

中国消费电子产品的规模化发展



陆刃波

中国电子商会副秘书长

从全球消费电子产品制造规模来看，中国制造占有举足轻重的地位。**2011**年，我国彩电、手机、计算机等主要电子产品占全球出货量比重分别达到**48.8%**、**70.6%**和**90.6%**，均名列世界第一。

与此同时，国内消费电子产品需求规模也保持了持续增长，截止**2011**年底，我国手机普及率达到**73.6**部/百人，城镇居民彩电、计算机拥有率分别超过**135**台/百户和**70**台/百户，均比上年有所提高。



手机、计算机、彩电在消费电子产品中的领军地位

2011年中国手机、计算机、彩电产量分别为**11.4亿**、**3.2亿**、**1.2亿**，极具规模，现阶段消费市场普及率较高的数码相机产量也达到了**8200万台**。回顾最近**10**年，各类消费电子产品制造规模一直处于连续增长趋势。

手机



11.4亿

计算机



3.2亿

彩电



1.2亿

数码相机

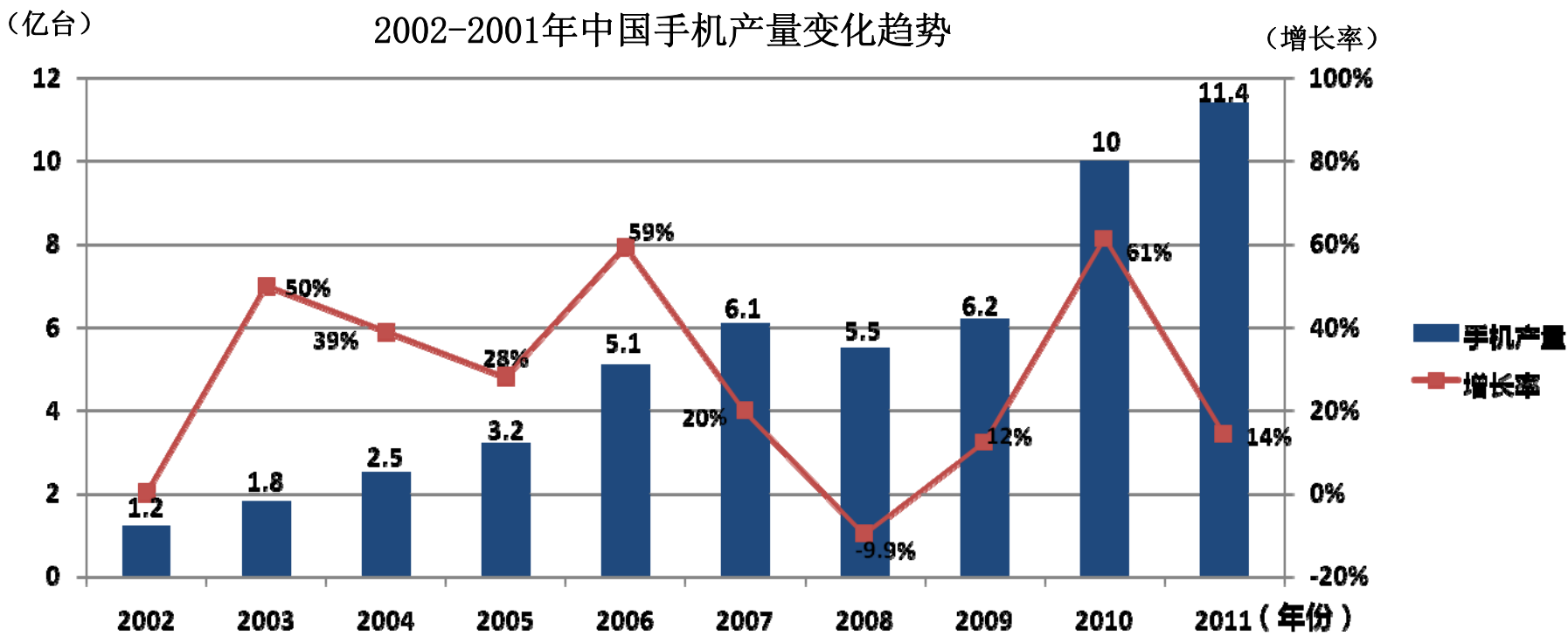


8200万



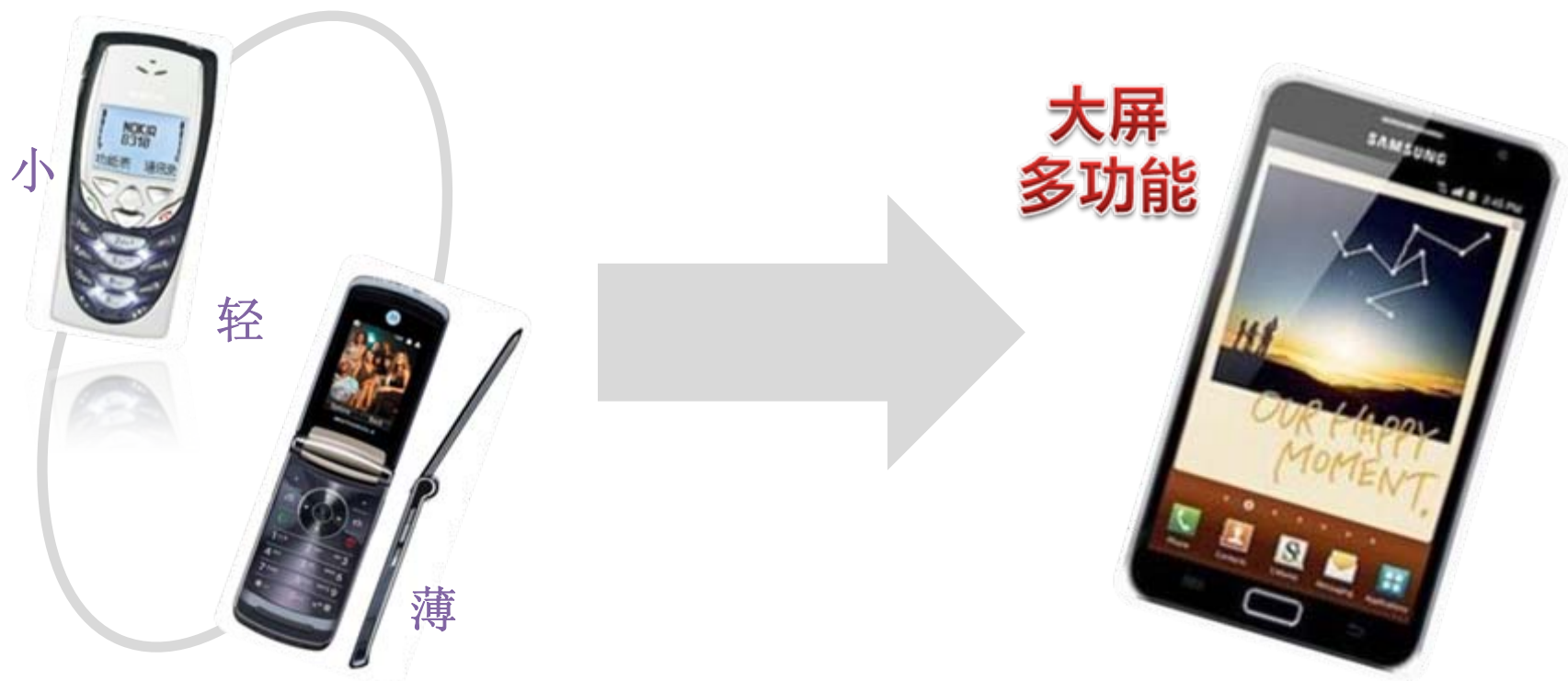
手机制造规模10年增长8.5倍

2002年中国手机制造规模1.2亿台，仅占全球产量27%，经过十年成长，中国手机制造规模达11.4亿部，平均增长率为30.4%。中国手机制造规模不仅产量有极大的增长，同时占全球手机产量比重也提升到90%。



