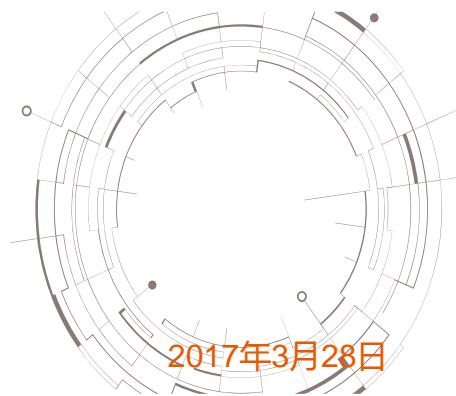




2017年3C市场行业报告



2017年3月28日



2016年中国技术消费电子市场快速增长，3C*市场作为科技和互联网发展的核心驱动力，增速快于大盘。2017年3C市场仍将有很大的增长空间。

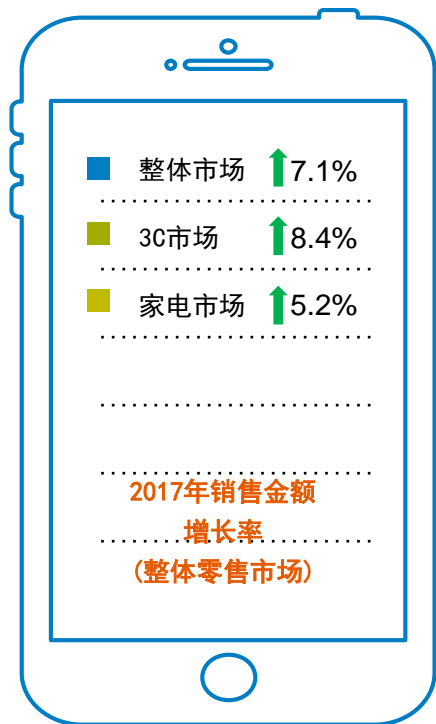
随着消费的多元化和升级替换，各领域的细分市场也在以迥然不同的态势野蛮生长。新生态消费下的中高端新科技产品也将成为引爆3C市场的热潮。

