

2017-2022年中国液晶电视行业市场发展现状及十三五盈利前景预测报告

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《2017-2022年中国液晶电视行业市场发展现状及十三五盈利前景预测报告》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/dianshi/278869278869.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

目前全球液晶电视出货量相对稳定，出货量在2.1亿左右。2015年全球液晶电视出货量为2.15亿台，同2014年相比下降了0.6%，成为继2013年后，再一次呈现液晶电视年度出货负增长的一年。预计2016年液晶电视出货为2.22亿台，年增长率3.3%。液晶电视平均尺寸逐年增加拉动光学薄膜需求。据统计2014年液晶电视平均尺寸为40.5吋，预计2015年平均尺寸达到41.4吋。

近年全球液晶电视出货量

近年液晶电视尺寸变化

2016年1-6月中国液晶电视机出口数量为3,433万台，同比增长18.2%；2016年1-6月中国液晶电视机出口金额为4,956,662千美元，同比下降6.7%。

2016年1-6月中国液晶电视机出口量统计表

根据全球液晶电视出货量及液晶电视平均尺寸测算，2015年液晶面板光学薄膜需求量将达到15.07亿平方米，按照20%的成本计算（40吋液晶电视单价2000元），2015年液晶面板所需光学薄膜产值将达到860亿元。此外，触摸屏需要2-3片光学膜，OLED技术在柔性显示应用中也需要水汽阻隔膜和微结构增亮膜两种膜产品，综合以上驱动因素，光学膜的市场规模已经超过1000亿元。

液晶面板光学薄膜需求量

液晶面板所需光学薄膜产值

中国报告网发布的《2017-2022年中国液晶电视行业市场发展现状及十三五盈利前景预测报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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。