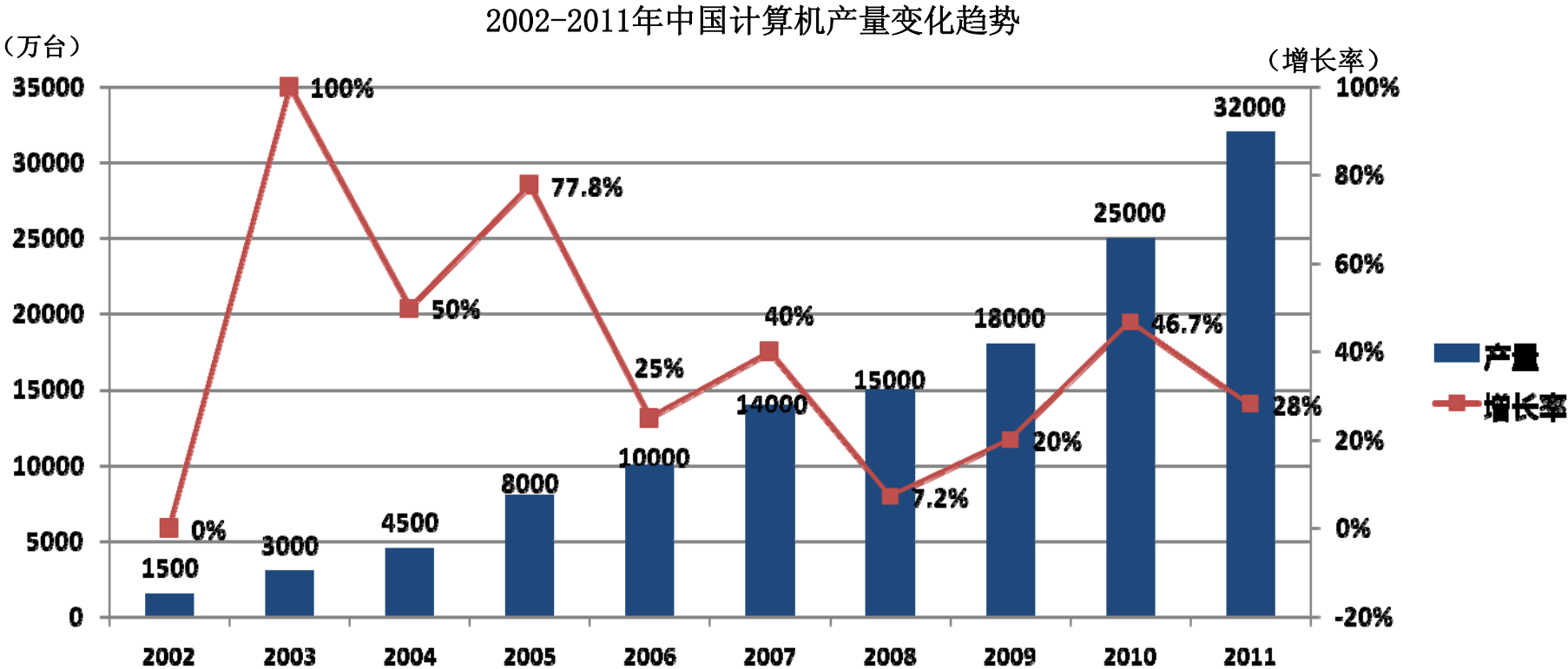
手机消费智能转变

我国手机消费市场在十年内历经两轮增长，**02-06年**的手机普及浪潮和**10年-现在**的智能手机换购期，预计**2012年**国内手机销售量将达**3亿部**。与此同时，消费需求也在由产品的轻、薄、小向大屏、多功能转变。



信息化社会建设推动计算机制造爆发式增长

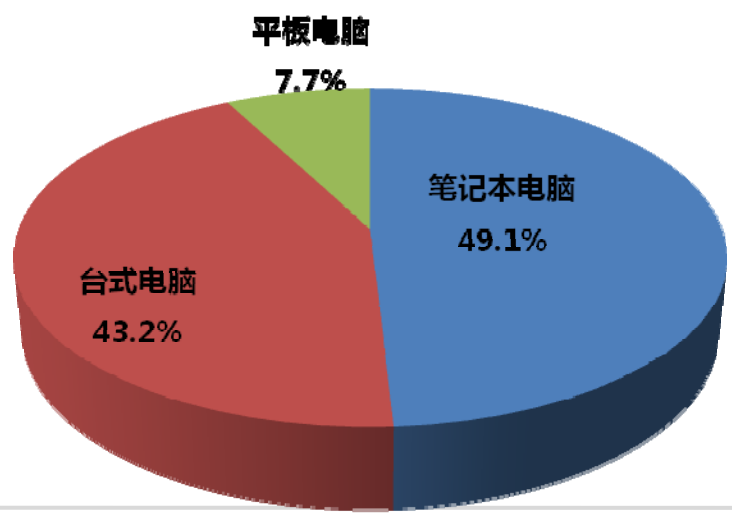
统计十年来中国计算机产量，**2011年计算机产量比2002年增长20.3倍**，此段时期也正是我国信息化社会建设成长最快的十年。



