

2016-2022年中国彩电行业 分析及趋势预测分析报告

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

《2016-2022年中国彩电行业分析及趋势预测分析报告》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/qtzzh1601/O62853D0AJ.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】2016-01-13

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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

2014年，在国家一系列政策密集出台的环境下，在国内市场强劲需求的推动下，我国彩色电视机产业整体保持平稳较快增长。随着产业投入加大、技术突破与规模积累，在可以预见的未来，开始迎来发展的加速期。

中国彩电产量及增长情况分析

2014年我国彩电产量15541.94万台，比2013年同比增长10.8%。我国彩电产量整体呈上升趋势，其中彩电产量在2012年增速达到最高点，同比增长12.3%，而相比2012年的旺季，2013年的产量则显得冷淡的多，其产量同比微增0.4%，而2014年随着智能家居行业的迅速崛起，彩电市场又出现较为明显的增长，预计后期我国彩电市场仍有较大利好空间。

中国彩电分省产量数据统计分析			地区	产量（台）	占比	
全国	155419431		广东省	70398867	45.30%	山
东省	17842400	11.48%	江苏省	15225200	9.80%	
四川省	10277153	6.61%	福建省	14749266	9.49%	
安徽省	6022332	3.87%	浙江省	4568926	2.94%	
内蒙古	3497783	2.25%	天津市	2792044	1.80%	
上海市	1552849	1.00%	辽宁省	3381535	2.18%	
北京市	1936049	1.25%	贵州省	1156847	0.74%	
广西	926191	0.60%	湖南省	239503	0.15%	
江西省	195745	0.13%	湖北省	362218	0.23%	
河南省	294523	0.19%				

报告目录：

第一章彩电行业发展概述

第一节 彩电定义及分类

一、彩电的定义

二、彩电的种类

三、彩电更换周期

第二节 彩电主要产品特性

- 一、超平彩电
- 二、纯平彩电
- 三、液晶电视
- 四、投影电视
- 五、等离子电视
- 六、数字化电视

第三节 彩电产业链分析

- 一、行业经济特性
- 二、产业链结构分析
- 三、行业发展周期分析

第二章 全球彩电市场发展分析

第一节 2013-2015年全球彩电市场分析

- 一、全球彩电市场现状分析
- 二、主要国家彩电市场现状
- 三、全球彩电行业格局分析
- 四、全球彩电市场格局分析

第二节 2013-2015年全球彩电细分市场分析

- 一、全球LCD彩电市场现状分析
- 二、全球平板彩电市场现状分析
- 三、全球3D彩电市场现状分析
- 四、全球等离子电视市场现状分析
- 五、全球CRT彩电产业发展情况

第三节 主要国家地区彩电市场分析

- 一、美国彩电市场分析
- 二、欧洲彩电市场分析
- 三、日本彩电市场分析
- 四、韩国彩电市场分析
- 五、其他国家彩电市场

第三章 中国彩电行业发展现状

第一节 中国彩电行业发展现状

一、彩电行业品牌发展现状

二、彩电行业消费市场现状

三、彩电市场消费特点分析

四、中国彩电市场走向分析

第二节 2013-2015年彩电业发展情况分析

一、彩电行业发展情况分析

二、彩电行业发展情况分析

三、彩电行业发展情况分析

第三节 2013-2015年全国彩电市场分析

一、全国彩电市场规模分析

二、全国彩电市场变化趋势

三、彩电市场销量情况分析

四、中国彩电市场销量分析

第四节 2013-2015年彩电行业运行分析

一、彩电企业数量增长分析

二、彩电销售规模增长分析

三、彩电行业利润情况分析

第五节 对中国彩电市场的分析及思考

一、彩电市场特点

二、彩电市场分析

三、彩电市场变化的方向

四、中国彩电产业问题分析

五、中国彩电产业三大猜想

第四章彩电行业经济运行分析

第一节 2013-2015年彩电产量分析

一、彩电产量分析

二、彩电主要产品产量分析

第二节 2013-2015年彩电行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第三节 2013-2015年中国彩电行业绩效分析

