# 2017-2022年中国平板电视行业市场发展现状及十三五运行态势预测报告

## 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年中国平板电视行业市场发展现状及十三五运行态势预测报告》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**：https://baogao.chinabaogao.com/dianshi/275978275978.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:** sales@chinabaogao.com

**联 系 人 :** 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

# 二、报告目录及图表目录

平板电视FPD（FlatPanelDisplay）顾名思义，就是屏幕呈平面的电视，它是相对于传统显像管电视机庞大的身躯作比较而言的一类电视机，主要包括液晶显示LCD（LiquidCrystalDisplay）、等离子显示PDP（PlasmaDisplayPanel）、有机电致发光显示OLED（OrganicLightEmittingDisplay）、表面传导电子发射显示SED（Surface-conductionElectron-emitterDisplay）等几大技术类型的电视产品。

2010年以来，我国电视产业正处于新产品替代旧产品，新技术替代旧技术阶段，平板电视需求增速持续增长。2010年我国平板电视（包括液晶和等离子电视）产量达9086万台，比2009年增长24.7%，占彩电总产量的79.1%，产品比重稳步提升。在众多彩电厂商的激烈竞争下，我国平板电视市场涌现出了非常多的尖端显示技术、特色功能以及丰富多彩的平板电视产品，全面推进了平板电视产业的加速普及。2011年中国平板电视市场需求规模为3800万台，比2010年增长了35%。2014年平板电视市场需求继续增长。

2010-2014年我国平板电视需求规模（万台）

2016年，我国液晶电视行业的总体产量和销量稳健增长，其中出口表现尤为抢眼。数据显示，2016Q1，我国液晶电视产量2835万台，YoY+3.8%;液晶电视总销量为2848万台，YoY+4.2%;液晶电视内销量为1326万台，YoY+1.1%;液晶电视出口量为1522万台，YoY+7.2%。

我国液晶电视产量及增速

中国报告网发布的《2017-2022年中国平板电视行业市场发展现状及十三五运行态势预测报告》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：中国平板电视行业发展综述
1.1平板电视行业定义及分类

1.1.1行业概念及定义
1.1.2行业主要产品大类
1.2平板电视行业产业链分析
1.2.1平板电视行业产业链简介
1.2.2平板电视行业基础原材料市场分析
（1）钢材市场现状与价格走势
（2）铜材市场现状与价格走势
（3）玻璃市场现状与价格走势
（4）工程塑料市场现状与价格走势
（5）电子元器件市场现状与价格走势
1.2.3平板电视行业下游需求市场分析
（1）家用平板电视市场需求分析
1）中国居民消费能力分析
2）中国居民消费结构分析
3）中国居民消费倾向与行为分析
4）中国家用平板电视市场现状与前景分析
（2）商用平板电视市场需求分析
1）酒店行业对平板电视需求分析
2）娱乐行业对平板电视需求分析
3）地产行业对平板电视需求分析
4）中国商用平板电视市场现状与前景分析
第二章：中国平板电视行业市场环境分析
2.1行业政策环境分析
2.1.1行业相关政策及法规
（1）《平板电视售后服务实施意见》
（2）《平板电视能效限定值及能效等级》
（3）《关于将平板电视机商品纳入调整范围的公告》
（4）《广电总局关于促进高清电视发展的通知》
2.1.2行业发展规划分析
（1）《2010年以来平板产业发展规划》
（2）《电子信息产业调整振兴规划》
2.2行业经济环境分析
2.2.1国际宏观经济环境分析
（1）国际宏观经济现状
（2）国际宏观经济预测

2.2.2国内宏观经济环境分析
（1）国内宏观经济现状
（2）国内宏观经济预测
2.3行业贸易环境分析
2.3.1行业贸易环境发展现状
2.3.2行业贸易环境发展趋势
2.4行业需求环境分析
2.4.1行业需求特征分析
2.4.2行业需求趋势分析
2.5行业社会环境分析
2.5.1行业发展与社会经济的协调
2.5.2行业发展与环保节能的协调
2.5.3行业发展与地区发展的协调
第三章：全球平板电视行业发展状况分析
3.1国际平板电视行业发展状况分析
3.1.1国际平板电视行业发展历程分析
3.1.2国际平板电视行业市场规模分析
3.1.3国际平板电视行业领先地区发展分析
（1）美国平板电视行业发展分析
（2）欧洲平板电视行业发展分析
（3）日本平板电视行业发展分析
（4）韩国平板电视行业发展分析
3.1.4国际平板电视行业发展趋势及前景预测
3.2国内平板电视行业发展状况分析
3.2.1中国平板电视行业发展历程分析
3.2.2中国平板电视行业市场分析
（1）中国平板电视行业产量分析
（2）中国平板电视行业销量分析
（3）中国平板电视行业农村市场分析
（4）中国平板电视行业城镇市场分析
（5）中国平板电视行业进出口市场分析
3.2.3中国平板电视行业发展特点分析
3.2.4中国平板电视行业主要影响因素分析
3.2.5中国平板电视行业发展趋势及前景预测
3.3平板电视行业市场竞争状况分析