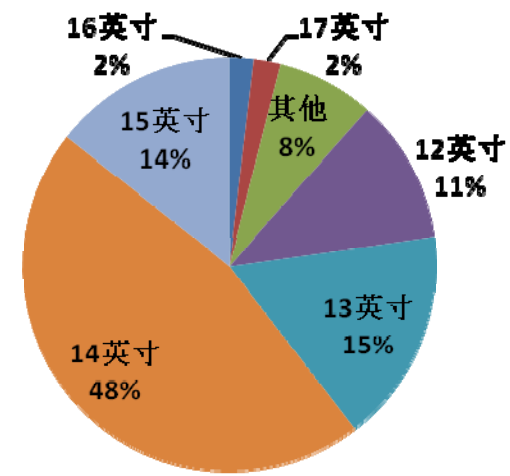
平板电脑成消费热点

2012年我国计算机市场销售量预计达到**6800**万台，增速为**20%**，其中平板电脑自**2010**年以来，保持快速增长势头。消费方面，**14英寸**笔记本电脑依然保持主流地位，占比**48%**，台式机大尺寸显示屏比重上升。

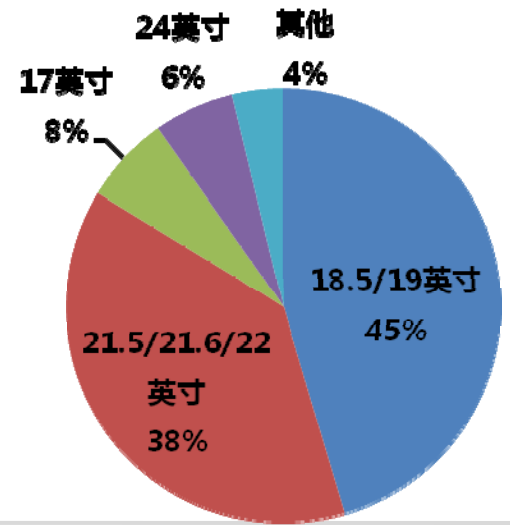
