

2017-2022年中国LED电视行业市场发展现状及十三五市场竞争态势报告

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LED电视行业市场发展现状及十三五市场竞争态势报告》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/278917278917.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

LED电视其实是LCD电视（LiquidCrystalDisplay），即液晶电视的一种，它与传统液晶电视的不同主要在于采用了不同的背光源，从而带来性能上的诸多不同，如下表所示，LED电视采用发光二极管作为背光源，比CCFL背光的传统液晶电视在厚度、画面质量、寿命、节能环保上更具优势，已成为业内公认的LCD电视发展方向。

严格意义上的LED电视是指完全采用LED（发光二极管）做为显像器件的电视机，一般用于低精度显示或户外大屏幕。目前中国大陆地区家电行业中通常所指的LED电视严格的名称是“LED背光源液晶电视”，是指以LED做为背光源的液晶电视，仍是LCD的一种。它用LED光源替代了传统的荧光灯管，画面更优质，理论寿命更长，制作工艺更环保，并且能使液晶显示面板更薄。

LED全称“LightEmittingDiode”，译为发光二极管，是一种半导体组件。由于LED对电流的通过非常敏感，极小的电流就可以让它发光，而且寿命长，能够长时间闪烁而不损坏，因此广泛用于电子产品的指示灯。我们在电子产品上看到的绿豆般大小能够快速闪烁的指示灯，一般都是由LED做成的。

led电视目前已经是市场的主流，和传统的电视机比起来，led电视不仅更加省电，而且在尺寸和显示分辨率也有很大的提高，是看高清数字电视最理想的终端。

中国报告网发布的《2017-2022年中国LED电视行业市场发展现状及十三五市场竞争态势报告》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LED电视行业相关概述