- 一、行业规模情况
- 二、行业盈利能力
- 三、行业经营发展能力
- 四、行业偿债能力分析

第四节 2013-2015年中国彩电所属行业成本费用分析

- 一、销售成本分析
- 二、主要费用分析

第五章 2013-2015年中国彩电进出口状况分析

第一节 2013-2015年中国彩电进口分析

- 一、中国彩电进口总量分析
- 二、中国彩电进口结构分析

第二节 2013-2015年中国彩电出口分析

- 一、中国彩电出口总量分析
- 二、中国彩电出口结构分析

第三节 2013-2015年中国彩电进出口均价分析

第四节 2013-2015年中国彩电进出口流向分析

- 一、中国彩电进口来源地情况
- 二、中国彩电出口目的地情况

第五节 2013-2015年中国彩电进出口省市分析

- 一、中国彩电进口省市情况
- 二、中国彩电出口省市情况

第六节 2013-2015年中国彩电进出口影响因素分析

第六章 2013-2015年中国彩电细分市场发展分析

第一节 CRT彩电市场分析

- 一、CRT彩电市场发展历程回顾
- 二、CRT彩电发展现状分析
- 三、CRT彩电市场规模分析
- 四、CRT彩电行业竞争格局
- 五、2016-2022年CRT彩电发展趋势

第二节 平板电视市场分析

- 一、平板电视行业发展现状
- 二、平板电视市场需求分析
- 三、平板电视市场规模分析
- 四、平板电视竞争格局分析
- 五、2016-2022年平板电视发展趋势

第三节 液晶电视市场分析

- 一、液晶电视市场发展分析
- 二、液晶电视市场结构分析
- 三、液晶电视市场规模分析
- 四、液晶电视竞争格局分析
- 五、2016-2022年液晶电视发展趋势

第四节 等离子电视市场分析

- 一、等离子电视行业发展现状
- 二、等离子电视市场结构分析
- 三、等离子电视市场规模分析
- 四、等离子电视市场竞争格局
- 五、2016-2022年等离子电视发展趋势

第五节 3D电视市场分析

- 一、3D电视市场发展现状
- 二、3D电视市场需求分析
- 三、3D电视市场规模分析
- 四、3D电视竞争格局分析
- 五、2016-2022年3D电视发展趋势

第六节 智能电视市场分析

- 一、智能电视市场发展现状
- 二、智能电视市场需求情况
- 三、智能电视市场规模分析
- 四、智能电视竞争格局分析
- 五、2016-2022年智能电视发展趋势

第七章 2013-2015年中国彩电区域市场情况分析

第一节 华北地区

- 一、华北地区彩电行业的发展概述
- 二、华北地区彩电行业的产量分析
- 三、华北地区彩电行业的销售规模
- 四、华北地区彩电行业保有量统计
- 五、华北地区彩电行业的利润情况

第二节 东北地区

- 一、东北地区彩电行业的发展概述
- 二、东北地区彩电行业的产量分析
- 三、东北地区彩电行业的销售规模
- 四、东北地区彩电行业保有量统计
- 五、东北地区彩电行业的利润情况

第三节 华东地区

- 一、华东地区彩电行业的发展概述
- 二、华东地区彩电行业的产量分析
- 三、华东地区彩电行业的销售规模
- 四、华东地区彩电行业保有量统计
- 五、华东地区彩电行业的利润情况

第四节 华南地区

- 一、华南地区彩电行业的发展概述
- 二、华南地区彩电行业的产量分析
- 三、华南地区彩电行业的销售规模
- 四、华南地区彩电行业保有量统计
- 五、华南地区彩电行业的利润情况

第五节 华中地区

- 一、华中地区彩电行业的发展概述
- 二、华中地区彩电行业的产量分析
- 三、华中地区彩电行业的销售规模
- 四、华中地区彩电行业保有量统计
- 五、华中地区彩电行业的利润情况

