

2020年中国电视机行业分析报告- 行业现状调查与发展趋势研究

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《2020年中国电视机行业分析报告-行业现状调查与发展趋势研究》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/dianshi/431076431076.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

根据报道消息，TCL电子控股有限公司于2020年1月16日发布了2019年第四季度以及全年累计电视机销售量数据。数据显示，TCL电子2019全年累计电视机销售量3200万台，增长12%；全年品牌电视机整体销售量较去年同期增长17%。其中智能电视机同比增长19%，占整体品牌电视机的85%；4K电视机同比增长31%，占整体品牌电视机的51%。全年量子点电视机销量同比增长66%，主要增长来源于海外市场。

从海外市场来看，2019年全年TCL电子控股有限公司继续保持稳定发展态势，其中在海外品牌电视机销量占65%以上。其中北美市场持续巩固领先优势，全年品牌电视机销量同比维持双位数增长达14%；前三季度，TCL品牌电视机在美国销售量市占率稳居前二。欧洲市场保持快速增长势头，2019全年品牌电视机销售量同比增长35%；其中，西班牙、英国和意大利全年同比增幅最为明显，分别高达264%、262%和203%。新兴市场方面，持续拓展销售渠道。数据显示，2019年全年品牌电视机销售量同比增长41%，其中快速增长区域包括印度、阿根廷、澳大利亚和俄罗斯，全年同比增幅分别达151%、121%、79%和46%。

参考观研天下发布《2020年中国电视机市场分析报告-行业深度调研与发展趋势研究》
2019年TCL电子海外各市场销售量增速情况 数据来源：公司公告

互联网业务方面，通过深化与海外互联网巨头的合作，大力发展互联网业务。2019年全年TCL电子累计通过欢网运营的激活新用户数量为1,043万，同比增25%；历史累计总用户量超4,000万,达到了4,234万，同比增长33%；日均活跃用户数量跃升至2,079万，同比增36%。

在新技术的推动下，电视机经过不断的发展，从电子机械式电视、到黑白电视、再到彩色电视，然后再到现在的智能电视。近年来随着社会的发展、居民收入的增长，我国电视机得到快速的发展。

电视机发展历程

电子机械式电视

1924年，英国发明家约翰洛奇贝尔德发明了世界上第一台电视机-机械电视。使用“尼普柯夫圆盘”的原理，一个个小孔，随着圆盘的转动，将一些快速出现的静态画面形成连续的轨迹。

。

阴极射线管（CRT）电视

1933年，俄裔美国科学家兹沃里金研制成功可供电视摄像用的摄像管和显像管，完成了使电视摄像与显像完全电子化的过程。后来美国无线电公司（RCA）花了四百万美元进行了改进和完善工作，电视才成为实用的家用电器。

彩色显像管（CPT）电视

1951年，美国H洛发明三枪荫罩式彩色显像管，彩色显像管原理。洛伦斯发明单枪式彩色显

像管。1954年美国得克萨斯仪器公司研制出第一台全晶体管电视接收机。1966年美国无线电公司研制出集成电路电视机。

等离子（PlasmaDisplayPanel）电视

1964年首台等离子显示屏诞生，是由美国伊利诺伊大学的DonaldBitzer教授、H.GeneSlotto w教授和研究生RobertWillson在前人的基础上发明的。他们是通过在两张超薄玻璃板之间，矩阵模式的密封空间注入惰性气体，并施加高压后，使气体第6期现代信息科技发生等离子体放电产生紫外光，激发R、G、B三原色荧光粉发光。每一个像素都是一个主动发光单元，在发光单元内部实现256级灰度后再进行混色，最终显示出丰富的色彩。

液晶LCD（LiquidCrystalDisplay）电视

1981年日本索尼SONY公司研制出袖珍黑白电视机。夏普SHARP公司在液晶领域的开拓和创新，使其有“液晶之父”的美誉。在两张玻璃中间加入一种介于固态和液态之间叫液晶的物质，玻璃间加上电压后，可以控制分子的排列变化及曲折变化，从而控制穿过玻璃的光线多少，达到再现画面的目的。

有机发光二极管（OrganicLight-EmittingDiode）电视

由出生于香港的美籍华裔教授邓青云（ChingW.Tang）在实验室发现这种有机聚合物，并将其作为发光二极管中的半导体材料，由此展开了对OLED的研究。每个OLED显示单元都对应有一个薄膜晶体管（TFT）。在TFT的驱动下能受控制地使夹在中间的有机材料发光。由行列地址选中的单元就会主动发出三种不同颜色的光，显示出图像。资料来源：互联网

目前我国彩电市场依旧不乐观，但其中智能电视市场份额呈现稳步增长态势。数据显示，2019年我国彩电零售量为4772万台，同比下降2.0%；零售额1为340亿元，同比下降11.2%。预计到，2020年中国彩电市场零售量规模将进一步收缩，全年零售量4613万台，同比下降3.3%；零售额1262亿元，同比下降5.8%，市场竞争将更加白热化；而智能电视市场渗透率将达到90%以上。