第一章液晶电视相关概述

1.1液晶的发展历程

1.1.1液晶的发现

1.1.2液晶发展过程

1.1.3液晶主要技术发展过程

1.2液晶电视的介绍

1.2.1液晶电视定义及特点

1.2.2液晶电视屏幕种类及格式

1.2.3液晶电视主要性能指标

1.2.4液晶电视相关术语介绍

1.2.5液晶电视的优缺点

1.3液晶电视显示器的介绍

1.3.1液晶电视的显示原理

1.3.2液晶显示器简述

1.3.3液晶显示器的分类

1.3.4TFT液晶显示器的原理

第二章2014-2016年中国平板电视市场综合分析

2.1国际平板电视市场状况

2.1.1全球平板电视日韩市场份额扩大

2.1.2全球平板电视市场销售状况分析

2.1.3全球平板电视机市场取得良好成绩

2.1.42016年全球平板电视出货量增速分析

2.2中国平板电视市场发展分析

2.2.1中国平板电视行业发展回顾

2.2.2我国平板电视市场现状综述

2.2.3中国平板电视行业竞争结构分析

2.2.4我国平板电视国产品牌迅速崛起

2.32014-2016年中国平板电视市场分析

2.3.12016年中国平板电视市场关注度分析

2.3.22016年我国平板电视行业高速增长

2.3.32016年中国平板电视产业加速普及

2.3.42016年我国平板电视市场保持低速平稳增长

2.4中国平板电视行业相关政策动态

2.4.1我国平板电视节能补贴政策正式实施

2.4.2我国首部《平板电视组件名词术语规范》颁布

2.4.3我国正式公布平板电视三包细则

2.5中国平板电视市场发展问题分析

2.5.1中国平板电视的行业壁垒

2.5.2中国平板电视节能发展存在的问题

2.5.3企业忽视平板电视可靠性

2.6中国平板电视的发展策略

2.6.1基于市场调查平板电视行业发展策略总结

2.6.2发展环保技术助平板电视产业走“绿色”之道

2.6.3市场竞争提升平板电视技术水平

第三章液晶电视市场分析

3.1全球液晶电视市场解析

3.1.1全球液晶电视市场发展总况

3.1.22016年全球液晶电视价格最新动态

3.1.3日本液晶电视市场浅析

3.1.4印度液晶电视市场发展态势良好

3.2中国液晶电视市场发展综述

3.2.1中国液晶电视市场发展综合分析

3.2.2中国液晶电视市场发展的特点

3.2.3中国液晶电视市场SWOT分析

3.32014-2016年中国液晶电视市场的发展

3.3.12016年中国液晶电视产业发展多角度分析

3.3.22016年中国液晶电视市场分析

3.3.32016年中国成为全球最大液晶电视市场

3.3.42016年我国液晶电视市场概况

3.42014-2016年中国液晶电视产量数据分析

3.4.12014-2016年中国液晶电视产量数据分析

3.4.22016年中国液晶电视产量数据分析

3.4.32016年中国液晶电视产量增长性分析

3.5LED背光液晶电视的发展状况

3.5.1中国LED背光液晶电视快速增长

3.5.2我国LED背光液晶电视发展存在的瓶颈

3.5.3我国LED背光液晶电视发展的途径

3.6中国液晶电视区域市场剖析

3.6.1四川

3.6.2惠州

3.6.3台州

3.6.4烟台

3.7中国液晶电视市场竞争分析

3.7.1中国液晶电视市场中外品牌竞争白热化

3.7.2液晶电视二线品牌加速淘汰

3.7.3技术是液晶电视的竞争核心

3.8中国液晶电视显示技术发展分析

3.8.1中国液晶电视技术发展总况

3.8.22016年中国液晶电视显示技术全面提升

3.8.32016年中国液晶电视显示技术大放异彩

3.8.42016年中国液晶电视显示技术进入全高清时代

3.8.52016年中国液晶电视显示技术进入超薄3D时代

3.8.62016年中国液晶电视显示技术进入平稳期

3.9液晶电视市场及主要生产企业发展策略分析

3.9.1我国液晶电视市场摆脱销售瓶颈的建议

3.9.2我国液晶电视企业的4C营销策略探析

3.9.3索尼液晶电视产品及价格策略

3.9.4三星液晶电视产品及价格策略

3.9.5创维液晶电视价格策略分析

第四章2014-2016年中国液晶电视价格分析

4.12016年中国液晶电视价格走势

4.1.12016年中国液晶电视整体市场价格走势

4.1.22016年中国液晶电视市场均价走势

4.1.32016年中国液晶电视主流品牌均价对比

4.22016年中国液晶电视价格分析

4.2.12016年液晶电视市场价格运行综述

4.2.22016年液晶电视市场价格段分布状况

4.2.32016年液晶电视价格比例与产品数量对比分析

4.32016年中国液晶电视价格分析

4.3.12016年中国液晶电视产品价格走势分析

4.3.22016年我国液晶电视不同价位段产品关注份额

4.3.32016年中国液晶电视产品价格走势分析

4.3.42016年我国液晶电视不同价位段产品关注份额

4.42016年中国液晶电视价格分析

4.4.12015年我国液晶电视不同价位段产品关注份额

4.4.22016年我国液晶电视不同价位段产品关注份额

第五章2014-2016年液晶电视市场关注度分析

5.12016年中国液晶电视市场关注度分析

5.1.12016年液晶电视整体市场关注度对比分析

5.1.22016年液晶电视品牌关注度分析

5.1.32016年不同性能液晶电视关注度对比分析

5.1.42016年区域市场液晶电视关注度分析

5.1.52016年液晶电视品牌竞争关注度分析

5.22016年中国液晶电视市场关注度分析

5.2.12016年液晶电视品牌关注度分析

5.2.22016年液晶电视市场产品关注度分析

5.2.32016年液晶电视市场主流品牌关注度走势

5.2.42016年液晶电视市场主流品牌竞争关注度分析

5.32016年中国液晶电视市场关注度解析

5.3.12016年液晶电视品牌关注度分析

5.3.22016年液晶电视产品关注度分析

5.3.32016年液晶电视区域市场关注度分析

5.3.42016年液晶电视主流厂商产品关注度分析

5.42016年液晶电视市场关注度分析

5.4.12016年液晶电视市场关注度分析

5.4.22016年液晶电视市场关注度分析

第六章中国液晶电视上市公司运营状况分析

6.1青岛海信电器股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

6.2TCL集团股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

6.3康佳集团股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

6.4 厦门华侨电子股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

6.5 四川长虹电器股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第七章 2014-2016年中国液晶电视上游供应链分析