*3C市场产品范围：通讯产品、电脑办公、数码影像

2017年，中国技术消费电子整体零售市场特别是线上市场仍将持续增长



中国技术消费电子整体零售市场2017年销售金额同比增长7.1%，其中3C整体零售市场同比增长8.4%



中国技术消费电子市场
销售额同比增长率%

+7.1%



2016 2017*

整体零售市场

+15.1%



2016 2017*

线上市场

+4.1%



2016 2017*

线下市场

京东在3C线上市场占比超过50%

3C市场渠道与产品技术演进，加速新型科技产品的接受度

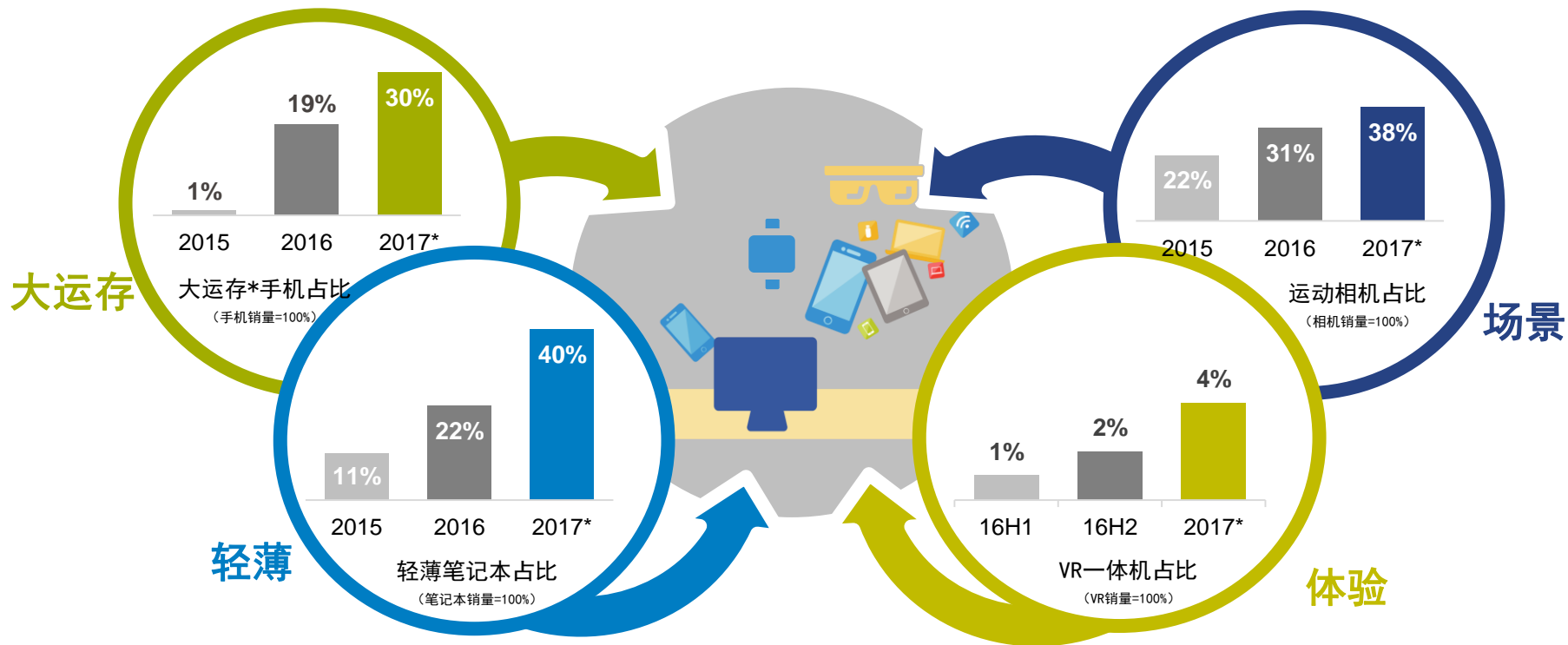


线上&线下渠道的融合与并进



产品技术的创新与突破

3C整体零售市场各品类急速迭代，新产品透漏着无与伦比的想象力



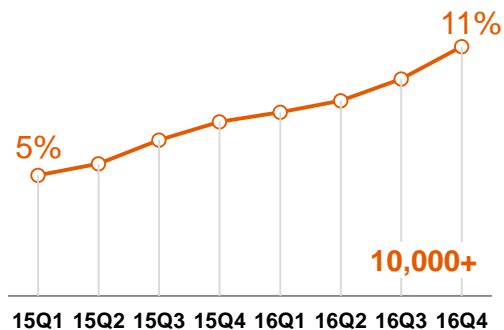
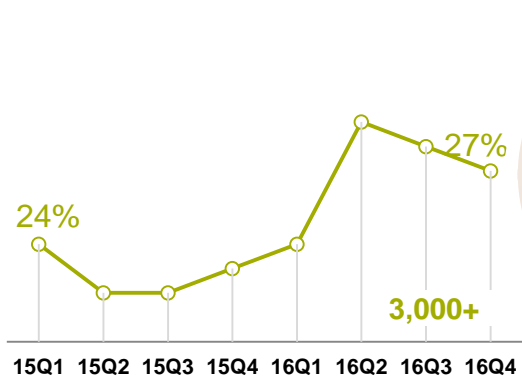
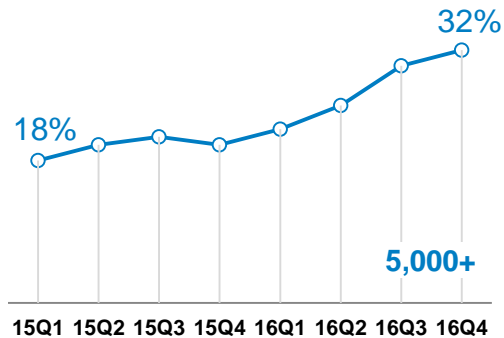
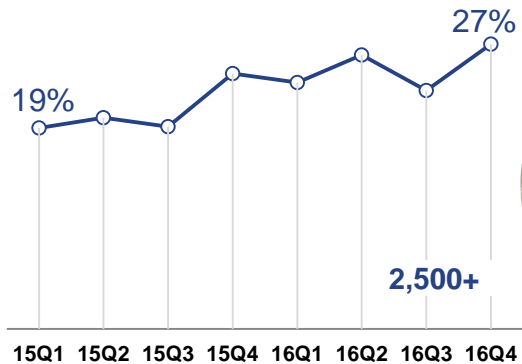
数据来源：捷孚凯（GfK中国）全国市场零售推算数据和监测数据

*2017年数据为预测；大运存指RAM≥3GB

2017年，消费者更倾向于选择更具科技感的中高端产品



中国3C整体零售市场各品类高价位销量占比 2015Q1-2016Q4



数据来源：捷孚凯（GfK中国）全国市场零售推算数据和监测数据

© GfK March 29, 2017

So ...



通过GfK对3C市场的深入解读
你将会找寻到每个产品未来发展的

真实驱动力.....

