表：2004-2010年工业增加值及其增长速度
- 图表：2010年主要工业产品产量及其增长速度
- 图表：2010年规模以上工业企业实现利润及其增长速度
- 图表：2004-2010年建筑业增加值及其增长速度
- 图表：2004-2010年固定资产投资及其增长速度
- 图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2010年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2010年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2010年货物进出口总额及其增长速度

图表：2010年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2010年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2010年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2010年货物进出口总额及其增长速度

图表：2010年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2010年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2010年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2010年年末电话用户数

图表：2010年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2010年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2010年年末各类教育招生人数

图表：2010年人口数及其构成

图表：2004-2010年农村居民收入及其增长速度

图表：2004-2010年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2011年1-3月工业生产主要指标

图表：2010-2011年3月全国居民消费价格指数

图表：2010-2011年3月工业品出厂价格指数

图表：2010年1-12月主要行业累计亏损总额同比增长显著上升

图表：2010年1-12月主要行业累计从业人员同比增长回落

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标全国合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标北京市合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标天津市合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标河北省合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标山西省合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标内蒙古合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标辽宁省合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标吉林省合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标黑龙江合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标上海市合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标江苏省合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标浙江省合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标安徽省合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标福建省合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标江西省合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标山东省合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标河南省合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标湖北省合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标湖南省合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标广东省合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标广西区合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标海南省合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标重庆市合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标四川省合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标云南省合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标陕西省合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标甘肃省合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标青海省合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标宁夏区合计

图表：2010年1-12月3C行业主要经济指标新疆区合计

图表：2010年2月3C行业收入前十家企业

图表：2010年5月3C行业收入前十家企业

图表：2010年8月3C行业收入前十家企业

图表：2010年11月3C行业收入前十家企业

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标全国合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标北京市合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标天津市合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标河北省合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标山西省合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标内蒙古合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标辽宁省合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标吉林省合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标黑龙江合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标上海市合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标江苏省合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标浙江省合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标安徽省合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标福建省合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标江西省合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标山东省合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标河南省合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标湖北省合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标湖南省合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标广东省合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标广西区合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标海南省合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标重庆市合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标四川省合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标云南省合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标陕西省合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标甘肃省合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标青海省合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标宁夏区合计

图表：2011年1-3月3C行业主要经济指标新疆区合计

图表：2011年1月3C行业收入前十家企业

图表：2011年2月3C行业收入前十家企业

图表：2011年3月3C行业收入前十家企业

图表：2010年1-12月电子计算机产量全国统计

图表：2010年1-12月电子计算机产量北京市统计

图表：2010年1-12月电子计算机产量天津市统计

图表：2010年1-12月电子计算机产量河北省统计

图表：2010年1-12月电子计算机产量内蒙古统计

图表：2010年1-12月电子计算机产量辽宁省统计

图表：2010年1-12月电子计算机产量吉林省统计
图表：2010年1-12月电子计算机产量黑龙江统计
图表：2010年1-12月电子计算机产量上海市统计
图表：2010年1-12月电子计算机产量江苏省统计
图表：2010年1-12月电子计算机产量浙江省统计
图表：2010年1-12月电子计算机产量安徽省统计
图表：2010年1-12月电子计算机产量福建省统计
图表：2010年1-12月电子计算机产量江西省统计
图表：2010年1-12月电子计算机产量山东省统计
图表：2010年1-12月电子计算机产量河南省统计
图表：2010年1-12月电子计算机产量湖北省统计
图表：2010年1-12月电子计算机产量湖南省统计
图表：2010年1-12月电子计算机产量广东省统计
图表：2010年1-12月电子计算机产量广西区统计
图表：2010年1-12月电子计算机产量海南省统计
图表：2010年1-12月电子计算机产量四川省统计
图表：2010年1-12月电子计算机产量云南省统计
图表：2010年1-12月电子计算机产量陕西省统计
图表：2010年1-12月电子计算机产量甘肃省统计
图表：2010年1-12月电子计算机产量青海省统计
图表：2010年1-12月电子计算机产量宁夏区统计
图表：2010年1-12月电子计算机产量新疆区统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量全国统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量北京市统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量天津市统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量河北省统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量内蒙古统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量辽宁省统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量吉林省统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量黑龙江统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量上海市统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量江苏省统计

图表：2011年1-3月电子计算机产量浙江省统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量安徽省统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量福建省统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量江西省统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量山东省统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量河南省统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量湖北省统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量湖南省统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量广东省统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量广西区统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量海南省统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量四川省统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量云南省统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量陕西省统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量甘肃省统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量青海省统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量宁夏区统计
图表：2011年1-3月电子计算机产量新疆区统计
图表：2010年1-12月我国主要3C产品进口数据
图表：2010年1-12月我国主要3C产品出口数据
图表：2010年1月我国主要3C产品进口数据
图表：2010年1月我国主要3C产品出口数据
图表：2010年2月我国主要3C产品进口数据
图表：2010年2月我国主要3C产品出口数据
图表：2010年3月我国主要3C产品进口数据
图表：2010年3月我国主要3C产品出口数据
图表：2010年1季度我国主要3C产品进口数据
图表：2010年1季度我国主要3C产品出口数据
图表：2010年4月我国主要3C产品进口数据
图表：2010年4月我国主要3C产品出口数据
图表：2010年5月我国主要3C产品进口数据
图表：2010年5月我国主要3C产品出口数据

