

2009-2010年中国模拟产品行业市场调查及投资预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2010年中国模拟产品行业市场调查及投资预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qitadianzi/5689756897.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

第一章 2008-2009年中国模拟产品行业市场发展环境

一、2008-2009年中国经济发展环境

- (一) 2009年第一季度中国宏观经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008-2009年中国模拟产品市场政策环境

- (一) 行业政策
- (二) 相关行业政策
- (三) 法律法规

三、2008-2009年中国模拟产品市场技术环境

第二章 2008-2009年全球模拟产品行业整体运营状况

一、2008-2009年全球模拟产品行业市场发展格局

- (一) 全球模拟产品市场运行特征
- (二) 全球模拟产品新技术看点
- (三) 全球模拟产品市场动态

二、2008-2009年全球主要国家模拟产品运行

- (一) 美国转向高端模拟产品
- (二) 日本模拟产品市场运营形势
- (三) 韩国模拟产品运行格局

三、2009-2012年全球模拟产品行业发展趋势

第三章 2008-2009年中国模拟产品产业运行态势剖析

一、2008-2009年中国模拟产品产业构成

- (一) 电源管理
- (二) 混合信号
- (三) 射频产品

二、2008-2009年中国模拟产品市场现状综述

- (一) 模拟产品产业发展历程
- (二) 国内模拟产品快速发展
- (三) 中国模拟产业规模及分布情况
- (四) 中国模拟产业在国民经济中的地位

三、2008-2009年中国模拟产品最新技术进展

- (一) 模块化的ATCA FRU电源管理架构
- (二) 混合信号FPGA应用发展

（三）RFID技术

四、2008-2009年中国模拟存在的突出问题

第四章 2008-2009年中国模拟产品业内热点产品运营态势

一、2008-2009年中国模拟产品市场新格局

（一）中国经济刺激计划推动模拟芯片需求

（二）高效数字电源满足新兴电源管理需求

（三）本土模拟企业介入各细分市场

（四）高性能模拟产品市场整合诉求隐现

二、2008-2009年中国模拟产品市场运营

（一）市场供给情况

（二）市场需求情况

三、2008-2009年中国模拟产品进出口贸易

四、2008-2009年中国模拟产品市场热点

（一）光端机模拟仍是用户首选

（二）中国模拟电视手机市场容量将达2000万部

第五章 2008-2009年中国模拟产品市场销售渠道运行

一、中国模拟产品市场销售终端的基本类型

（一）中国模拟产品市场各终端的基本特点

（二）各类模拟产品终端的分布格局

（三）模拟产品市场的主要销售模式

二、中国模拟产品市场销售渠道特点

（一）垂直层次代理为主的渠道结构

（二）区域商场为主渠道终端

（三）公司直营制的混合渠道结构

三、模拟产品在中国的营销策略变化

（一）传播策略

（二）渠道策略

（三）产品线组合策略

（四）厂商关系

（五）营销渠道下沉

（六）OEM合作模式

第六章 2008-2009年中国模拟产品市场竞争格局

一、2008-2009年中国模拟产品行业竞争现状

（一）技术竞争

（二）成本费用竞争

（三）营销渠道竞争

二、2008-2009年中国模拟产品市场竞争格局

（一）半导体厂商分享模拟产品市场大餐

（二）模拟数字竞争互补创新技术各显神通

（三）数字电源市场竞争力将与模拟平分秋色

（四）中国电源管理产品市场竞争加剧

（五）10大电源管理半导体供应商面临小型同业的竞争压力日增

三、2008-2009年中国模拟芯片供应商竞争力点评

四、2009-2012年中国模拟产品行业竞争趋势

第七章 全球品牌模拟产品企业

一、艾默生

二、Zetex

三、富士通

四、索尼

五、安森美

第八章 中国模拟产品重点企业

一、杭州士兰微电子股份有限公司

（一）企业概况

（二）企业财务

二、上海贝岭股份有限公司

（一）企业概况

（二）企业财务

三、昂宝电子（上海）有限公司

（一）企业概况

（二）企业财务

四、力通微电子（上海）有限公司