手机：2017年整体零售市场增速放缓，升级替换是核心驱动力



- 随着线上爆发和4G换机红利殆尽，智能手机用户的升级替换成为市场增长的原动力。
- 在人民币贬值和产业链主要原器件成本上涨的情况下，市场竞争进一步加剧。
- GfK预测，2017年中国手机市场零售规模相比2016年增速放缓；2017年中国手机市场零售额增长远高于零售量，市场均价持续走高。



销量

+4.8%

4.71亿台
4.93亿台



中国手机
整体零售市场

+11.4%



销额

8.8千亿元
9.8千亿元

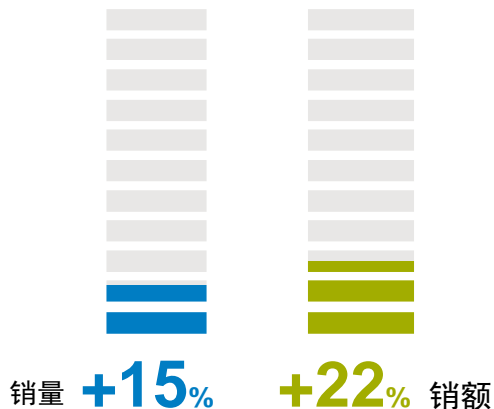
数据来源：捷孚凯（GfK中国）全国市场零售推算数据和监测数据

*2017年数据为预测

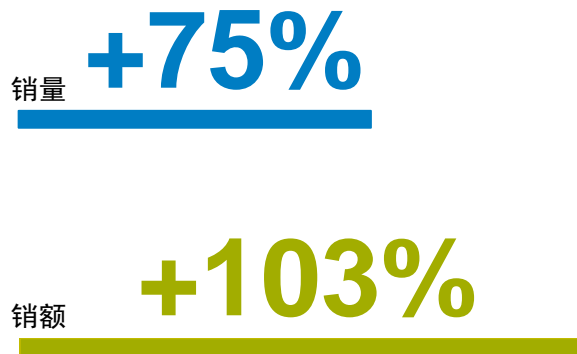
手机：渠道型品牌携手主流电商， 抢攻一线城市

- 随着手机市场的消费升级进一步向低线城市渗透，渠道型厂商在跑马圈地赢得市场的同时，进一步挺进高端市场并抢攻一线城市
- 主流电商在一二线城市有强的影响力和话语权，更能助力渠道型品牌发力一线城市

