

内容目录

第一章 前言	3
第二章 2023-2028 年电子设备制造市场前景及趋势预测	3
第一节 电子设备制造行业监管情况及主要政策法规	3
一、所处行业的基本情况	3
二、行业管理体制	4
三、行业的主要法律法规及产业政策	4
第二节 我国电子设备制造行业主要发展特征	6
一、进入行业的壁垒	6
(1) 技术壁垒	6
(2) 生产壁垒	7
(3) 客户资源壁垒	7
(4) 人才壁垒	7
二、行业的周期性、区域性、季节性特征	7
(1) 周期性特征	7
(2) 区域性特征	8
(3) 季节性特征	8
三、与上下游行业的关联	8
(1) 上游情况	8
(2) 下游情况	8
四、行业的利润情况分析	8
第三节 电子设备制造行业消费市场发展情况分析	9
一、教育市场概况	9
二、办公市场概况	10
三、消费类市场概况	14
四、网络设备市场概况	14
五、网络安全市场概况	15
六、零售类及其他市场概况	16
第四节 电子设备制造行业主要企业分析	17
一、教育办公类产品的主要企业	17
二、消费类产品的主要企业	17
三、网络设备产品的主要企业	18
四、网安设备产品主要企业	19
第五节 企业案例分析：智微智能	19
一、公司的行业地位	19
二、智微智能的竞争优势	19
三、智微智能所面临的挑战	24
第六节 2023-2028 年我国电子设备制造行业发展前景及趋势预测	24
一、下游行业应用领域日益多元化	24
二、发挥研发生产优势，提高价值链话语权	25
第七节 2023-2028 年我国电子设备制造行业面临的机遇与挑战	25

一、行业面临的机遇.....	25
(1) 国家不断出台政策支持，物联网硬件空间广阔.....	25
(2) 产业客户对物联网基础设施的需求明显，市场需求仍有较大潜力.....	26
(3) 生产上云、办公上云、教育上云等发展趋势愈发明显.....	26
二、行业面临的挑战.....	26
第三章 电子设备制造企业破局策略建议.....	26
第一节 逆市下的八大破局方法.....	26
一、重塑产品价值.....	27
二、创新推广策略.....	27
三、挖掘细分市场.....	27
四、打造项目爆点.....	28
五、重视新媒体推广.....	28
六、提升营销体验.....	28
七、更精准的拓客.....	29
八、更加灵活的价格策略.....	29
第二节 其他破局策略建议.....	30
一、转换经营模式，实现线上线下融合运营.....	30
二、打造粉丝经济，建立品牌流量池.....	30
三、多渠道开店落位和深耕.....	30
四、进行产品迭代，保持新鲜感.....	31
五、自建社群及配送体系，提高复购率.....	31
六、外卖场景化，套餐组合成为首选.....	32
七、推出会员运营，锁定客户复购高.....	33
八、小新品牌最佳时间筹备期的机会.....	33
九、短视频及自媒体活动推广.....	33
第四章 电子设备制造企业《破局策略》制定手册.....	34
第一节 动员与组织.....	34
一、动员.....	34
二、组织.....	35
第二节 学习与研究.....	35
一、学习方案.....	35
二、研究方案.....	36
第三节 制定前准备.....	37
一、制定原则.....	37
二、注意事项.....	38
三、有效战略的关键点.....	39
第四节 战略组成与制定流程.....	41
一、战略结构组成.....	41
二、战略制定流程.....	42
第五节 具体方案制定.....	43
一、具体方案制定.....	43
二、配套方案制定.....	45
第五章 电子设备制造企业《破局策略》实施手册.....	46
第一节 培训与实施准备.....	46

第二节 试运行与正式实施	46
一、试运行与正式实施	46
二、实施方案	47
第三节 构建执行与推进体系	47
第四节 增强实施保障能力	48
第五节 动态管理与完善	49
第六节 战略评估、考核与审计	49
第六章 总结：商业自是有胜算	50

第一章 前言

疫情持续三年来，不仅对经济社会发展造成巨大冲击，还深刻改变了人们的生活方式和习惯。传统模式备受打击，一些企业甚至面临生存危机，与此同时，行业也催生出一些新变化和新机遇。

那么，后疫情时代电子设备制造如何破局而出？

下面，我们先从电子设备制造行业市场进行分析，然后重点分析并解答以上问题。

相信通过本文全面深入的研究和解答，您对这些信息的了解与把控，将上升到一个新的台阶。这也将为您经营管理、战略部署、成功投资提供有力的决策参考价值，也为您抢占市场先机提供有力的保证。

