

2017-2022年中国彩电行业市场发展现状及十三五 发展趋势前瞻报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国彩电行业市场发展现状及十三五发展趋势前瞻报告》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/278854278854.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

2016年1~9月全国彩电销量规模为3546万台，同比增长7.6%；销售额1063亿元，同比下降4.6%；预计2016年四季度彩电市场的零售量规模将达1529万台，同比增长7.2%；2016年全年彩电零售量规模将达5075万台，同比增长7.5%。行业零售均价为3020元，同比下降10.2%；尽管行业销量明显增长，但售价跌幅过大，导致销售额下滑。零售额达1063亿元，同比下降4.0%以上。再

2016上半年彩电内销量增长图（万台）

2016上半年销售额下降图

最近5年彩电售价变化图

2015年我国液晶电视内销量为5120万台，同比增长2.6%；出口量为7103万台，在经历2014年巴西世界杯带动的出口高基数后，同比增速为0.9%，基本持平。2016年1-9月，我国电视机内外销同比增速分别为10.1%和16.7%，表现良好。未来，预计我国电视内销量增长较为平稳。

我国液晶电视内销量和出口量及同比增速（单位：百万台）

中国报告网发布的《2017-2022年中国彩电行业市场发展现状及十三五发展趋势前瞻报告》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2016年全球彩电市场分析

一、2016年全球彩电市场现状分析

二、2016年主要国家彩电市场现状

三、2016年全球彩电行业格局分析

四、2016年全球彩电市场格局分析

第二节2016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、2014-2016年美国彩电市场分析

二、2014-2016年欧洲彩电市场分析

三、2014-2016年日本彩电市场分析

四、2014-2016年韩国彩电市场分析

五、2014-2016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2014-2016年彩电业发展情况分析

一、2014年彩电行业发展情况分析

二、2015年彩电行业发展情况分析

三、2016年彩电行业发展情况分析

第三节2016年全国彩电市场分析

一、2016年全国彩电市场规模分析

二、2016年全国彩电市场变化趋势

三、2016年彩电市场销量情况分析

四、2016年中国彩电市场销量分析

第四节2016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2016年彩电产量分析

一、2016年彩电产量分析

二、2016年彩电主要产品产量分析

第二节2016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2016年中国彩电行业绩效分析

一、2016年行业规模情况

二、2016年行业盈利能力

三、2016年行业经营发展能力

四、2016年行业偿债能力分析

第四节2014-2016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2016年中国彩电进出口状况分析

第一节2016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2016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2016年中国彩电进出口均价分析

第四节2016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2016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2016年中国彩电进出口影响因素分析

第六章2016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、2016年CRT彩电发展现状分析

三、2016年CRT彩电市场规模分析

四、2016年CRT彩电行业竞争格局

五、2017-2022年CRT彩电发展趋势

第二节平板电视市场分析

一、2016年平板电视行业发展现状

二、2016年平板电视市场需求分析

三、2016年平板电视市场规模分析

四、2016年平板电视竞争格局分析

五、2017-2022年平板电视发展趋势

第三节液晶电视市场分析

一、2016年液晶电视市场发展分析

二、2016年液晶电视市场结构分析

三、2016年液晶电视市场规模分析

四、2016年液晶电视竞争格局分析

五、2017-2022年平板电视发展趋势

第四节等离子电视市场分析

一、2016年等离子电视行业发展现状

二、2016年等离子电视市场结构分析

三、2016年等离子电视市场规模分析

四、2016年等离子电视市场竞争格局

五、2017-2022年等离子电视发展趋势

第五节3D电视市场分析

一、2016年3D电视市场发展现状

二、2016年3D电视市场需求分析

三、2016年3D电视市场规模分析

四、2016年3D电视竞争格局分析

五、2017-2022年3D电视发展趋势

第六节智能电视市场分析

一、2016年智能电视市场发展现状

二、2016年智能电视市场需求情况

三、2016年智能电视市场规模分析

四、2016年智能电视竞争格局分析

五、2017-2022年智能电视发展趋势

第七章2016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、2016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2016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2016年彩电行业竞争格局分析