（一）企业概况

（二）企业财务

五、绍兴光大芯业微电子有限公司

（一）企业概况

（二）企业财务

六、北京思旺电子技术有限公司

（一）企业概况

（二）企业财务

七、南通富士通微电子有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

第九章 2009-2012年中国模拟产品行业发展及投资预测分析

一、2009-2012年中国模拟产品行业发展前景

(一) 全球模拟厂商前景看好

(二) 模拟芯片市场前景乐观

(三) 模拟器件市场前景

二、2009-2012年中国模拟产品行业发展趋势

(一) 电源管理产品呈现五大趋势

(二) 混合信号IC设计自动化的趋势

(三) 模拟产品技术的发展呈现两大趋势

三、2009-2012年中国模拟产品行业市场预测

四、2009-2012年中国模拟产品行业投资周期

五、2009-2012年中国模拟产品行业投资机会

(一) 模拟产品市场蕴含巨大商机

(二) 市场投资潜力

六、2009-2012年中国模拟产品行业投资风险预警

(一) 宏观调控政策风险

(二) 市场竞争风险

(三) 原料供给风险

(四) 市场运营机制风险

七、2009-2012年中国模拟产品行业投资规划指引

第十章 金融危机对中国模拟产品行业投资影响及企业应对策略

一、2009年全球性金融危机形势

二、2009年金融危机对模拟产品的传导机制

三、2009年金融危机下模拟产品工业成长性

(一) 金融危机对行业影响程度

(二) 影响期限预测

四、模拟产品企业应对措施

图表目录：(部分)

图表：杭州士兰微电子股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：杭州士兰微电子股份有限公司净利润增长趋势图

图表：杭州士兰微电子股份有限公司利润率走势图

图表：杭州士兰微电子股份有限公司成长能力指标表

图表：杭州士兰微电子股份有限公司经营能力指标表

图表：杭州士兰微电子股份有限公司盈利能力指标表

图表：杭州士兰微电子股份有限公司偿债能力指标表

图表：上海贝岭股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：上海贝岭股份有限公司净利润增长趋势图

图表：上海贝岭股份有限公司利润率走势图

图表：上海贝岭股份有限公司成长能力指标表

图表：上海贝岭股份有限公司经营能力指标表

图表：上海贝岭股份有限公司盈利能力指标表

图表：上海贝岭股份有限公司偿债能力指标表

图表：昂宝电子（上海）有限公司销售收入情况

图表：昂宝电子（上海）有限公司盈利指标情况

图表：昂宝电子（上海）有限公司盈利能力情况

图表：昂宝电子（上海）有限公司资产运行指标状况

图表：昂宝电子（上海）有限公司资产负债能力指标

图表：昂宝电子（上海）有限公司成本费用构成情况

图表：力通微电子（上海）有限公司销售收入情况

图表：力通微电子（上海）有限公司盈利指标情况

图表：力通微电子（上海）有限公司盈利能力情况

图表：力通微电子（上海）有限公司资产运行指标状况

图表：力通微电子（上海）有限公司资产负债能力指标

图表：力通微电子（上海）有限公司成本费用构成情况

图表：绍兴光大芯业微电子有限公司销售收入情况

图表：绍兴光大芯业微电子有限公司盈利指标情况

图表：绍兴光大芯业微电子有限公司盈利能力情况

图表：绍兴光大芯业微电子有限公司资产运行指标状况

图表：绍兴光大芯业微电子有限公司资产负债能力指标

图表：绍兴光大芯业微电子有限公司成本费用构成情况

图表：北京思旺电子技术有限公司销售收入情况

图表：北京思旺电子技术有限公司盈利指标情况

图表：北京思旺电子技术有限公司盈利能力情况

图表：北京思旺电子技术有限公司资产运行指标状况

图表：北京思旺电子技术有限公司资产负债能力指标

图表：北京思旺电子技术有限公司成本费用构成情况

图表：南通富士通微电子有限公司销售收入情况

图表：南通富士通微电子有限公司盈利指标情况

图表：南通富士通微电子有限公司盈利能力情况

图表：南通富士通微电子有限公司资产运行指标状况

图表：南通富士通微电子有限公司资产负债能力指标

图表：南通富士通微电子有限公司成本费用构成情况

图表：模拟产品行业市场预测

图表：略

更多目录见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitadianzi/5689756897.html>