中国手机市场前10品牌线上销量/销额同比变化 2016 vs. 2015
线上市场



渠道型品牌线上销量/销额同比变化 2016 vs. 2015
线上市场

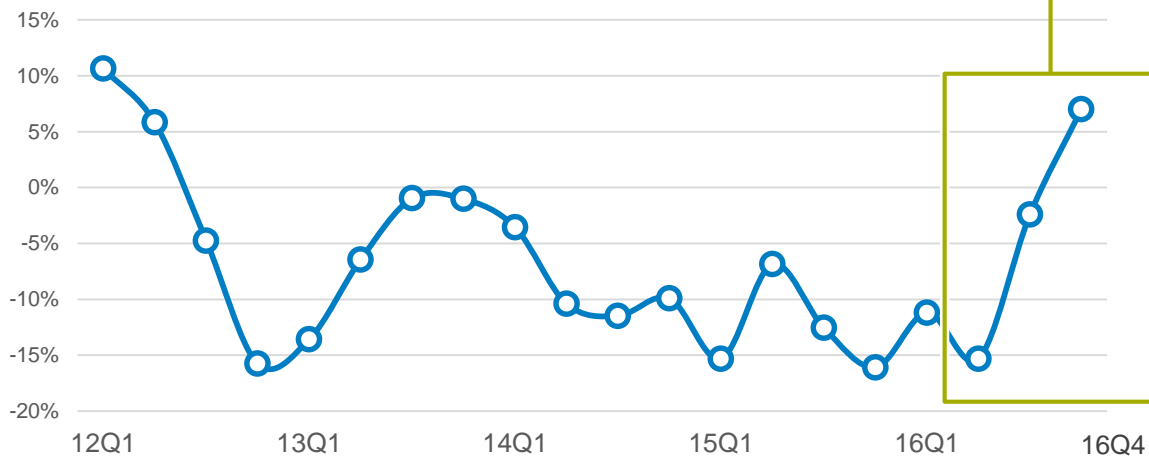


*渠道型品牌包含OPPO、vivo、金立和华为（不含荣耀）

笔记本：线上市场和高端产品助力市场恢复增长

- 笔记本电脑零售连续17个季度负增长后，16Q4恢复正增长
- 线上市场、高端笔记本产品（如轻薄和游戏本）助力笔记本电脑市场回暖

中国笔记本整体零售市场销量同比增长率 2012Q1-2016Q4



线上市场驱动

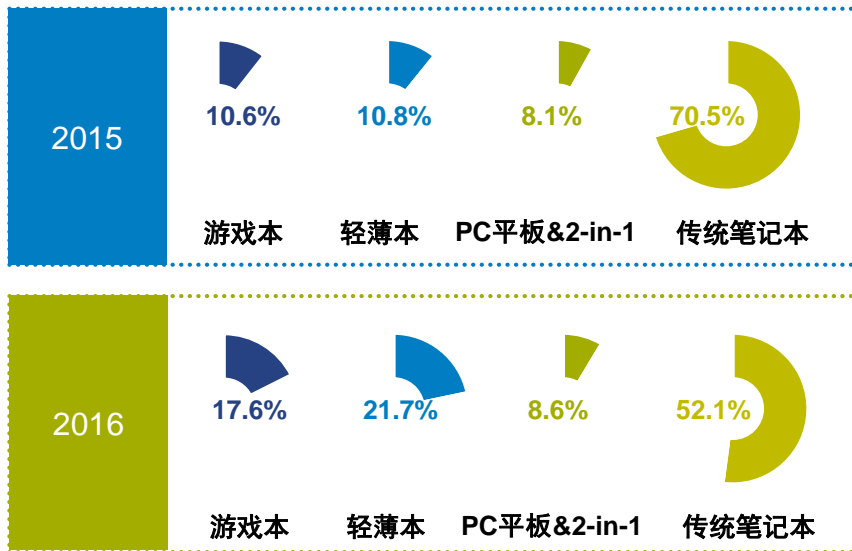
5K+高端市场驱动

高品质产品驱动
(超轻薄, 游戏本, 2-in-1)