第二章 2023-2028 年电子设备制造市场前景及趋势预测

第一节 电子设备制造行业监管情况及主要政策法规

一、所处行业的基本情况

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），电子设备制造所属行业为“C 制造业—计算机、通信和其他电子设备制造业”（分类代码：C39）。根据《国民经济行业分类标准》（GB/T4754-2017），电子设备制造所属行业为“C 制造业”，电子设备制造分属“C3911 计算机整机制造”、“C3912 计算机零部件制造”、“C3914 工业控制计算机及系统制造”和“C3915 信息安全设备制造”。

电子设备制造所属行业属于国家统计局 2018 年发布的《战略性新兴产业分类（2018）》（国家统计局令第 23 号）中“新一代信息技术产业”内的“新型计算机及信息终端设备制造”行业，是国家

家战略性新兴产业。

二、行业管理体制

电子设备制造所处行业行政主管部门包括发改委及工信部。其中，发改委主要负责制定行业政策，研究行业发展规划，指导行业结构调整，实施行业管理等工作；工信部则主要负责拟定、组织并实施行业规划、技术规范和标准，起草行业法律法规草案，制定行业规章，指导行业质量管理工作，推进产业结构战略性调整和优化升级。

三、行业的主要法律法规及产业政策

近年来，为促进本行业发展，我国颁布了一系列产业政策与行业政策，行业相关的行业政策与产业政策具体如下：

颁布时间	文件名称	颁布部门	主要内容
2021年8月	《关键信息基础设施安全保护条例》 (中华人民共和国国务院令 第745号)	国务院	关键信息基础设施安全保护坚持综合协调、分工负责、依法保护，强化和落实关键信息基础设施运营者主体责任，充分发挥政府及社会各方面的作用，共同保护关键信息基础设施安全。
2021年7月	《教育部等六部门关于推进教育新型基础设施建设构建高质量教育支撑体系的指导意见(教科信〔2021〕2号)》	教育部、网信办、发展改革委、工业和信息化部、财政部、人民银行	提升通用教室多媒体教学装备水平，支持互动反馈、高清直播录播等教学方式。部署学科专用教室、教学实验室，依托感知交互、仿真实验等装备，打造生动直观形象的新课堂。有条件的地方普及符合技术标准和学习需要的个人学习终端，支撑网络条件下个性化的教与学。支持建设满足教学和管理需求的视频交互系统，支撑居家学习和家校互动。
2021年6月	《数据安全法》	全国人大常委会	从数据安全制度、数据安全保护义务、政务数据安全与开放等角度对在境内开展数据活动,包括数据的收集、存储、加工、使用、提供、交易、公开等行为进行了规制。
2020年9月	《国务院办公厅关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》	国务院	建立健全“互联网+服务”、电子商务公共服务平台，加快社会服务在线对接、线上线下深度融合。有序发展在线教育，推广大规模在线开放课程等网络学习模式，推动各类

颁布时间	文件名称	颁布部门	主要内容
			数字教育资源共建共享。
2020年5月	《工业和信息化部办公厅关于深入推进移动物联网全面发展的通知（工信厅通信〔2020〕25号）》	工信部	提出加快移动物联网网络建设、加强移动物联网标准和技术研究、提升移动物联网应用广度和深度、构建高质量产业发展体系、建立健全移动物联网安全保障体系等5个方面11项具体任务，推动移动互联网产业全面、健康、快速发展。
2019年10月	《工业和信息化部关于加快培育共享制造新模式新业态促进制造业高质量发展的指导意见（工信部产业〔2019〕226号）》	工信部	推动新型基础设施建设。加强5G、人工智能、工业互联网、物联网等新型基础设施建设，支持平台企业积极应用云计算、大数据、物联网、人工智能等技术，发展智能报价、智能匹配、智能排产、智能监测等功能，不断提升共享制造全流程的智能化水平。
2019年2月	《加快推进教育现代化实施方案（2018—2022年）》	中共中央办公厅、国务院	大力推进教育信息化。着力构建基于信息技术的新型教育教学模式、教育服务供给方式以及教育治理新模式。促进信息技术与教育教学深度融合。
2019年2月	《中国教育现代化2035》	中共中央办公厅、国务院	加快信息化时代教育变革。建设智能化校园，统筹建设一体化智能化教学、管理与服务平台。创新教育服务业态，建立数字教育资源共建共享机制，完善利益分配机制、知识产权保护制度和新型教育服务监管制度。
2018年9月	《关于发展数字经济稳定并扩大就业的指导意见》（发改就业〔2018〕1363号）	国家发改委等19部委	着力发展壮大互联网、物联网、大数据、云计算、人工智能等信息技术产业，做大做强平台企业，在带动经济转型提质过程中创造更多更高质量的新兴就业创业增长点。
2018年8月	《扩大和升级信息消费三年行动计划（2018-2020年）》	工信部、国家发改委	推动面板企业与终端企业拓展互联网、物联网、人工智能等不同领域应用，在中高端消费领域培育新增长点，进一步扩大在线健康医疗、安防监控、智能家居等领域的应用范围。