- 一、2016年中国彩电市场外资竞争分析
- 二、2016年中国彩电市场竞争分析
- 三、2016年中国主要彩电企业竞争格局
- 四、2017-2022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2016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2017-2022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2017-2022年中国彩电市场趋势分析

- 一、2017-2022年彩电产业链发展趋势
- 二、2017-2022年行业商业模式发展趋势
- 三、2017-2022年彩电行业渠道发展趋势
- 四、2017-2022年彩电行业品牌发展趋势
- 五、2017-2022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、2017-2022年彩电产品消费预测
- 二、2017-2022年彩电行业销售收入预测
- 三、2017-2022年彩电行业销售产值预测
- 四、2017-2022年彩电行业利润总额预测
- 五、2017-2022年彩电行业总资产预测

第二节2017-2022年中国彩电行业供需预测

- 一、2017-2022年中国彩电供给预测
- 二、2017-2022年中国城镇居民彩电拥有量
- 三、2017-2022年中国农村居民彩电拥有量
- 四、2017-2022年中国彩电供需平衡预测
- 五、2017-2022年中国彩电产品价格预测
- 六、2017-2022年中国彩电产品进出口预测

第十五章2014-2016年彩电行业投资现状分析

第一节2014-2016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2016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2014-2016年彩电行业投资环境分析

第一节2016年中国宏观经济发展环境分析

一、2016年中国GDP增长情况分析

二、2016年工业经济发展形势分析

三、2016年全社会固定资产投资分析

四、2016年社会消费品零售总额分析

五、2016年城乡居民收入与消费分析

六、2016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、2016年彩电技术发展分析

三、2017-2022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2017-2022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、2016年中国家电业景气指数

二、2016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、2017-2022年中国彩电行业毛利率分析

二、2017-2022年彩电行业成本费用利润率

三、2017-2022年彩电行业销售利润率分析

四、2017-2022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、2017-2022年影响彩电行业运行的有利因素分析

二、2017-2022年影响彩电行业运行的稳定因素分析

三、2017-2022年影响彩电行业运行的不利因素分析

四、2017-2022年中国彩电行业发展面临的挑战分析

五、2017-2022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风险及控制策略分析

一、2017-2022年彩电行业市场风险及控制策略

二、2017-2022年彩电行业政策风险及控制策略

三、2017-2022年彩电行业出口风险及控制策略

四、2017-2022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、2016年家电行业投资战略

二、2016年彩电行业投资战略

三、2017-2022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22016年Q4全球彩电按技术类别出货量

图表32007-2016年全球LCDTV电视出货量变化趋势图

图表42014-2016年全球LCD电视销售收入变化趋势图

图表52007-2016年全球LCD电视市场平均尺寸情况

图表62016年全球平板电视品牌按营收占比排名

图表72016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102015年中国彩电所属行业经济指标统计

图表112015年中国彩电所属行业经济指标统计

图表122015年中国彩电所属行业前五省区企业数量排名

图表132015年中国彩电所属行业前五省区资产总计排名

图表142015年中国彩电所属行业前五省区销售收入排名

图表152015年中国彩电所属行业前五省区利润总额排名

图表162016年中国彩电所属行业经济指标统计

图表172016年中国彩电所属行业前五省区企业数量排名

图表182016年中国彩电所属行业前五省区资产总计排名

图表192016年中国彩电所属行业前五省区销售收入排名

图表202016年中国彩电所属行业前五省区利润总额排名

图表212014-2016年中国彩电市场销量变化趋势图

图表222014-2016年中国彩电所属行业企业数量增长趋势图

图表232015年中国各省区彩电所属行业企业数量比较

图表242016年中国各省区彩电所属行业企业数量比较

图表252014-2016年中国彩电所属行业销售收入统计

图表262014-2016年中国彩电所属行业销售收入增长趋势图

图表272015年中国各省区彩电所属行业销售收入比较

图表282016年中国各省区彩电所属行业销售收入比较

图表292014-2016年中国彩电所属行业利润总额统计

图表302014-2016年中国彩电所属行业利润增长趋势图

(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/278854278854.html>