

2015-2022年中国数码产品 市场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

《2015-2022年中国数码产品市场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/yingjian1509/X51618965J.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-09-02

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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

报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国数码产品市场深度调研与投资前景研究报告》共八章。报告介绍了数码产品行业相关概述、中国数码产品产业运行环境、分析了中国数码产品行业的现状、中国数码产品行业竞争格局、对中国数码产品行业做了重点企业经营状况分析及中国数码产品产业发展前景与投资预测。您若想对数码产品产业有个系统的了解或者想投资数码产品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

我们通常说的“数码”指的是含有“数码技术”的数码产品，如数码相机、数码摄像机、数码学习机、数码随身听等等。随着科技的发展，计算机的出现、发展带动了一批以数字为记载标识的产品，取代了传统的胶片、录影带、录音带等，我们把这种产品统称为数码产品。例如电视/通讯器材/移动或者便携的电子工具等，在相当程度上都采用了数字化。

报告目录：

第一章 数码产品行业相关概述 9

第一节 数码产品行业相关概述 9

一、产品概述 9

二、产品分类 9

三、产业分布 11

第二节 数码产品行业经营模式分析 11

一、生产模式分析 11

二、采购模式分析 12

三、销售模式分析 12

第二章 2015年数码产品行业发展环境分析 14

第一节 2015年中国经济发展环境分析 14

一、中国GDP增长情况分析 14

二、工业经济发展形势分析 15

三、社会固定资产投资分析 17

四、全社会消费品零售总额 18

五、城乡居民收入增长分析 18

六、居民消费价格变化分析 19

第二节 中国数码产品行业政策环境分析 20

一、行业监管管理体制 20

二、行业相关政策分析 21

三、上下游产业政策影响 23

四、进出口政策影响分析 25

第三章 2014-2015年中国数码细分产品市场分析 28

第一节 平板电脑市场分析 28

一、平板电脑生产情况 28

二、平板电脑需求情况 28

三、平板电脑市场格局 29

第二节 数码相机市场分析 31

一、数码相机生产情况 31

二、数码相机需求情况 31

三、数码相机市场格局 32

(一) 品牌关注格局 32

(二) 产品关注格局 34

(三) 产品价格分析 39

第三节 数码摄像机市场分析 41

一、数码摄像机生产情况 41

二、数码摄像机市场格局 41

(一) 品牌关注格局 42

(二) 产品关注格局 43

(三) 产品价格格局 45

第四节 电子书市场分析 46

一、电子书市场发展情况 46

二、电子书产量规模统计 47

三、电子书市场格局 48

(一) 品牌关注格局 48

(二) 产品关注格局 49

(三) 产品价格分析	52
第五节 GPS导航市场分析	53
一、GPS市场品牌竞争	53
二、导航设备规模分析	54
第六节 MP3/MP4市场分析	55
第四章 中国数码产品行业产业链分析	57
第一节 数码产品行业产业链概述	57
第二节 数码产品上游产业发展状况分析	57
一、显示器市场分析	57
二、触摸屏市场分析	58
三、传感器市场分析	58
四、锂电池市场分析	59
第三节 数码产品下游应用需求市场分析	60
一、中国人口总量分析	60
二、中国人口结构分析	60
三、家庭数码产品拥有量	62
四、国民阅读调查研究	62
第四节 数码产品用户属性调查分析	65
一、数码行业用户基本属性	65
二、数码产品使用及购买情况	72
第五章 2009-2015年中国数码产品进出口数据分析	75
第一节 2009-2015年数码产品进口情况分析	75
一、进口数量情况分析	75
二、进口金额变化分析	75
三、进口来源地区分析	76
四、进口价格变动分析	79
第二节 2009-2015年数码产品出口情况分析	79
一、出口数量情况	79
二、出口金额变化分析	80
三、出口国家流向分析	80

