

2019年中国彩电行业分析报告- 行业竞争格局与未来趋势研究

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《2019年中国彩电行业分析报告-行业竞争格局与未来趋势研究》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/406918406918.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

在新媒体的冲击下，传统电视近年来的确遇到了一些发展瓶颈，2017年，从大环境来看是国内彩电行业颇为悲催的一年，由上游面板供需紧张导致了对下游产业的一系列压制，一直困扰着终端彩电品牌的生产和市场行为，销售市场“压力山大”

2018年第三季度中国彩电市场累计销售1040.9万台，与去年的1041.2万台再创新低。第三季度的销售额为303亿元，相比2017年前三季度357亿销售额缩水54亿元，同比减少15.2%。这背后纵然有面板价格走低、电视售价下降的因素，也折射出三季度市场价格战之激烈。业内人士预计2018全年彩电整体销售量将同比下跌。2018年Q4中国彩电市场销售量达1562万台左右。

2015年-2018年Q4中国彩电市场销售量统计情况 数据来源：中国家用电器协会

彩电市场业绩下滑关键因素主要有：面板价格维持高位不降，导致整机均价上涨，零售均价上涨达16.3%，导致彩电整机产品销量不振；另一方面，线上电商渠道增速放缓，红利正在消退，除了平台电商和专业电商相关数据增长放缓外，自营电商受互联网品牌表现乏力影响也出现负增长。

线上拉动力呈现递减

随着消费者网购行为的不断成熟，线上市场规模持续增长，同时线上也成为拉动市场增长的主要动力，2018年第三季度线上渠道累计销量501.1万台，同比增长20.1%，渠道占比48.1%，增长8%。虽然三季度线上市场规模仍在扩大，但与上半年相比，线上的拉力减弱。

2018年第三季度中国彩电市场线上销量同比（单位：%） 数据来源：中国家用电器协会
我国彩电行业发展趋势

一、深耕产品应用场景

产品是企业竞争力提升的方向，从目前消费者的抱怨数据来看，系统流畅性、边框厚度、视频资源是用户抱怨集中点。随着电视智能化的发展，看电视已经不是电视应用的唯一场景，不同的用户对电视的需求也有所差异，细分用户，深耕产品是一个正确的方向。

二、全方位触点用户

消费者获取信息的方式越来越多元化，以往主要以线下门店和传统媒体为主，随着移动社交的发展，微信、微博、电商评论等社交内容客流入口越来越丰富和强大，企业要全面触及用户，才能建立于用户的联系，把握用户入口是关键。

三、新技术和产业的交汇

IOT、O2O、人工智能、VR/AR、OTT等技术创新，创造了新的增长机会。预计未来全球物联网设备接入量和云计算渗透率不断提升。中国5G技术的研发已经处于世界领先水平，预计2020年5G将带动国内直接经济产出达4840亿元，间接经济产出达12000亿元。

四、加速开疆拓土

显示产品更加多元化，2018年商用电视销量增长8.2%，主要应用于酒店、商业服务、公寓和政府公共服务，显示属性注定未来无处不在，开发显示新领域的使用场景，挖掘显示增长力；另外线下渠道开始裂变，新型销售渠道正在兴起，包括精装、租赁和建材渠道等等。（JPTC）

【报告大纲】

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 2018年全球彩电市场分析

一、2018年全球彩电市场现状分析

二、2018年主要国家彩电市场现状

三、2018年全球彩电行业格局分析

四、2018年全球彩电市场格局分析

第二节 2018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、2015-2018年美国彩电市场分析

二、2015-2018年欧洲彩电市场分析

三、2015-2018年日本彩电市场分析

四、2015-2018年韩国彩电市场分析

五、2015-2018年其他国家彩电市场

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 2015-2018年彩电业发展情况分析

一、2016年彩电行业发展情况分析

二、2017年彩电行业发展情况分析

三、2018年彩电行业发展情况分析

第三节 2018年全国彩电市场分析

一、2018年全国彩电市场规模分析

二、2018年全国彩电市场变化趋势

三、2018年彩电市场销量情况分析

四、2018年中国彩电市场销量分析

第四节 2018年彩电所属行业运行分析

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 2018年彩电产量分析

一、2018年彩电产量分析

二、2018年彩电主要产品产量分析

第二节 2018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 2018年中国彩电行业绩效分析

一、2018年行业规模情况

二、2018年行业盈利能力

三、2018年行业经营发展能力

四、2018年行业偿债能力分析

第四节 2015-2018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 2018年中国彩电进出口状况分析

第一节 2018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 2018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 2018年中国彩电进出口均价分析

第四节 2018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 2018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 2018年中国彩电进出口影响因素分析