3.3.1平板电视行业竞争结构波特五力模型分析
（1）现有竞争者之间的竞争
（2）关键要素的供应商议价能力分析
（3）消费者议价能力分析
（4）行业潜在进入者分析
（5）替代品风险分析
3.3.2中国平板电视行业市场竞争状况分析
（1）中国平板电视行业竞争总体概况
（2）本土品牌与外资品牌竞争分析
（3）本土品牌与本土品牌竞争分析
第四章：中国平板电视行业主要产品市场及前景分析
4.1中国电视行业产品结构分析
4.1.1中国彩色电视行业产品结构分析
4.1.2中国平板电视行业产品结构分析
4.2中国平板电视行业主要产品市场发展与前景分析
4.2.1等离子（PDP）电视
（1）等离子电视发展状况分析
1）等离子电视概述
2）等离子电视发展历程
3）等离子电视技术现状分析
4）等离子电视市场规模分析
（2）等离子电视核心部件市场分析
1）等离子面板市场供需分析
2）等离子面板市场价格走势
（3）等离子电视优劣势分析
（4）等离子电视市场竞争格局分析
（5）等离子电视发展趋势及前景预测
4.2.2液晶（LCD）电视
（1）液晶电视发展状况分析
1）液晶电视概述
2）液晶电视发展历程
3）液晶电视技术现状分析
4）液晶电视市场规模分析
（2）液晶电视核心部件市场分析
1）液晶面板市场供需分析

2）液晶面板市场价格走势
（3）液晶电视优劣势分析
（4）液晶电视市场竞争格局分析
（5）液晶电视细分产品市场概况
1）液晶电视产品结构分析
2）CCFL背光液晶电视
1、市场规模分析
2、产品价格分析
3）LED背光液晶电视
1、市场规模分析
2、产品价格分析
（6）液晶电视发展趋势及前景预测
第五章：中国平板电视行业主流趋势产品分析
5.1LED背光液晶电视
5.1.1LED背光液晶电视概述
（1）LED背光液晶电视定义
（2）LED背光液晶电视显示原理
（3）LED背光液晶电视产品分类
5.1.2LED背光液晶电视技术优势分析
5.1.3LED背光液晶电视消费趋势分析
5.1.4LED背光液晶电视发展趋势分析
5.1.5LED背光液晶电视发展前景预测
5.23D平板电视
5.2.13D平板电视概述
5.2.23D平板电视发展历程
5.2.33D平板电视技术现状分析
5.2.43D平板电视市场分析
5.2.53D平板电视市场发展动向分析
5.2.63D平板电视市场竞争格局分析
5.2.73D平板电视发展瓶颈分析
（1）价格
（2）内容
（3）质量
（4）标准
（5）健康

5.2.83D平板电视发展趋势分析
5.2.93D平板电视发展前景预测
5.3智能平板电视
5.3.1智能平板电视概述
5.3.2智能平板电视标准分析
5.3.3智能平板电视产业驱动因素分析
5.3.4智能平板电视技术现状分析
5.3.5智能平板电视市场分析
5.3.6智能平板电视竞争格局分析
5.3.7智能平板电视发展瓶颈分析
5.3.8智能平板电视发展趋势分析
5.3.9智能平板电视发展前景预测
第六章：中国平板电视行业市场调研与营销策略分析
6.1平板电视行业市场关注度分析
6.1.1产品品牌关注度
6.1.2产品价格关注度
6.1.3产品尺寸关注度
6.1.4产品背光方式关注度
6.2平板电视行业营销现状分析
6.2.1平板电视行业目标客户群体
6.2.2平板电视行业营销模式分析
（1）传统营销模式
（2）新兴营销模式
6.2.3平板电视行业营销渠道分析
（1）家电连锁渠道
（2）百货渠道
（3）超市渠道
（4）网络渠道
6.3平板电视行业营销案例分析
6.3.1索尼
（1）产品定位
（2）推广策略
6.3.2创维
（1）产品定位
（2）推广策略