四、出口价格变动分析 84

第六章 数码产品生产厂商竞争力分析 85

第一节 索尼公司 85

一、企业概述 85

二、企业数码产品分析 85

三、企业经营状况分析 86

四、企业在华投资情况 86

第二节 佳能株式会社 87

一、企业概述 87

二、企业经营情况分析 87

三、企业数码产品分析 88

四、企业营销网络分析 89

五、企业在华投资分析 89

第三节 日本松下株式会社 91

一、企业概述 91

二、企业数码产品分析 91

三、企业经营状况分析 92

四、企业品牌发展分析 93

五、企业在华投资分析 94

第四节 三星集团 95

一、企业概述 95

二、企业数码产品分析 95

三、企业经营状况分析 95

四、企业发展情况分析 96

五、企业在华投资分析 96

第五节 奥林巴斯 97

一、企业概述 97

二、企业数码产品分析 97

三、企业经营情况分析 98

四、企业在华投资分析 99

第六节 尼康公司 100

一、企业概述	100
二、企业发展历程分析	100
三、企业数码产品分析	101
四、企业经营情况分析	102
五、企业在华投资分析	102
第七节 东芝公司	103
一、企业概述	103
二、企业数码产品分析	103
三、企业经营状况分析	104
四、企业在华投资分析	105
第八节 汉王科技股份有限公司	106
一、企业基本情况	106
二、企业数码产品分析	107
三、企业经营情况分析	107
四、企业SWOT分析	108
五、企业发展动态分析	109
第九节 诺亚舟教育控股有限公司	109
一、企业概述	109
二、企业数码产品分析	110
三、企业经营情况分析	112
四、企业发展情况分析	112
第十节 北京纽曼理想数码科技有限公司	113
一、企业概述	113
二、企业数码产品分析	114
三、企业经营情况分析	114
四、企业盈利能力分析	115
五、企业竞争力分析	116
第七章 博思数据关于中国数码产品行业发展趋势与前景分析	117
第一节 2015-2022年中国数码产品行业投资前景	117
一、数码产品市场发展前景	117
二、数码产品发展趋势分析	118

三、数码相机市场需求趋势	119
四、数码相机企业转型趋势	121
第二节 2015-2022年中国数码产品供需预测分析	122
一、中国数码产品产量预测	122
二、中国数码产品需求预测	123
第三节 2015-2022年中国数码产品行业投资风险	125
一、产业政策分析	125
二、原材料风险分析	125
三、市场竞争风险	125
四、技术风险分析	126
第四节 2015-2022年数码产品行业投资策略及建议	126
第八章 数码产品企业投资战略与客户策略分析	128
第一节 数码产品企业发展战略规划背景意义	128
一、企业转型升级的需要	128
二、企业强做大做的需要	128
三、企业可持续发展需要	128
第二节 数码产品企业战略规划制定依据	129
一、国家产业政策	129
二、行业发展规律	129
三、企业资源与能力	129
四、可预期的战略定位	129
第三节 数码产品企业战略规划策略分析	130
一、战略综合规划	130
二、技术开发战略	130
三、区域战略规划	131
四、产业战略规划	131
五、营销品牌战略	131
六、竞争战略规划	133
第四节 数码产品企业重点客户战略实施	134
一、重点客户战略的必要性	134
二、重点客户的鉴别与确定	136