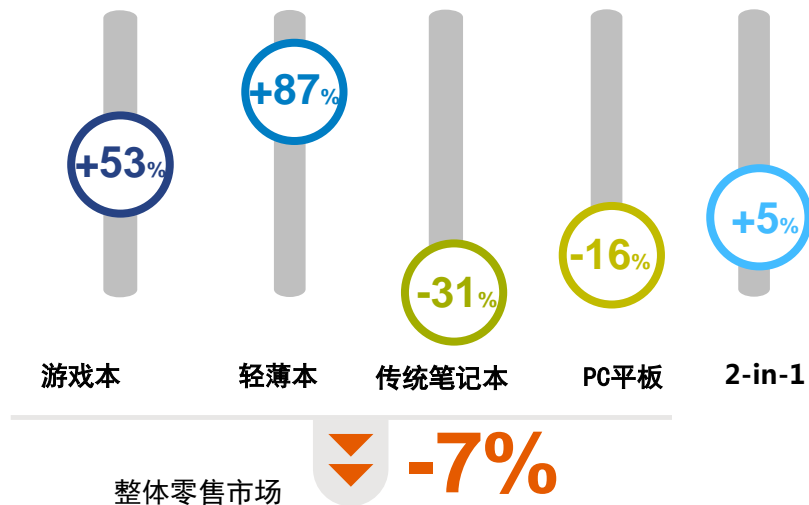
笔记本：游戏本和轻薄本成为两个快速增长的细分市场

- 从同比增速以及笔记本电脑产品内部份额变化来看：游戏本和轻薄本两个热点细分品类快速成长，推动笔记本电脑市场前进。

中国笔记本细分品类内部结构 2016 vs. 2015



中国笔记本细分品类销量同比 2016 vs. 2015



数据来源：捷孚凯（GfK中国）全国市场零售推算数据和监测数据

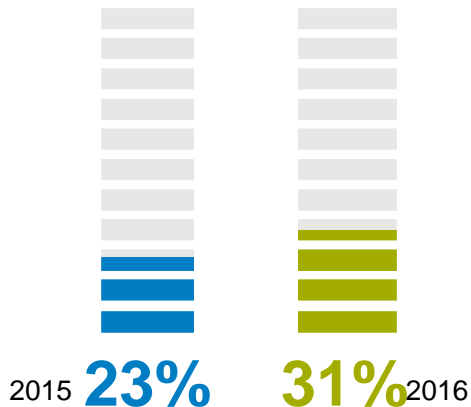
© GfK March 29, 2017

本文中2-in-1 定义为9.7英寸及以上、X86架构、Windows系统、可插拔或可翻转类产品

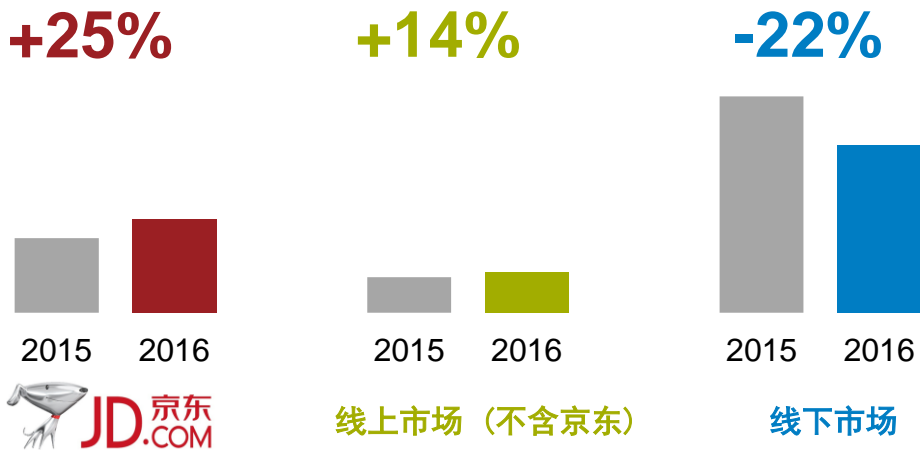
笔记本：线下市场份额下降，京东引领线上增长

- 笔记本电脑线上市场扩大渠道占比，其中京东的增速引领整个笔记本电脑市场，京东对于笔记本电脑市场的影响力持续扩大。

京东在中国笔记本电脑整体零售市场销量占比



中国笔记本电脑分渠道销量同比 2016vs. 2015

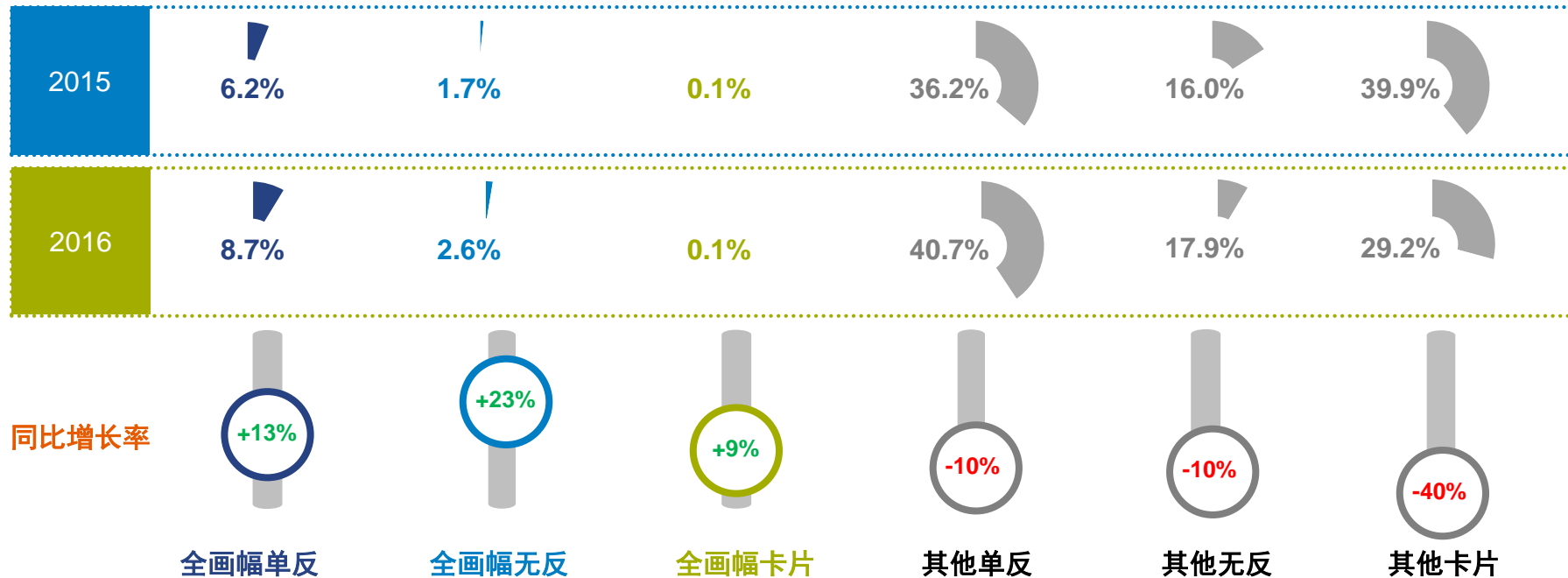


数据来源：捷孚凯（GfK中国）全国市场零售推算数据和监测数据，京东商城数据由京东商城提供

数码相机：全画幅相机小幅增长，传统相机仍下滑