笔记本电脑、台式机、平板电脑2012年销量比重预测



现阶段我国笔记本产品尺寸销量

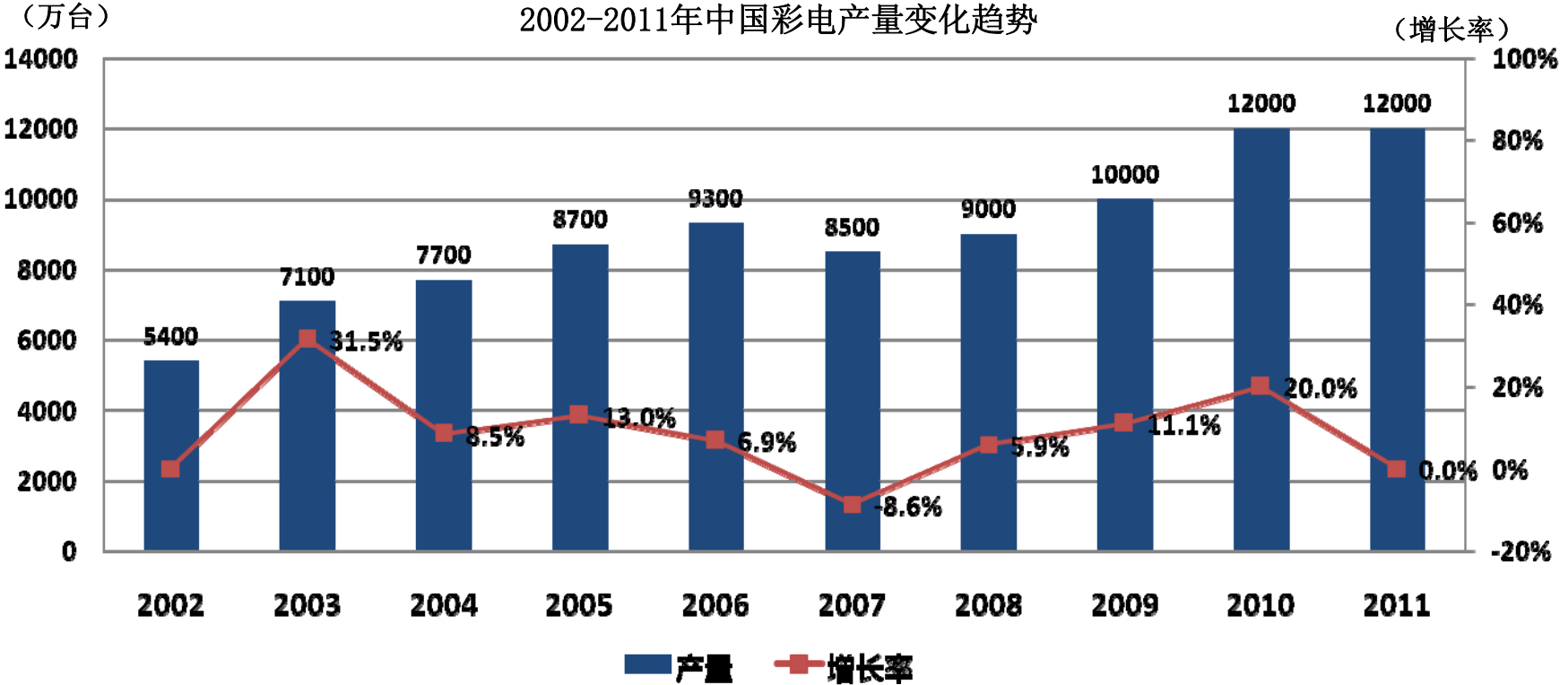


现阶段我国台式电脑产品尺寸销量



彩电市场稳速增长

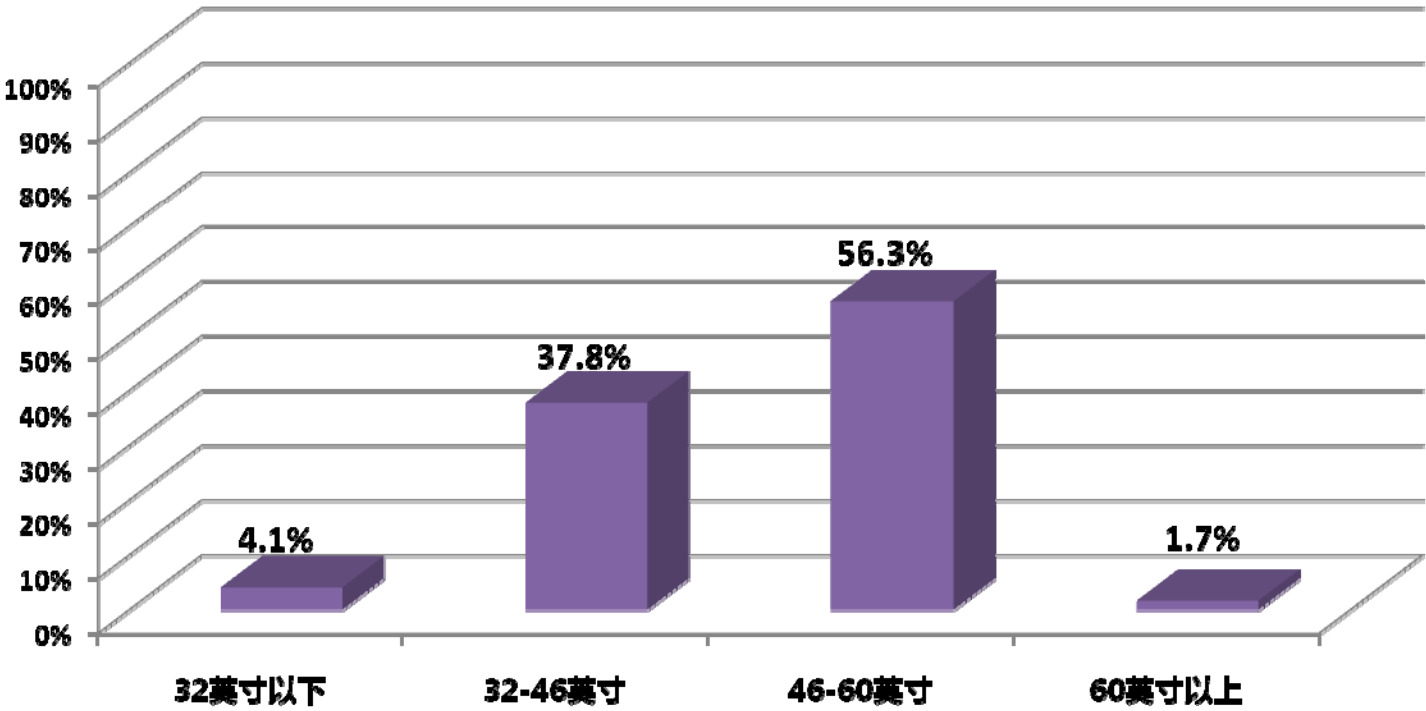
彩电产业在十年间经历了**CRT—平板**的更替、模拟信号—数字信号的转换，现阶段正处于平稳增长期。