6.3.3海信
（1）产品定位
（2）推广策略
6.3.4LG
（1）产品定位
（2）推广策略
6.3.5三星
（1）产品定位
（2）推广策略
6.3.6松下
（1）产品定位
（2）推广策略
6.3.7长虹
（1）产品定位
（2）推广策略
6.3.8TCL
（1）产品定位
（2）推广策略
6.3.9康佳
（1）产品定位
（2）推广策略
6.3.10夏普
（1）产品定位
（2）推广策略
6.4平板电视行业4C营销战略
6.4.1顾客需求管理策略
（1）顾客需求导向
（2）顾客需求引导
6.4.2顾客便利策略
（1）与家电专业连锁结盟
（2）直营零售
（3）家电网络直销
（4）区域代理制
6.4.3顾客成本策略
（1）区别定价策略

（2）价格调整策略
6.4.4顾客沟通方案
（1）促销策略
（2）服务策略
第七章：平板电视行业领先企业分析
7.1平板电视行业国外领先企业分析
7.1.1索尼公司
（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
7.1.2LG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
7.1.3三星公司
（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
7.1.4松下公司
（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
7.1.5夏普公司
（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
7.1.6飞利浦公司
（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
7.1.7东芝公司
（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
7.2平板电视行业国内领先企业分析
7.2.1创维数码控股有限公司经营情况分析
（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
7.2.2青岛海信电器股份有限公司经营情况分析
（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
7.2.3四川长虹电器股份有限公司经营情况分析
（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
7.2.4TCL多媒体科技控股有限公司经营情况分析
（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
7.2.5康佳集团股份有限公司经营情况分析
（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
第八章：中国平板电视行业投资现状及策略分析
8.1平板电视行业投资现状分析
8.1.1行业投资现状分析

8.1.2行业最新投资动向
8.2平板电视行业投资特性分析
8.2.1进入壁垒
8.2.2盈利模式
8.2.3盈利因素
8.3平板电视行业投资机会与风险分析
8.3.1行业SWOT分析
（1）行业优势分析
（2）行业劣势分析
（3）行业发展机会
（4）行业发展威胁
8.3.2行业产销规模预测
（1）行业产量预测
（2）行业销量预测
8.3.3行业投资价值分析
8.3.4行业可投资方向
8.3.5行业投资前景分析
8.3.6行业投资风险分析
8.4平板电视行业投资建议
8.4.1行业投资存在的问题
8.4.2行业主要投资建议
部分图表目录：
图表1：中国等离子电视市场品牌关注比例分布
图表2：中国液晶电视市场品牌关注比例分布
图表3：中国等离子电视市场不同价格段产品关注比例分布
图表4：中国液晶电视市场不同价格段产品关注比例分布
图表5：中国等离子电视市场不同尺寸产品关注比例分布
图表6：中国液晶电视市场不同尺寸产品关注比例分布
图表7：中国液晶电视市场不同背光产品关注比例分布
图表8：中国液晶电视市场LED背光产品关注比例走势
图表9：2011年以来创维数码控股有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表10：2011年以来创维数码控股有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表11：2011年以来创维数码控股有限公司运营能力分析（单位：次）
图表12：2011年以来创维数码控股有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表13：2011年以来创维数码控股有限公司发展能力分析（单位：%）

图表14：创维数码控股有限公司优势与劣势
图表15：2011年以来青岛海信电器股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表16：2011年以来青岛海信电器股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表17：2011年以来青岛海信电器股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表18：2011年以来青岛海信电器股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表19：2011年以来青岛海信电器股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表20：青岛海信电器股份有限公司优势与劣势
图表21：2011年以来四川长虹电器股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表22：2011年以来四川长虹电器股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表23：2011年以来四川长虹电器股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表24：2011年以来四川长虹电器股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表25：2011年以来四川长虹电器股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表26：四川长虹电器股份有限公司优势与劣势
图表27：2011年以来TCL多媒体科技控股有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表28：2011年以来TCL多媒体科技控股有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表29：2011年以来TCL多媒体科技控股有限公司运营能力分析（单位：次）
图表30：2011年以来TCL多媒体科技控股有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表31：2011年以来TCL多媒体科技控股有限公司发展能力分析（单位：%）
图表32：TCL多媒体科技控股有限公司优势与劣势
图表33：2011年以来康佳集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表34：2011年以来康佳集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表35：2011年以来康佳集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表36：2011年以来康佳集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表37：2011年以来康佳集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表38：康佳集团股份有限公司优势与劣势
图表39：2011年以来同方电子股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表40：2011年以来同方电子股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表41：2011年以来同方电子股份有限公司运营能力分析（单位：次）
（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：https://baogao.chinabaogao.com/dianshi/275978275978.html