- 尽管2016年的数码相机整体零售市场同比下跌了接近20%，但全画幅的数码相机依然保持增长。

中国数码相机 整体零售市场各品类销量占比及同比增速 2016 vs. 2015



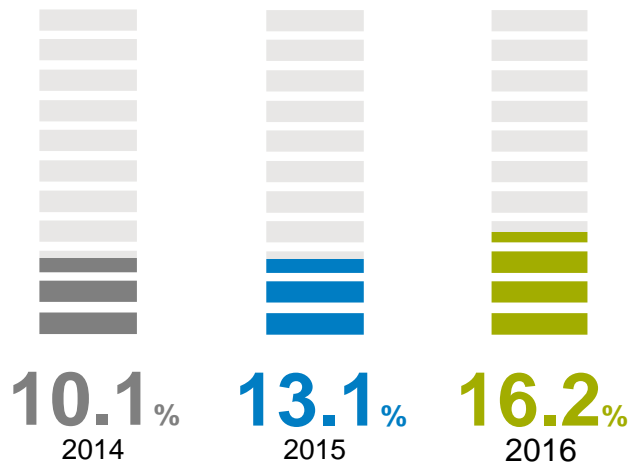
数据来源: 捷孚凯 (GfK中国) 全国市场零售推算数据和监测数据

© GfK March 29, 2017

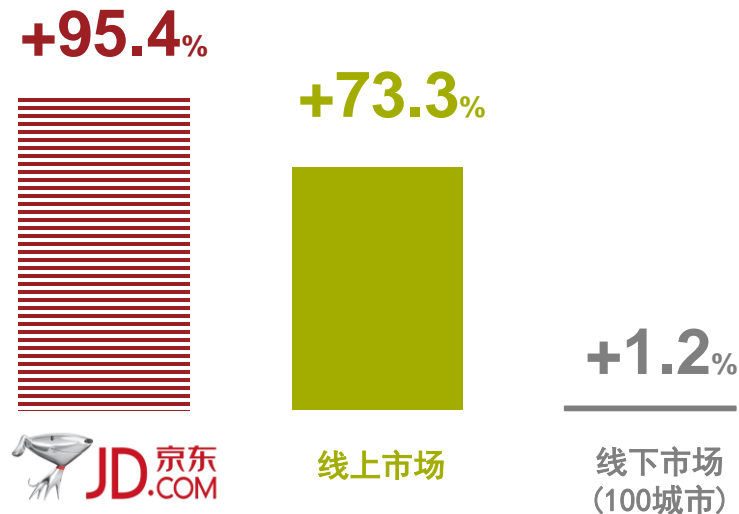
数码相机：京东助力全画幅相机在线上市场急速增长

- 在快速萎缩的相机市场里，全画幅可换镜头相机的比例正以极快速地攀升。

全画幅可换镜头相机在整体全画幅相机的销量占比



全画幅可换镜头相机销量同比增速 2016 vs. 2015



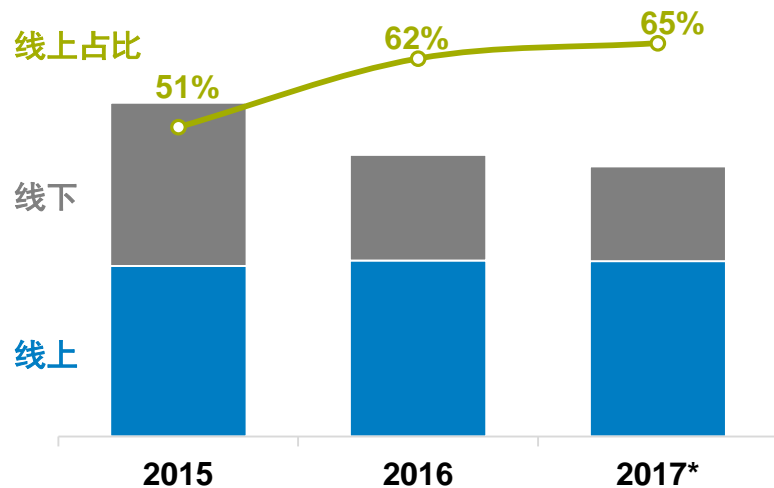
*可换镜头相机包括：单反相机 及 无反（微单）相机。

数据来源：捷孚凯（GfK中国）全国市场零售推算数据和监测数据，京东商城数据由京东商城提供

平板电脑：下滑趋势放缓，线上渠道成为主导力量

- 主流厂商持续发力，零售商的多种营销带动整体市场下行趋势放缓，消费升级拉动平板电脑单价提升。
- 渠道格局发生转变，线上渠道销量超越线下逐渐成为主导力量。
- 2-in-1借势“轻薄化”的市场需求，在各大厂商及京东电商的助推下，市场趋势呈现上扬。