智能趋势下的超大屏幕、超高清成新亮点

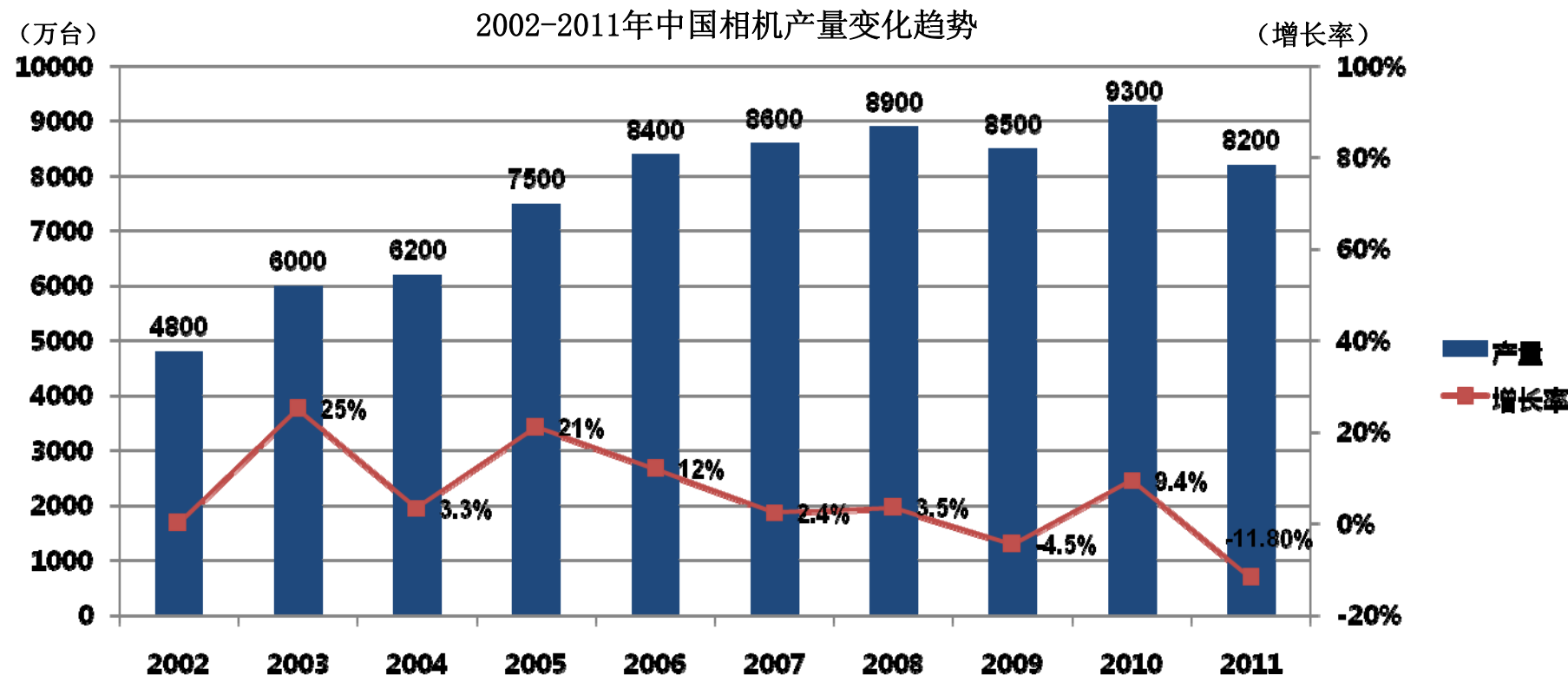
2012年我国平板电视需求预计**4200**万台，**46英寸及以上**大尺寸平板电视消费需求占**58%**，**3D**功能已成标配，智能化引领发展趋势，外观为窄边框甚至无边框的产品较流行，超大屏、超高清、开始起步。