2016年12月	《信息通信行业发展规划（2016-2020年）》	工信部	突破物联网、大数据、云计算技术瓶颈，关键技术基本实现安全可控。夯实互联网和物联网应用基础设施，强化面向服务的物联网传输体系架构、通信技术研究，加快窄带物联网技术应用。推动物联网应用纵深发展，加强针对云计算、物联网等新兴重点领域的网络安全防护。
2016年11月	《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》	国务院	发展一批原创能力强、具有国际影响力和品牌美誉度的行业排头兵企业，活力强劲、勇于开拓的中小企业持续涌现。中高端制造业、知识密集型服务业比重大幅提升，支撑产业迈向中高端水平。形成若干具有全球影响力的战略性新兴产业发展策源地和技术创新中心，打造百余个特色鲜明、创新能力强的新兴产业集群。

颁布时间	文件名称	颁布部门	主要内容
2016年9月	《智能硬件产业创新发展专项行动(2016-2018年)》	国家发改委、工信部	到2018年,我国智能硬件全球市场占有率超过30%,产业规模超过5,000亿元。在低功耗轻量级系统设计、低功耗广域智能物联、虚拟现实、智能人机交互、高性能运动与姿态控制等关键技术环节取得明显突破,培育一批行业领军上市企业。
2016年7月	《“十三五”国家科技创新规划》	国务院	开展物联网系统架构、信息物理系统感知和控制等基础理论研究,攻克智能硬件(硬件嵌入式智能)、物联网低功耗可信泛在接入等关键技术,构建物联网共性技术创新基础支撑平台,实现智能感知芯片、软件以及终端的产品化。
2016年7月	《国家信息化发展战略纲要》	中共中央办公厅、国务院	改善中小学信息化环境,推进信息化基础教育;完善教育信息基础设施和公共服务平台,推进优质数字教育资源共建共享和均衡配置,建立适应教育模式变革的网络学习空间,缩小区域、城乡、校际差距。
2016年5月	《国家创新驱动发展战略纲要》	中共中央办公厅、国务院	发展新一代信息网络技术,增强经济社会发展的信息化基础。加强类人智能、自然交互与虚拟现实、微电子与光电子等技术研究,推动宽带移动互联网、云计算、物联网、大数据、高性能计算、移动智能终端等技术研发和综合应用,加大集成电路、工业控制等自主软硬件产品和网络安全技术攻关和推广力度,为我国经济转型升级和维护国家网络安全提供保障。

第二节 我国电子设备制造行业主要发展特征

一、进入行业的壁垒

(1) 技术壁垒

电子设备制造商主要为下游品牌商提供硬件解决方案,不同的行业、行业内不同品牌商的最终产品所应用的具体场景有所不同,教育、办公、金融、零售以及工业控制等场景对硬件的功能、端口、稳定性的技术标准需求存在差异化,因此对电子设备制造商所提供的硬件也有着不同的需求。电子设备制造商需要根据下游品牌商所使用的软件 and 不同应用场景的相关要求进行开发相应产品,对电子设备制造商的研发能力也有着较高的要求。由于电子产品更新换代频率较高,电子设备制造商需要积累开发经验来提高研发响应准确性、及时性。因此,由产品开发经验和研发实力构成的研发壁垒成为行业新进入者的进入壁垒之一。

(2) 生产壁垒

行业内的知名品牌商在选择供应商时会考察供应商的供货能力，一方面要求供应商具备进行高良率的规模化生产的能力，另一方面，由于下游应用场景不同，所需软件适配需求不同，客户会要求供应商在既具备规模化生产能力的同时又能有高度的灵活性。

规模化生产能力要求企业拥有高机械化的生产线和具备较高的生产熟练度的生产工人。企业在进行生产前需要根据客户的订单进行较大规模的备货，企业生产规模越大，所需的芯片、内存、硬盘等高价电子元件原材料就越多，占用的流动资金也就越多。在近年来贸易摩擦及疫情影响下，为应对可能出现的原材料短缺情况，企业提前备货的比例可能也需要相应增加，对企业的现金储备量和资产周转能力也提出了较高的要求。因此，规模化生产所需的人工、资金等也成为进入行业的壁垒之一。