7.1 液晶面板

7.1.1 2014-2016年全球大尺寸液晶面板供货状况

7.1.2 “十三五”期间中国液晶面板产业的发展

7.1.3 我国液晶面板进出口市场分析

7.1.4 2016年我国大陆第一条液晶电视面板生产线正式投产

7.1.5 中国液晶面板面临的困局

7.1.6 2017-2022年液晶面板市场发展预测

7.2 液晶背光模块

7.2.1 CCFL背光的缺陷分析

7.2.2 LED背光模块优劣分析

7.2.3 CCFL背光模组与LED背光模组性能对比

7.2.4 液晶电视背光模组或将导入高功率LED

7.3 液晶电视驱动及控制IC

7.3.1 中国LCD驱动IC液晶电视领域需求增长

7.3.2 LCD驱动IC领域本土供给严重不足

7.3.3 本土企业在LCD驱动IC市场中具有一定的机遇

7.3.4 LCD驱动IC未来市场潜力较大

第八章 2017-2022年液晶电视市场未来发展探析

8.1 平板电视市场未来发展分析

8.1.1 2017-2022年全球网络平板电视市场预测

8.1.2 平板电视行业未来十年展望

8.1.3 未来中国平板电视市场节能环保成主旋律

8.1.4 智能化成为平板电视发展的必然趋势

8.2液晶电视市场的发展趋势预测

8.2.1全球液晶电视市场发展预测

8.2.2我国液晶电视市场前景广阔

8.2.32017-2022年中国液晶电视市场规模预测分析

8.2.42016年中国内陆及中小城市液晶电视市场将扩展

8.2.5未来液晶电视市场发展的主流

8.3LED背光液晶电视市场发展前瞻

8.3.1未来LED液晶电视市场发展预测

8.3.2我国LED背光液晶电视的技术发展趋势

图表目录：

图表：2014-2016年我国液晶电视产量变化图单位：平方米

图表：2014-2016年我国液晶电视重点省市产量对比图单位：平方米

图表：2016年我国液晶电视产量和2015年同期对比图单位：平方米

图表：2016年我国液晶电视产量前5位省市对比图单位：平方米

图表：2016年我国液晶电视前5位省市产量比例图

图表：2016年我国液晶电视重点省市产量及增长率统计表单位：平方米

图表：2016年我国液晶电视产量增长率排名前5位省市对比图单位：平方米

图表：2016年我国液晶电视主要省份产量比重统计表单位：平方米

图表：2016年我国液晶电视市场集中度和2015年同期对比图

图表：2016年全球液晶板市场品牌占有率

图表：2003-2016年中国平板电视市场内销规模及增长趋势

图表：平板电视行业主力企业盈利情况

图表：2014-2016年平板电视产品价格季度变化

图表：2016年底中国家庭平板电视普及率

图表：2006-2016年平板电视关注占比

图表：2016年液晶电视品牌关注前十名

图表：2016年等离子电视品牌关注前十名

图表：2016年平板电视尺寸区间关注度

图表：2016年平板电视分辨率关注度

图表：2016年平板电视价格区间关注度

图表：2014-2016年我国平板电视产量状况

图表：2006-2016年我国彩电市场格局变化

图表：2004-2016年我国平板电视市场销量

图表：2014-2016年我国平板电视出口量和出口增长率

图表：2016年与2015年度平板电视市场规模对比

图表：2016年平板电视市场品牌集中度

图表：2016年平板电视各尺寸段销量市场份额

图表：平板电视主要购买对象年龄区间分布

图表：用户获取平板电视相关资讯途径

图表：厂商宣传推广平板电视产品的途径

图表：平板电视主要购买对象月收入水平分布

图表：经销商认为平板电视销售情况最好的时期

图表：经销商认为平板电视节庆日销量和平时相比的调查

图表：用户认为平板电视最有诱惑力的促销方式

图表：经销商认为平板电视最有效的促销方式

图表：用户优先购买平板电视的途径

(GYZX)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianshi/278869278869.html>