第六节 西南地区

- 一、西南地区彩电行业的发展概述

二、西南地区彩电行业的产量分析

三、西南地区彩电行业的销售规模

四、西南地区彩电行业保有量统计

五、西南地区彩电行业的利润情况

第七节 西北地区

一、西北地区彩电行业的发展概述

二、西北地区彩电行业的产量分析

三、西北地区彩电行业的销售规模

四、西北地区彩电行业保有量统计

五、西北地区彩电行业的利润情况

第八章中国彩电行业消费市场分析

第一节 中国消费者特征分析

一、不同性别消费者心理特征分析

二、不同年龄消费者心理特征分析

三、消费者信心指数分析

第二节 彩电行业产品目标客户群体调查

一、消费者的年龄结构

二、消费者的职业构成

三、消费者的需求偏好

第三节 彩电市场消费需求分析

一、消费者对产品尺寸关注度

二、消费者对彩电的关注变化

三、消费者产品功能需求分析

第四节 彩电消费市场状况分析

一、彩电行业消费特点分析

二、产品消费市场发展趋势

三、新型产品市场状况分析

四、消费者购买频率调查

第五节 消费者购买因素分析

一、消费者价格敏感程度

二、消费者购买新品原因

三、消费者购买影响因素

四、消费者购买渠道分析

五、消费者了解产品方式

六、高端消费者购买预算

第六节 彩电行业产品的品牌市场运营状况分析

一、消费者对行业品牌关注度调查

二、行业主流品牌的市场情况调查

三、消费者行业高端品牌认知调查

四、消费者对国内外品牌选择倾向

五、消费者对行业品牌的认知渠道

六、高端消费者产品购买倾向调查

第九章 彩电行业营销策略分析

第一节 彩电行业营销策略分析

一、彩电厂家经销渠道策略分析

二、面对专利费、反倾销的策略

第二节 中国彩电企业营销策略及战略创新

一、企业战略概念

二、中国彩电企业营销策略分析

第三节 彩电行业发展模式分析

一、彩电整机厂新模式分析

二、彩电的创新模式

三、彩电行业4C融合下的运营新模式

第四节 中外彩电战略分析

一、洋品牌彩电中国战略大调整

二、国产彩电尚需掌握核心技术

第十章 2013-2015年中国彩电行业竞争格局分析

第一节 彩电行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、资产集中度分析

二、销售集中度分析

三、利润集中度分析

第三节 中国彩电行业SWOT分析

一、彩电行业竞争优势分析

二、彩电行业竞争劣势分析

三、彩电行业竞争机会分析

四、彩电行业竞争威胁分析

第四节 2013-2015年彩电行业竞争格局分析

一、中国彩电市场外资竞争分析

二、中国彩电市场竞争分析

三、中国主要彩电企业竞争格局

四、2016-2022年中国主要彩电企业动向

第十一章 彩电企业竞争策略分析

第一节 彩电市场竞争策略分析

一、彩电市场增长潜力分析

二、彩电主要潜力品种分析

三、中国彩电领导企业竞争策略

第二节 领先者市场竞争策略

一、维护高质量形象

二、扩大市场需求总量

三、保护市场份额

四、扩大市场份额

第三节 挑战者市场竞争策略

一、正面进攻

二、侧翼攻击

三、包围进攻

四、迂回攻击

五、游击战

第四节 追随者的市场竞争策略

一、紧密追随策略

二、距离追随策略

三、选择追随策略

第五节 补缺者的市场竞争策略

一、市场补缺者的特征

二、市场补缺者的策略

第十二章 2013-2015年重点彩电企业竞争分析

第一节 长虹

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第二节 康佳集团

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第三节 TCL

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第四节 海信

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第五节 海尔集团

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第六节 厦华电子

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第七节 创维

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第八节 三星

一、企业基本情况

二、企业主要产品介绍

三、企业经营情况分析

第九节 松下

一、企业基本情况

二、企业主要产品介绍

三、企业经营情况分析

第十节 索尼

一、企业基本情况

二、企业主要产品介绍

三、企业经营情况分析

第十三章 2016-2022年中国彩电行业发展趋势分析

第一节 中国彩电行业前景与机遇分析

一、经济政策带来机遇分析

二、三屏合一带来机遇分析

三、三网融合带来机遇分析

第二节 2016-2022年中国彩电市场趋势分析

一、2016-2022年彩电产业链发展趋势