(3) 客户资源壁垒

电子设备制造所处的各细分市场的行业集中度较高，品牌客户对上游的需求较大，获取品牌客户大规模、稳定的订单有助于电子设备生产商进一步扩大经营规模、提高在行业内的知名度。由于相关产品的生产需要生产商和客户之间合作进行开发，因此客户对生产商有一定黏性。同时，品牌客户对供应商的供应能力、服务响应能力的要求较高。客户对供应商的供应能力、研发能力和服务响应能力要求会对新进入者提出较大挑战。

(4) 人才壁垒

电子设备制造所处的行业涉及多个技术领域，技术和研发人员不仅需要具备专业的软件或硬件技术，还需具有一定的软件开发、嵌入式硬件研发、软硬件结合、产品测试、生产制造及项目管理能力，同时还要对下游行业需求有深入的理解。这些对本行业的新进入者提出较高的人才要求，构成了本行业的人才壁垒。

二、行业的周期性、区域性、季节性特征

(1) 周期性特征

电子设备制造其需求主要由国内企业的信息化资本支出和政教部门的信息化预算推动，因此行业周期主要与企业的资本化支出周期及政府预算相关。

由于政教部门预算较少受经济周期的影响，本行业的周期性特征从短期看受限于企业经营情况和经济周期波动。企业业绩低迷时会相应减少总体资本化支出和信息化支出，而业绩较好时则会增加相应支出。长期看，信息化支出将会随着信息化所带来的便捷性和对生产要素的高效利用被广大用户逐渐认可而稳步增长。

（2）区域性特征

电子设备制造所处行业具有一定的区域性特征，主要体现在生产商集中在珠三角、长三角等沿海经济发达区。从产业链转移的角度看，电子设备生产制造从中国台湾、日韩等地区向大陆转移时，沿海地区在便捷性、开放程度等有一定优势，沉淀了较多生产商，使得目前的产业布局较多集中在上述地区。同时，行业下游品牌商较多位于珠三角、长三角等地区，为了减少沟通成本和交货成本，本行业内的生产商也更多选择与行业下游品牌商同一地区进行生产。

（3）季节性特征

电子设备制造所处行业具体的季节性特征取决于下游客户需求的周期性。总体看，各细分行业生产旺季主要围绕各细分行业每年新的电子产品的发布时间点。就公司所生产产品而言，主要为教育类产品的周期性较为明显，体现为下半年终端学校类客户进入采购旺季，带动公司下半年出货量上升。

三、与上下游行业的关联

（1）上游情况

电子设备制造所处行业的上游主要为芯片、PCB、内存、硬盘等用于生产的电子元器件生产商及部分结构件生产商。目前，芯片、内存、硬盘及其他零部件的国产化进程仍较为缓慢，供应来源仍主要依赖海外供应商进口。海外生产商生产经验丰富，产品稳定性相对较高，但易受到地缘政治和贸易摩擦等政治事件的影响。预计未来随着国内生产商技术和产品的不断成熟，国产替代进程将使得行业上游供应更加稳定。

（2）下游情况

电子设备制造所处行业的下游主要为各细分领域品牌商。受益于我国信息化进程的持续推进，对网络设备产品、网络安全产品及服务器等基础设施产品及 OPS、云桌面等产品的需求稳步增加。预计随着终端客户业绩的增长和政教系统的预算支出增长，下游品牌商将进一步发展。

四、行业的利润情况分析

电子设备制造所处行业利润情况受到上下游行业供需情况的影响，具体来看，下游细分市场的供需情况会影响电子设备制造商的收入端，而芯片、硬盘、内存及 PCB 等生产所需的电子原材料的价格波动及生产人工成本会对电子设备制造商的成本端产生重要影响。

从收入端来看，电子设备制造所处行业产品定制化程度高，品类丰富且应用广泛，不同类型产品的附加值可能存在较大差异。从影响因素来看，产品设计开发能力、生产成本管理水平、下游客户资源等是影响生产商利润水平的重要因素。未来随着应用领域的深化拓展和行业技术的进步成

熟，电子设备制造所处行业有望通过与下游终端领域实现进一步融合创新，进一步提高产品的定制化程度和技术含量，不断完善现有产品类型并推出新的产品，从而促进行业利润水平的整体上升。

从成本端看，生产产品所需的 CPU 仍主要由海外供应商供应。近年来，上述电子元器件受贸易摩擦及疫情影响，其供应情况和价格情况波动较大，受此影响，电子设备制造商的采购成本也会相应波动，使得行业利润水平出现波动。