三、重点客户的开发与培育 137

四、重点客户市场营销策略 141

图表目录：

图表 1 数码产品的主要分类 10

图表 2 数码产品的主要部件 10

图表 3 数码产品品牌格局 11

图表 4 数码产品行业生产模式示意图 12

图表 5 数码产品行业销售模式流程图 13

图表 6 2014年国内生产总值构成及增长速度统计 14

图表 7 2009-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图 15

图表 8 2014年规模以上企业工业增加值增长速度趋势图 16

图表 9 2014年规模以上工业企业营业收入与利润总额同比增速 16

图表 10 2009-2014年中国全社会固定资产投资增长趋势图 17

图表 11 2009-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 18

图表 12 2009-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 19

图表 13 2009-2014年农村居民人均纯收入及增长趋势图 19

图表 14 2014年中国居民消费价格月度变化趋势图 20

图表 15 2010-2014年中国厂商平板电脑出货量 28

图表 16 2010-2014年中国市场平板电脑销量 29

图表 17 中国市场平板电脑厂商分类 29

图表 18 中国市场TABLET品牌情况 30

图表 19 2009-2014年中国数码相机产量统计 31

图表 20 2009-2014年中国数码相机销量变化趋势图 32

图表 21 2015年中国数码相机市场品牌关注比例分布 33

图表 22 2015年中国数码相机市场品牌关注比例对比 34

图表 23 2015年中国数码相机市场产品关注排名 35

图表 24 2015年中国数码相机重点关注产品及主要参数 36

图表 25 2015年中国数码相机市场不同价格段产品关注比例对比 37

图表 26 2015年中国数码相机市场不同机身特性关注与数量比例分布 38

图表 27 2015年中国数码相机市场不同机身特性单品关注率 38

图表 28 中国数码照相机价格变化趋势图 39

图表 29 2015年中国数码相机市场平均价格对比 40

图表 30 2015年中国数码相机市场降价产品数量占比分布 40

图表 31 2009-2014年中国数码摄像机产量统计 41

图表 32 2015年中国数码摄像机市场品牌关注比例分布 42

图表 33 2015年中国数码相机市场品牌关注比例对比 43

图表 34 2015年中国数码相机市场产品关注排名 44

图表 35 2015年中国数码相机重点关注产品及主要参数 44

图表 36 2015年中国数码相机市场不同价格段产品关注比例对比 45

图表 37 2015年中国数码相机市场本土品牌不同价格段关注情况 46

图表 38 手机网民应用目前以娱乐为主 47

图表 39 2009-2014年中国电子书产量情况统计 47

图表 40 2014年中国电子书市场品牌关注比例分布 48

图表 41 2014年中国电子书市场品牌关注比例对比 49

图表 42 2014年中国电子书市场产品关注排名 50

图表 43 2014年中国电子书重点关注产品及主要参数 50

图表 44 2014年中国电子书市场不同屏幕尺寸产品关注比例 51

图表 45 2014年中国电子书市场不同存储容量产品关注比例 52

图表 46 2014年中国电子书市场不同价格段产品关注比例 52

图表 47 2014年中国GPS市场品牌比例分布 53

图表 48 2009-2014中国车载GPS出货量变化趋势图 54

图表 49 2014年中国前装车载GPS出货量变化趋势图 54

图表 50 2014年中国后装车载GPS出货量变化趋势图 55

图表 51 2009-2014年中国MP3/MP4产量情况统计 56

图表 52 2009-2014年中国显示器产量情况 58

图表 53 2009-2014年中国触摸屏产业规模统计 58

图表 54 2009-2014年中国锂离子电池产量情况统计 59

图表 55 2006-2014年中国人口数量及增长率变化趋势图 60

图表 56 2014年中国人口数量及其构成情况统计 61

图表 57 2014年末中国各年龄段人口比重 61

图表 58 中国城镇居民家庭平均每百户年底主要数码产品拥有量统计 62

图表 59 2014年国民各类阅读方式的阅读率 63

图表 60 2014年国民各类数字阅读方式的接触率 64

图表 61 2014年国民阅读方式偏好比例 65

图表 62 2014年参与调查数码产品用户性别分布 66

图表 63 2014年参与调查数码产品用户年龄分布 66

图表 64 2014年参与调查数码产品用户区域分布排行 67

图表 65 2014年参与调查数码产品用户学生占比 67

图表 66 2014年参与调查数码产品用户所在行业分布 68

图表 67 2014年参与调查数码产品用户学历分布 69