中国平板电脑线上市场占比



中国2-in-1整体零售市场销量

16Q4 vs. 16Q1 (千台)

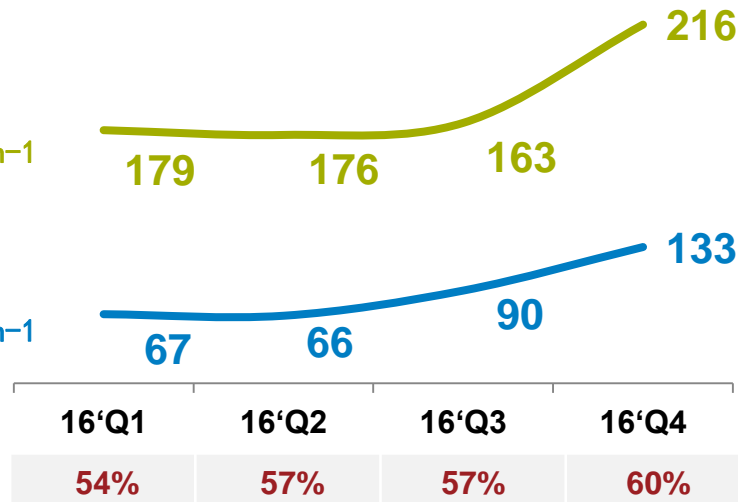


可旋转2-in-1



可插拔2-in-1

京东占比



数据来源：捷孚凯（GfK中国）全国市场零售推算数据和监测数据，京东商城数据由京东商城提供

© GfK March 29, 2017

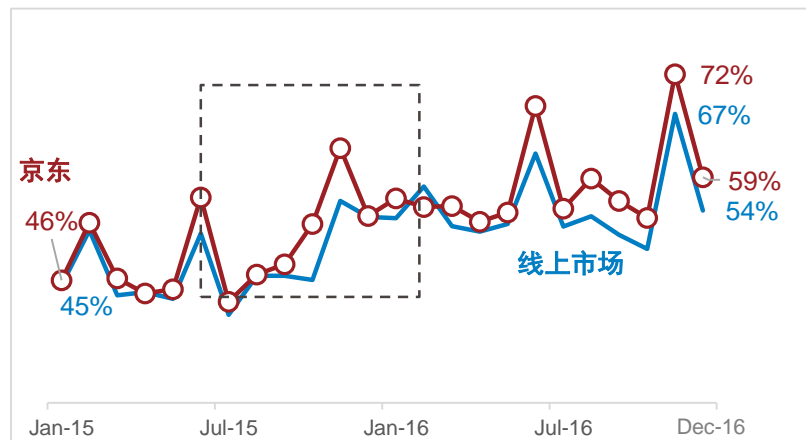
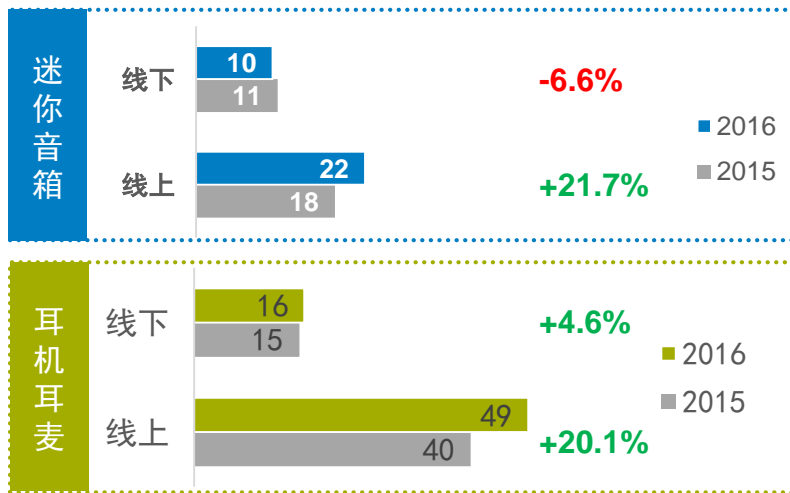
2-in-1: X86架构下的windows系统产品

*2017年数据为预测

耳机&迷你音箱：线上促销及消费分期刺激高端产品增长

- 2016年耳机和迷你音箱市场零售额同比增长15%，线上市场作为主要市场，增速高于整体市场。
- 线上市场的高端化进程中，京东走在前列。
- 在各促销节点中，高端产品比低端产品更容易实现销售突破。