消费者平板电视期望尺寸比例



数码相机中国制造量是日本的8.6倍

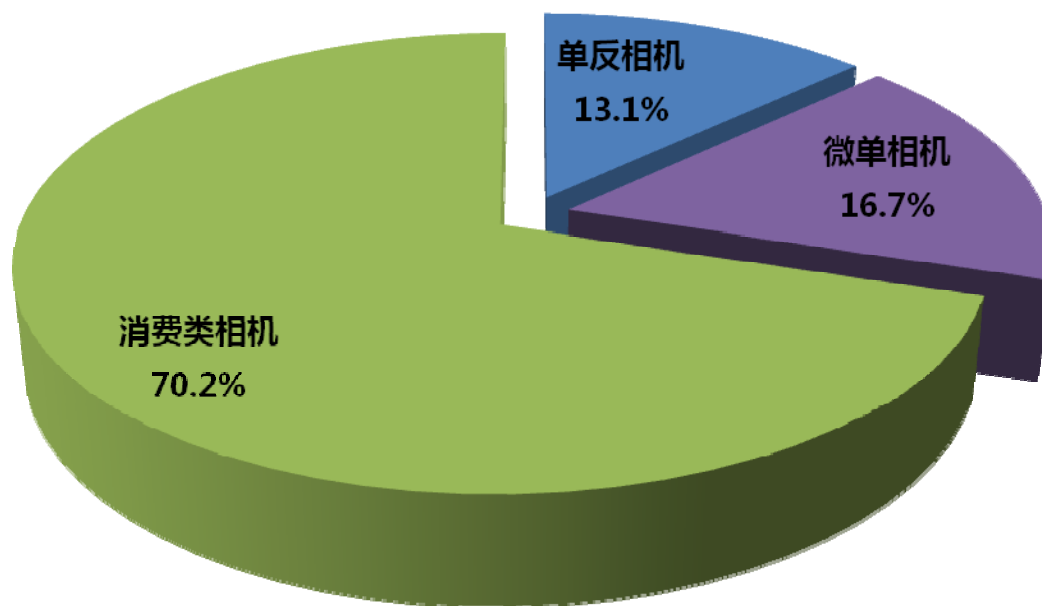
十年前日本数码相机占全球**90%**，**2011**年全球数码相机产量**1.15**亿台，中国制造占**71.3%**，是日本制造的**8.6**倍，目前仍有日本制造继续向中国制造转移的趋势。



相机消费层次提升 向专业化迈进

中国数码相机消费总量约**1200**万台，最近几年保持**20%**左右的平稳增速。现阶段数码相机消费处在升级换代期，微单、单反需求比重提升，消费类数码相机遭受智能手机的挤压，份额下降明显。

微单相机、单反相机、消费类数码相机市场份额



多数消费类电子产量极具规模

作为消费电子产品制造大国，除了手机、彩电、电脑等产量占优势，冰箱、空调等产量在全球比重也处于前列，支撑了我国成为最大消费电子生产基地。



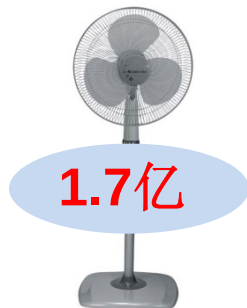
8700万



1.4亿



6670万



1.7亿



1.8亿



8300万

谢谢！

中国电子商会

联系人：陆刃波

联系电话：010-58220358

传 真：010-58220359

联系地址：北京市朝阳区曙光西里甲1号第三置业A座2207（100028）