图表 68 2014年参与调查数码产品用户收入来源 69

图表 69 2014年参与调查数码产品用户可支配收入分布 70

图表 70 2014年参与调查数码产品学生用户月消费金额分布 71

图表 71 2014年参与调查数码产品非学生用户月消费金额分布 71

图表 72 2014年参与调查数码产品用户产品拥有率 72

图表 73 2014年参与调查数码产品用户产品使用频率 73

图表 74 2014年参与调查数码产品用户信息获取方式分布 74

图表 75 2014年参与调查数码产品用户产品购买渠道分布 74

图表 76 2009-2015年中国主要数码产品进口量统计 75

图表 77 2009-2015年中国主要数码产品进口金额统计 75

图表 78 2014年使用磁性、光学等媒体的声音录制或重放设备进口来源地 76

图表 79 2015年使用磁性、光学等媒体的声音录制或重放设备进口来源地 76

图表 80 2015年使用磁性、光学等媒体的声音录制或重放设备进口来源地结构 77

图表 81 2014年电视摄像机、数字照相机及视频摄录一体机进口来源地 77

图表 82 2015年电视摄像机、数字照相机及视频摄录一体机进口来源地 78

图表 83 2015年电视摄像机、数字照相机及视频摄录一体机进口来源地结构 79

图表 84 2009-2015年中国主要数码产品进口均价统计 79

图表 85 2009-2015年中国主要数码产品出口量统计 80

图表 86 2009-2015年中国主要数码产品出口金额统计 80

图表 87 2014年使用磁性、光学等媒体的声音录制或重放设备出口地 80

图表 88 2015年使用磁性、光学等媒体的声音录制或重放设备出口地 81

图表 89 2015年使用磁性、光学等媒体的声音录制或重放设备出口地结构 82

图表 90 2014年电视摄像机、数字照相机及视频摄录一体机出口地 82

图表 91 2015年电视摄像机、数字照相机及视频摄录一体机出口地 83

图表 92 2015年电视摄像机、数字照相机及视频摄录一体机出口地结构 83

图表 93 2009-2015年中国主要数码产品出口均价统计 84

图表 94 日本索尼集团数码产品分析 85

图表 95 2009-2015财年日本索尼集团主要经济指标统计 86

图表 96 佳能（中国）有限公司发展阶段图示 87

图表 97 佳能（中国）有限公司发展规模 88

图表 98 2014年佳能株式会社营业收入与利润统计 88

图表 99 2010-2014年佳能株式会社营业收入统计 88

图表 100 佳能（中国）有限公司营销网络分布 89

图表 101 佳能（中国）有限公司分公司分布 90

图表 102 Panasonic集团数码产品系列分析 91

图表 103 2009-2014财年Panasonic集团收入与利润统计 92

图表 104 2011-2014财年Panasonic集团营业收入分部门情况表 92

图表 105 2009-2014财年日本松下公司营业收入分地区情况表 92

图表 106 2009-2015财年韩国三星电子公司收入与利润统计 95

图表 107 2009-2015财年奥林巴斯收入与利润情况 98

图表 108 2009-2014财年奥林巴斯营业收入变化趋势图 99

图表 109 尼康数码产品情况 101

图表 110 2009-2015财年尼康收入与利润情况 102

图表 111 2009-2015财年尼康营业收入分地区情况 102

图表 112 东芝集团在华营销网络分布 104

图表 113 2009-2014财年日本东芝公司收入与利润统计 104

图表 114 2010-2014财年日本东芝公司营业收入分产品情况表 105

图表 115 2010-2014财年日本东芝公司营业收入分地区情况表 105

图表 116 汉王科技股份有限公司数码产品系列 107

图表 117 2011-2014年汉王科技股份有限公司分产品情况表 108

图表 118 2014年汉王科技股份有限公司分地区情况表 108

图表 119 汉王科技股份有限公司SWOT分析 108

图表 120 2015财年诺亚舟收入与利润情况统计 112

图表 121 2011-2015财年诺亚舟营业收入情况 112

图表 122 纽曼平板电脑应用情况 114

图表 123 北京纽曼理想数码科技有限公司资产及负债统计 115

图表 124 北京纽曼理想数码科技有限公司收入及利润统计 115

图表 125 北京纽曼理想数码科技有限公司盈利能力统计 115

图表 126 北京纽曼理想数码科技有限公司SWOT分析 116

图表 127 2015-2022年中国数码相机产量预测趋势图 122

图表 128 2015-2022年中国数码摄像机产量预测趋势图 123

图表 129 2015-2022年中国数码相机销量预测趋势图 124

图表 130 重点客户管理与企业战略规划 134

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/yingjian1509/X51618965J.html>