耳机与音箱 整体零售市场销售金额（亿元）2016 vs. 2015 线上市场耳机与音箱200元以上销售额占比 2015-2016

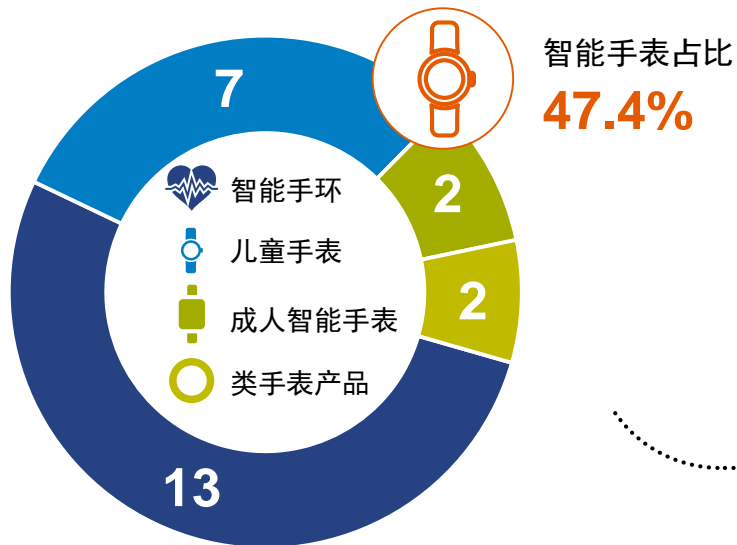


数据来源：捷孚凯（GfK中国）全国市场零售推算数据和监测数据，京东商城数据由京东商城提供

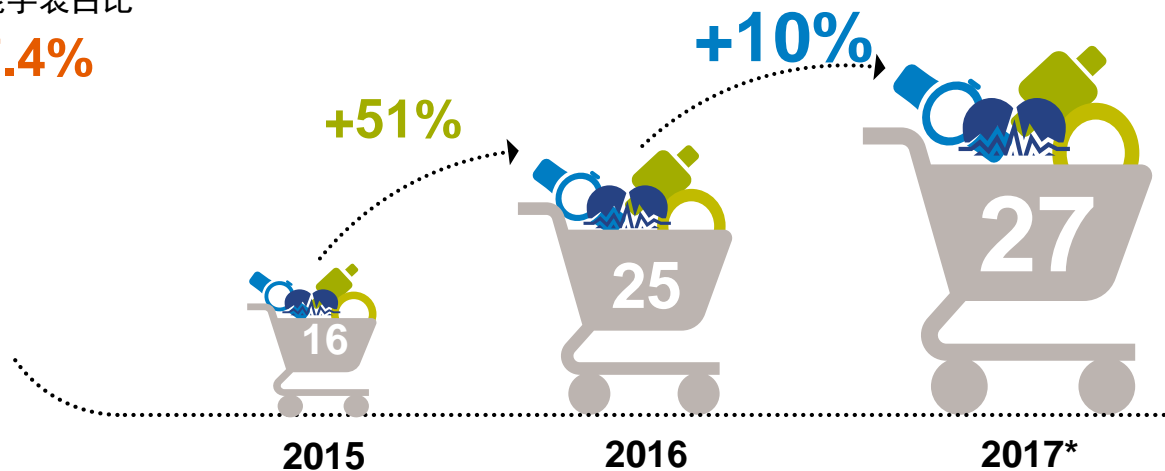
可穿戴：整体零售市场进入平稳期，智能手表成为行业新宠

- 可穿戴产品经过2015年爆炸式增长后，现进入平稳增长期。预计2017年可穿戴产品的整体增长保持在10%左右。
- 2016年下半年智能手表一路攀升反超手环，京东平台上的多款运动手表的热销成为重要推动者。

中国可穿戴整体零售市场销量 2016年（百万台）



中国可穿戴整体零售市场发展趋势 2015-2017*（百万台）



*2017年数据为预测

”

伴随中国市场消费升级，产品**升级替换**成为核心底层驱动力。

大运存手机，轻薄笔记本，2-in-1平板，运动相机和运动智能手表等**中高端产品**成为更具吸引力的产品。

3C市场在2017年不仅在销量上有大的增长，利润的进一步加大大为更多的创新科技提供发展空间。**以京东为代表，线上市场还将持续发展。** 2017年，3C市场依是充满机遇和新气象的一年。

非常感谢!

GfK 中国微信公众号



GfK Retail and Technology China Co., Ltd.

捷孚凯市场咨询（中国）有限公司

北京地址：

北京市 朝阳区朝外大街16号 中国人寿大厦18层

邮政编码：100020

电话：（86）10 8562 3838, 5905 3333

传真：（86）10 8525 2148, 8525 2248

上海地址：

上海市 南京西路1168号 中信泰富广场1809室

邮政编码：200041

电话：（86）21 5298 4481

传真：（86）21 5298 4480