二、2016-2022年行业商业模式发展趋势

三、2016-2022年彩电行业渠道发展趋势

四、2016-2022年彩电行业品牌发展趋势

五、2016-2022年全球地位发展趋势分析

第十四章 未来彩电行业发展预测

第一节 未来彩电需求与消费预测

一、2016-2022年彩电产品消费预测

二、2016-2022年彩电行业销售收入预测

三、2016-2022年彩电行业销售产值预测

四、2016-2022年彩电行业利润总额预测

五、2016-2022年彩电行业总资产预测

第二节 2016-2022年中国彩电行业供需预测

一、2016-2022年中国彩电供给预测

二、2016-2022年中国城镇居民彩电拥有量

三、2016-2022年中国农村居民彩电拥有量

四、2016-2022年中国彩电供需平衡预测

五、2016-2022年中国彩电产品价格预测

六、2016-2022年中国彩电产品进出口预测

第章 2013-2015年彩电行业投资现状分析

第一节 2013-2015年彩电行业投资情况分析

一、总体投资及结构

二、投资规模情况

三、建设规模情况

四、分性质投资分析

五、分资金来源投资分析

第二节 2013-2015年彩电行业投资动态分析

一、厦华造最大平板彩电基地

二、节省成本LG整合电视产线

三、海信彩电完善智能化产品线

四、康佳建中国最大液晶模组基地

五、友达与TCL及海尔合资设立后段模块厂

第十六章 2013-2015年彩电行业投资环境分析

第一节 2013-2015年中国宏观经济发展环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、全社会固定资产投资分析

四、社会消费品零售总额分析

五、城乡居民收入与消费分析

六、对外贸易的发展形势分析

第二节 政策法规环境分析

一、家电下乡政策解读

二、关于鼓励数字电视产业发展的若干政策

三、数字电视与数字家庭产业规划

第三节 技术发展环境分析

一、国内彩电技术现状

二、彩电技术发展分析

三、2016-2022年彩电技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

一、人口环境分析

二、科技环境分析

三、中国城镇化率

四、居民彩电拥有量

第五节 电子信息产业振兴规划

一、电子信息产业振兴规划概述

二、电子信息产业振兴规划目标

三、电子信息产业振兴规划主要任务

四、电子信息产业振兴规划主要工程

五、电子信息产业振兴规划主要措施

六、电子信息产业振兴规划的意义与作用

七、电子信息产业振兴规划对彩电行业的影响

第十七章 2016-2022年彩电行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、中国家电业景气指数

二、中国彩电出口景气指数

第二节 彩电行业投资壁垒分析

一、规模经济壁垒

二、必要资本量壁垒

三、产品差异化壁垒

四、退出壁垒

第三节 彩电行业投资效益分析

一、2016-2022年中国彩电行业毛利率分析

二、2016-2022年彩电行业成本费用利润率

三、2016-2022年彩电行业销售利润率分析

四、2016-2022年彩电行业资产利润率分析

第四节 影响彩电行业发展的主要因素

一、2016-2022年影响彩电行业运行的有利因素分析

二、2016-2022年影响彩电行业运行的稳定因素分析

三、2016-2022年影响彩电行业运行的不利因素分析

四、2016-2022年中国彩电行业发展面临的挑战分析

五、2016-2022年中国彩电行业发展面临的机遇分析

第五节 彩电行业投资前景及控制策略分析

一、2016-2022年彩电行业市场风险及控制策略

二、2016-2022年彩电行业政策风险及控制策略

三、2016-2022年彩电行业出口风险及控制策略

四、2016-2022年彩电行业技术风险及控制策略

第十八章 彩电行业投资规划建议研究

第一节 彩电行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业政策规划

六、竞争战略规划

第二节 对中国彩电品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、彩电实施品牌战略的意义

三、彩电企业品牌的现状分析

四、中国彩电企业的品牌战略

五、彩电品牌战略管理的策略

第三节 彩电企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、人力资源

六、财务管理

七、国际化策略

第四节 彩电行业投资规划建议研究

一、家电行业投资规划建议

二、彩电行业投资规划建议

三、2016-2022年彩电行业投资规划建议

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/qtzzh1601/O62853D0AJ.html>