2015-2020年我国彩电零售量情况 数据来源：奥维云网

2015-2020年我国彩电零售额情况 数据来源：奥维云网ww

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国电视机行业分析报告-行业现状调查与发展趋势研究》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国电视机行业发展概述

第一节 电视机行业发展情况概述

- 一、电视机行业相关定义
- 二、电视机行业基本情况介绍
- 三、电视机行业发展特点分析

第二节 中国电视机行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、电视机行业产业链条分析
- 三、中国电视机行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国电视机行业生命周期分析

- 一、电视机行业生命周期理论概述

二、电视机行业所属的生命周期分析

第四节 电视机行业经济指标分析

- 一、电视机行业的赢利性分析
- 二、电视机行业的经济周期分析
- 三、电视机行业附加值的提升空间分析

第五节 中国电视机行业进入壁垒分析

- 一、电视机行业资金壁垒分析
- 二、电视机行业技术壁垒分析
- 三、电视机行业人才壁垒分析
- 四、电视机行业品牌壁垒分析
- 五、电视机行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球电视机行业市场发展现状分析

第一节 全球电视机行业发展历程回顾

第二节 全球电视机行业市场区域分布情况

第三节 亚洲电视机行业地区市场分析

- 一、亚洲电视机行业市场现状分析
- 二、亚洲电视机行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲电视机行业市场前景分析

第四节 北美电视机行业地区市场分析

- 一、北美电视机行业市场现状分析
- 二、北美电视机行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美电视机行业市场前景分析

第五节 欧盟电视机行业地区市场分析

- 一、欧盟电视机行业市场现状分析
- 二、欧盟电视机行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟电视机行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界电视机行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球电视机行业市场规模预测

第三章 中国电视机产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品电视机总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国电视机行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国电视机产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国电视机行业运行情况

第一节 中国电视机行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国电视机行业市场规模分析

第三节 中国电视机行业供应情况分析

第四节 中国电视机行业需求情况分析

第五节 中国电视机行业供需平衡分析

第六节 中国电视机行业发展趋势分析

第五章 中国电视机所属行业运行数据监测

第一节 中国电视机所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国电视机所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国电视机所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国电视机市场格局分析

第一节 中国电视机行业竞争现状分析

- 一、中国电视机行业竞争情况分析
- 二、中国电视机行业主要品牌分析

第二节 中国电视机行业集中度分析

- 一、中国电视机行业市场集中度分析
- 二、中国电视机行业企业集中度分析

第三节 中国电视机行业存在的问题

第四节 中国电视机行业解决问题的策略分析

第五节 中国电视机行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国电视机行业需求特点与动态分析

第一节 中国电视机行业消费市场动态情况

第二节 中国电视机行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 电视机行业成本分析

第四节 电视机行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国电视机行业价格现状分析

第六节 中国电视机行业平均价格走势预测

- 一、中国电视机行业价格影响因素
- 二、中国电视机行业平均价格走势预测
- 三、中国电视机行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国电视机行业区域市场现状分析

第一节 中国电视机行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区电视机市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区电视机市场规模分析
- 四、华东地区电视机市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区电视机市场规模分析
- 四、华中地区电视机市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区电视机市场规模分析
- 四、华南地区电视机市场规模预测

第九章 2017-2020年中国电视机行业竞争情况

第一节 中国电视机行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 中国电视机行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国电视机行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 电视机行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国电视机行业发展前景分析与预测

第一节 中国电视机行业未来发展前景分析

一、电视机行业国内投资环境分析

二、中国电视机行业市场机会分析

三、中国电视机行业投资增速预测

第二节 中国电视机行业未来发展趋势预测

第三节 中国电视机行业市场发展预测

一、中国电视机行业市场规模预测

二、中国电视机行业市场规模增速预测

三、中国电视机行业产值规模预测

四、中国电视机行业产值增速预测

五、中国电视机行业供需情况预测

第四节 中国电视机行业盈利走势预测

一、中国电视机行业毛利润同比增速预测

二、中国电视机行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国电视机行业投资风险与营销分析

第一节 电视机行业投资风险分析

一、电视机行业政策风险分析

二、电视机行业技术风险分析

三、电视机行业竞争风险

四、电视机行业其他风险分析

第二节 电视机行业企业经营发展分析及建议

一、电视机行业经营模式

二、电视机行业销售模式

三、电视机行业创新方向

第三节 电视机行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国电视机行业发展战略及规划建议

第一节 中国电视机行业品牌战略分析

一、电视机企业品牌的重要性

二、电视机企业实施品牌战略的意义

三、电视机企业品牌的现状分析

四、电视机企业的品牌战略

五、电视机品牌战略管理的策略

第二节 中国电视机行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国电视机行业战略综合规划分析

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、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国电视机行业发展策略及投资建议

第一节 中国电视机行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国电视机行业定价策略分析

第三节 中国电视机行业营销渠道策略

一、电视机行业渠道选择策略

二、电视机行业营销策略

第四节 中国电视机行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国电视机行业重点投资区域分析

二、中国电视机行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianshi/431076431076.html>