图表：2010年6月我国主要3C产品进口数据

图表：2010年6月我国主要3C产品出口数据

图表：2010年2季度我国主要3C产品进口数据

图表：2010年2季度我国主要3C产品出口数据

图表：2010年7月我国主要3C产品进口数据

图表：2010年7月我国主要3C产品出口数据

图表：2010年8月我国主要3C产品进口数据

图表：2010年8月我国主要3C产品出口数据

图表：2010年9月我国主要3C产品进口数据

图表：2010年9月我国主要3C产品出口数据

图表：2010年3季度我国主要3C产品进口数据

图表：2010年3季度我国主要3C产品出口数据

图表：2010年10月我国主要3C产品进口数据

图表：2010年10月我国主要3C产品出口数据

图表：2010年11月我国主要3C产品进口数据

图表：2010年11月我国主要3C产品出口数据

图表：2010年12月我国主要3C产品进口数据

图表：2010年12月我国主要3C产品出口数据

图表：2010年4季度我国主要3C产品进口数据

图表：2010年4季度我国主要3C产品出口数据

图表：2010年1-12月移动电话机产量全国统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量北京市统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量天津市统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量河北省统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量内蒙古统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量辽宁省统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量吉林省统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量黑龙江统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量上海市统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量江苏省统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量浙江省统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量安徽省统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量福建省统计
图表：2010年1-12月移动电话机产量江西省统计
图表：2010年1-12月移动电话机产量山东省统计
图表：2010年1-12月移动电话机产量河南省统计
图表：2010年1-12月移动电话机产量湖北省统计
图表：2010年1-12月移动电话机产量湖南省统计
图表：2010年1-12月移动电话机产量广东省统计
图表：2010年1-12月移动电话机产量广西区统计
图表：2010年1-12月移动电话机产量海南省统计
图表：2010年1-12月移动电话机产量四川省统计
图表：2010年1-12月移动电话机产量云南省统计
图表：2010年1-12月移动电话机产量陕西省统计
图表：2010年1-12月移动电话机产量甘肃省统计
图表：2010年1-12月移动电话机产量青海省统计
图表：2010年1-12月移动电话机产量宁夏区统计
图表：2010年1-12月移动电话机产量新疆区统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量全国统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量北京市统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量天津市统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量河北省统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量内蒙古统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量辽宁省统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量吉林省统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量黑龙江统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量上海市统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量江苏省统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量浙江省统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量安徽省统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量福建省统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量江西省统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量山东省统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量河南省统计

图表：2011年1-3月移动电话机产量湖北省统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量湖南省统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量广东省统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量广西区统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量海南省统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量四川省统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量云南省统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量陕西省统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量甘肃省统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量青海省统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量宁夏区统计
图表：2011年1-3月移动电话机产量新疆区统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量全国统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量北京市统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量天津市统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量河北省统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量内蒙古统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量辽宁省统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量吉林省统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量黑龙江统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量上海市统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量江苏省统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量浙江省统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量安徽省统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量福建省统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量江西省统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量山东省统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量河南省统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量湖北省统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量湖南省统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量广东省统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量广西区统计

图表：2010年1-12月笔记本电脑产量海南省统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量四川省统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量云南省统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量陕西省统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量甘肃省统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量青海省统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量宁夏区统计
图表：2010年1-12月笔记本电脑产量新疆区统计
图表：2011年1-3月笔记本电脑产量全国统计
图表：2011年1-3月笔记本电脑产量北京市统计
图表：2011年1-3月笔记本电脑产量天津市统计
图表：2011年1-3月笔记本电脑产量河北省统计
图表：2011年1-3月笔记本电脑产量内蒙古统计
图表：2011年1-3月笔记本电脑产量辽宁省统计
图表：2011年1-3月笔记本电脑产量吉林省统计
图表：2011年1-3月笔记本电脑产量黑龙江统计
图表：2011年1-3月笔记本电脑产量上海市统计
图表：2011年1-3月笔记本电脑产量江苏省统计
图表：2011年1-3月笔记本电脑产量浙江省统计
图表：2011年1-3月笔记本电脑产量安徽省统计
图表：2011年1-3月笔记本电脑产量福建省统计
图表：2011年1-3月笔记本电脑产量江西省统计
图表：2011年1-3月笔记本电脑产量山东省统计
图表：2011年1-3月笔记本电脑产量河南省统计
图表：2011年1-3月笔记本电脑产量湖北省统计
图表：2011年1-3月笔记本电脑产量湖南省统计
图表：2011年1-3月笔记本电脑产量广东省统计
图表：2011年1-3月笔记本电脑产量广西区统计
图表：2011年1-3月笔记本电脑产量海南省统计
图表：2011年1-3月笔记本电脑产量四川省统计
图表：2011年1-3月笔记本电脑产量云南省统计
图表：2011年1-3月笔记本电脑产量陕西省统计

图表：2011年1-3月笔记本电脑产量甘肃省统计

图表：2011年1-3月笔记本电脑产量青海省统计

图表：2011年1-3月笔记本电脑产量宁夏区统计

图表：2011年1-3月笔记本电脑产量新疆区统计

通过《2011-2015年3C行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/182076.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；
各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；
行业资深专家公开发表的观点；
对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；
中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>
中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>
中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
世界贸易组织 <https://www.wto.org>
联合国统计司 <http://unstats.un.org>
联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。