第六章 2018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、2018年CRT彩电发展现状分析

三、2018年CRT彩电市场规模分析

四、2018年CRT彩电行业竞争格局

五、2019-2025年CRT彩电发展趋势

第二节 平板电视市场分析

一、2018年平板电视行业发展现状

二、2018年平板电视市场需求分析

三、2018年平板电视市场规模分析

四、2018年平板电视竞争格局分析

五、2019-2025年平板电视发展趋势

第三节 液晶电视市场分析

一、2018年液晶电视市场发展分析

二、2018年液晶电视市场结构分析

三、2018年液晶电视市场规模分析

四、2018年液晶电视竞争格局分析

五、2019-2025年平板电视发展趋势

第四节 等离子电视市场分析

一、2018年等离子电视行业发展现状

二、2018年等离子电视市场结构分析

三、2018年等离子电视市场规模分析

四、2018年等离子电视市场竞争格局

五、2019-2025年等离子电视发展趋势

第五节 3D电视市场分析

- 一、2018年3D电视市场发展现状
- 二、2018年3D电视市场需求分析
- 三、2018年3D电视市场规模分析
- 四、2018年3D电视竞争格局分析
- 五、2019-2025年3D电视发展趋势

第六节 智能电视市场分析

- 一、2018年智能电视市场发展现状
- 二、2018年智能电视市场需求情况
- 三、2018年智能电视市场规模分析
- 四、2018年智能电视竞争格局分析
- 五、2019-2025年智能电视发展趋势

第七章 2018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、2018年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调查

- 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 2018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 2018年彩电行业竞争格局分析

- 一、2018年中国彩电市场外资竞争分析
- 二、2018年中国彩电市场竞争分析
- 三、2018年中国主要彩电企业竞争格局
- 四、2019-2025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 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 2019-2025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 2019-2025年中国彩电市场趋势分析

一、2019-2025年彩电产业链发展趋势

二、2019-2025年行业商业模式发展趋势

三、2019-2025年彩电行业渠道发展趋势

四、2019-2025年彩电行业品牌发展趋势

五、2019-2025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、2019-2025年彩电产品消费预测

二、2019-2025年彩电行业销售收入预测

三、2019-2025年彩电行业销售产值预测

四、2019-2025年彩电行业利润总额预测

五、2019-2025年彩电行业总资产预测

第二节 2019-2025年中国彩电行业供需预测

一、2019-2025年中国彩电供给预测

二、2019-2025年中国城镇居民彩电拥有量

三、2019-2025年中国农村居民彩电拥有量

四、2019-2025年中国彩电供需平衡预测

五、2019-2025年中国彩电产品价格预测

六、2019-2025年中国彩电产品进出口预测

第十五章 2015-2018年彩电行业投资现状分析

第一节 2015-2018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 2018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 2015-2018年彩电行业投资环境分析

第一节 2018年中国宏观经济发展环境分析

一、2018年中国GDP增长情况分析

二、2018年工业经济发展形势分析

三、2018年全社会固定资产投资分析

四、2018年社会消费品零售总额分析

五、2018年城乡居民收入与消费分析

六、2018年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十二五规划

第三节 技术发展环境分析

一、国内彩电技术现状

二、2018年彩电技术发展分析

三、2019-2025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 2019-2025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、2018年中国家电业景气指数

二、2018年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、2019-2025年中国彩电行业毛利率分析

二、2019-2025年彩电行业成本费用利润率

三、2019-2025年彩电行业销售利润率分析

四、2019-2025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、2019-2025年影响彩电行业运行的有利因素分析

二、2019-2025年影响彩电行业运行的稳定因素分析

三、2019-2025年影响彩电行业运行的不利因素分析

四、2019-2025年中国彩电行业发展面临的挑战分析

五、2019-2025年中国彩电行业发展面临的机遇分析

第五节 彩电行业投资风险及控制策略分析

一、2019-2025年彩电行业市场风险及控制策略

二、2019-2025年彩电行业政策风险及控制策略

三、2019-2025年彩电行业出口风险及控制策略

四、2019-2025年彩电行业技术风险及控制策略

第十八章 彩电行业投资战略研究

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 彩电行业投资战略研究

一、2018年家电行业投资战略

二、2018年彩电行业投资战略

三、2019-2025年彩电行业投资战略

图表目录：

图表 1 彩电产业链构成情况

图表 2 2018年全球彩电按技术类别出货量

图表 3 2015-2018年全球LCD TV电视出货量变化趋势图

图表 4 2015-2018年全球LCD电视销售收入变化趋势图

图表 5 2015-2018年全球LCD电视市场平均尺寸情况

图表 6 2018年全球平板电视品牌按营收占比排名

图表 7 2018年彩色电视机十大品牌

图表 8 中国彩电消费特点统计

图表 9 彩电消费用途构成比例

图表 10 2018年中国彩电所属行业经济指标统计

图表详见报告正文..... (GYWZY)

【简介】

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。《2019年中国彩电行业分析报告-行业竞争格局与未来趋势研究》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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianshi/406918406918.html>