第三节 电子设备制造行业消费市场发展情况分析

一、教育市场概况

(1) 国家政策的支持为教育信息化行业的发展提供了基础和保障

我国长期将教育现代化作为一项基本国策，以教育信息化为手段，推进教育公平化。2018 年 4 月，教育部印发《教育信息化 2.0 行动计划》，提出到 2022 年，我国要基本实现“三全两高一”的发展目标，即教学应用覆盖全体教师、学习应用覆盖全体适龄学生、数字校园建设覆盖全体学校，信息化应用水平和师生信息素养普遍提高，建成“互联网+教育”大平台，推动从教育专用资源向教育大资源转变、从提升师生信息技术应用能力向全面提升其信息素养转变、从融合应用向创新发展转变，努力构建“互联网+”条件下的人才培养模式、发展基于互联网的教育服务模式、探索信息时代教育治理新模式。2019 年 2 月，国务院印发《中国教育现代化 2035》、《加快推进教育现代化实施方案(2018-2022)》，提出要确保教育经费支出只增不减，并要求加快推进智慧教育创新发展。上述政策的出台和实施，为教育信息化行业的发展提供了动力。2020 年，新型冠状病毒肺炎疫情的爆发催生和改变了教育教学模式和学习方式，智慧教学、线上线下教学融合的新模式助推教育信息化高质量发展。2020 年 3 月，教育部印发《关于加强“三个课堂”应用的指导意见》，指导各地推进“专递课堂”“名师课堂”和“名校网络课堂”三个课堂应用，旨在利用教育信息化手段促进优质教学资源共享和教师专业发展。

(2) 智慧课堂是对教育信息化设备的多产品整合应用

《2018 年教育信息化和网络安全工作要点》中提出鼓励采取“同步课堂”、在线开放课程等方式，帮助缺乏师资的边远贫困地区学校利用信息化手段提高教学质量。“同步课堂”是通过具有同步信息传输、可视化、录播功能的音视频终端和采集设备，实现城市学校课堂与贫困地区学校课堂的实时授课互动的教学方式。“同步课堂”需要一套具有同步信息传输、可视化、录播功能的同步教室设备，包括智能交互平板、数据传输系统、录播主机、跟踪摄像机、音频处理器等交互显示和音视频采集设备。

智慧课堂将教育硬件、软件和多终端设备深度整合、对接，实现“互联网+教育”课堂的新型教

学模式。利用大数据分析和云计算等技术，对学情实时收集反馈完成从传统授课模式到即时互动教学模式转变。智慧课堂涉及智能交互平板、电子交互白板、电子书包、视频展台、录播系统等硬件。

智慧课堂主要场景



公司产品 OPS（开放式可插拔规范电脑模块）是一种经过整体布局的具有标准化接口的微型电脑，具有便于安装、使用和维护的特点，主要应用于智能交互平板、电子交互白板、电子黑板等，使该产品具有电脑的输入、使用及输出的功能，帮助课堂教学实现由点到面的创新突破，是智能化教学必备交互显示设备的重要组成部分。智慧课堂的建设为公司教育类产品提供了广阔的应用前景。

（3）我国教育信息化整体市场增长空间巨大

目前，我国财政性教育经费支出占国内生产总值的比例基本维持在 4% 以上。《教育信息化十年发展规划（2011-2020 年）》中明确教育信息化经费在各级政府教育经费中的比例不得低于 8%，再加上民间资本投入，我国教育信息化整体市场增长空间巨大，推动交互式电子平板及相关设备需求持续增长。

根据奥维云网数据，2020 年 1-9 月教育智能交互平板销售量达 102 万台，同比增长 8.7%，未来随着 5G、云计算等技术的发展，教育信息化装备将进一步升级，有助于推动教育信息化行业需求进一步增长。

二、办公市场概况

伴随互联网、大数据、云计算等技术发展，中国远程办公行业获得快速发展。2020 年初新型冠状病毒肺炎疫情爆发，远程办公市场需求快速增长。根据 IDC 发布的《2020 年 IDC 中国视频会议与协作市场跟踪报告》，2020 全年，中国视频会议市场规模达到 9.5 亿美元（约合 65.2 亿元人民币），市场规模较同比上涨 18.9%。其中，硬件视频会议市场同比增长 15.3%，达到 6.9 亿美元（约合 47.4 亿元人民币）；云会议市场同比增长 29.4%，达到 2.6 亿美元（约合 18.0 亿元人民币）。IDC 预测，中国视频会议市场规模在 2024 年将超过 100 亿元人民币，云会议市场占比将近

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/546023045055010140>