1.1LED电视行业定义及特点

1.1.1LED电视行业的定义

1.1.2LED电视行业产品特点

（1）超薄

（2）环保节能

(3) 寿命长

(4) 色域宽广

1.2LED电视行业经营模式分析

1.2.1生产模式

1.2.2采购模式

1.2.3销售模式

第二章LED电视行业市场特点概述

2.1行业市场概况

2.1.1行业市场特点

2.1.2行业市场化程度

2.1.3行业利润水平及变动趋势

2.2进入本行业的主要障碍

2.2.1资金准入障碍

2.2.2市场准入障碍

2.2.3技术与人才障碍

2.2.4其他障碍

2.3行业的周期性、区域性

2.3.1行业周期分析

(1) 行业的周期波动性

(2) 行业产品生命周期

2.3.2行业的区域性

2.4行业与上下游行业的关联性

2.4.1行业产业链概述

2.4.2上游产业分布

2.4.3下游产业分布

第三章2014-2016年中国LED电视行业发展环境分析

3.1LED电视行业政治法律环境（P）

3.1.1彩色电视机用液晶显示屏主流尺寸规范

3.1.2高端彩色电视接收机的分类规范

3.1.3家电及相关行业标准

3.2LED电视行业经济环境分析（E）

3.2.1宏观经济形势分析

3.2.2宏观经济环境对行业的影响分析

3.3LED电视行业社会环境分析（S）

3.3.1LED电视产业社会环境

3.3.2社会环境对行业的影响

3.4LED电视行业技术环境分析（T）

3.4.1LED电视技术分析

（1）技术水平总体发展情况

（2）中国LED电视行业新技术研究

3.4.2LED电视技术发展水平

3.4.3行业主要技术发展趋势

第四章全球LED电视行业发展概述

4.12014-2016年全球LED电视行业发展情况概述

4.1.1全球LED电视行业发展现状

4.1.2全球LED电视行业发展特征

4.1.3全球LED电视行业市场规模

4.22014-2016年全球主要地区LED电视行业发展状况

4.2.1欧洲LED电视行业发展情况概述

4.2.2美国LED电视行业发展情况概述

4.2.3日韩LED电视行业发展情况概述

4.32017-2022年全球LED电视行业发展前景预测

4.3.1全球LED电视行业市场规模预测

4.3.2全球LED电视行业发展前景分析

4.3.3全球LED电视行业发展趋势分析

4.4全球LED电视行业重点企业发展动态分析

第五章中国LED电视行业发展概述

5.1中国LED电视行业发展状况分析

5.1.1中国LED电视行业发展阶段

5.1.2中国LED电视行业发展总体概况

5.1.3中国LED电视行业发展特点分析

5.22014-2016年LED电视行业发展现状

5.2.12014-2016年中国LED电视行业市场规模

5.2.22014-2016年中国LED电视行业发展分析

（1）我国成为LED电视最大市场

（2）我国LED电视市场呈多元化发展

（3）我国政策推动LED电视下乡

5.2.32014-2016年中国LED电视企业发展分析

5.32017-2022年中国LED电视行业面临的困境及对策

5.3.1中国LED电视行业面临的困境及对策

(1) 中国LED电视行业面临困境

(2) 中国LED电视行业对策探讨

5.3.2中国LED电视企业发展困境及策略分析

(1) 中国LED电视企业面临的困境

(2) 中国LED电视企业的对策探讨

5.3.3国内LED电视企业的出路分析

第六章中国LED电视行业市场运行分析

6.12014-2016年中国LED电视行业总体规模分析

6.1.1企业数量结构分析

6.1.2人员规模状况分析

6.1.3行业资产规模分析

6.1.4行业市场规模分析

6.22014-2016年中国LED电视行业产销情况分析

6.2.1中国LED电视行业工业总产值

6.2.2中国LED电视行业工业销售产值

6.2.3中国LED电视行业产销率

6.32014-2016年中国LED电视行业市场供需分析

6.3.1中国LED电视行业供给分析

6.3.2中国LED电视行业需求分析

6.3.3中国LED电视行业供需平衡

6.42014-2016年中国LED电视行业财务指标总体分析

6.4.1行业盈利能力分析

6.4.2行业偿债能力分析

6.4.3行业营运能力分析

6.4.4行业发展能力分析

第七章互联网环境下LED电视行业的机会与挑战

7.12015年中国互联网环境分析

7.1.1网民基本情况分析

(1) 总体网民规模分析

(2) 分省网民规模分析

(3) 手机网民规模分析

(4) 网民属性结构分析

7.1.2网民互联网应用状况

(1) 信息获取情况分析

(2) 商务交易发展情况

(3) 交流沟通现状分析

(4) 网络娱乐应用分析

7.2互联网环境下LED电视行业的机会与挑战

7.2.1互联网时代行业大环境的变化

7.2.2互联网直击传统行业消费痛点

7.2.3互联网助力企业开拓市场

7.2.4电商成为传统企业突破口

7.3互联网LED电视行业的改造与重构

7.3.1互联网重构行业的供应链格局

7.3.2互联网改变生产厂商营销模式

7.3.3互联网导致行业利益重新分配

7.3.4互联网改变行业未来竞争格局

7.4LED电视与互联网融合创新机会孕育

7.4.1电商政策变化趋势分析

7.4.2电子商务消费环境趋势分析

7.4.3互联网技术对行业支撑作用

7.4.4电商黄金发展期机遇分析

第八章中国LED电视行业上、下游产业链分析

8.1LED电视行业产业链概述

8.1.1产业链定义

8.1.2LED电视行业产业链

8.2LED电视行业主要上游产业发展分析

8.2.1上游产业发展现状

8.2.2上游产业供给分析

8.2.3上游供给价格分析

8.2.4主要供给企业分析

8.3LED电视行业主要下游产业发展分析

第九章中国LED电视行业市场竞争格局分析

9.1中国LED电视行业竞争格局分析

9.1.1LED电视行业区域分布格局

9.1.2LED电视行业企业规模格局

9.1.3LED电视行业企业性质格局

9.2中国LED电视行业竞争五力分析

9.2.1LED电视行业上游议价能力

9.2.2LED电视行业下游议价能力

9.2.3LED电视行业新进入者威胁

9.2.4LED电视行业替代产品威胁

9.2.5LED电视行业现有企业竞争

9.3中国LED电视行业竞争SWOT分析

9.3.1LED电视行业优势分析（S）

9.3.2LED电视行业劣势分析（W）

9.3.3LED电视行业机会分析（O）

9.3.4LED电视行业威胁分析（T）

9.4中国LED电视行业投资兼并重组整合分析

9.5中国LED电视行业重点企业竞争策略分析

第十章中国LED电视行业领先企业竞争力分析

10.1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

10.2创维集团股份有限公司

（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

10.3TCL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

10.4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

10.5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

10.6四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

10.7三星电子有限公司

(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

10.8Sony集团

(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

10.9青岛海尔股份有限公司

(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

10.10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

第十一章2017-2022年中国LED电视行业发展趋势与前景分析

11.12017-2022年中国LED电视市场前景

11.1.12017-2022年LED电视市场发展潜力

11.1.22017-2022年LED电视市场前景展望

11.22017-2022年中国LED电视市场发展趋势预测

11.2.12017-2022年LED电视行业发展趋势

(1) 4K技术逐渐走向普及

(2) 跨界合作打造多功能智能电视

(3) 智能化家电促进家联网发展

(4) 智能电视的软硬件可升级

(5) 电视的个性化定制

11.2.22017-2022年LED电视市场规模预测

11.2.32017-2022年LED电视行业应用趋势预测

11.32017-2022年中国LED电视行业供需预测

11.3.12017-2022年中国LED电视行业供给预测

11.3.22017-2022年中国LED电视行业需求预测

11.3.32017-2022年中国LED电视供需平衡预测

11.4影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1行业发展有利因素与不利因素

11.4.2市场整合成长趋势

11.4.3需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.4企业区域市场拓展的趋势

11.4.5科研开发趋势及替代技术进展

11.4.6影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章2017-2022年中国LED电视行业投资前景

12.1LED电视行业投资现状分析

12.2LED电视行业投资特性分析

12.3LED电视行业投资机会分析

12.4LED电视行业投资风险分析

12.4.1LED电视行业政策风险

12.4.2宏观经济风险

12.4.3市场竞争风险

12.4.4关联产业风险

12.4.5产品结构风险

12.4.6技术研发风险

12.4.7其他投资风险

12.5LED电视行业投资潜力与建议

12.5.1LED电视行业投资潜力分析

12.5.2LED电视行业最新投资动态

12.5.3LED电视行业投资机会与建议

第十三章2017-2022年中国LED电视企业投资战略与客户策略分析

13.1LED电视企业发展战略规划背景意义

13.1.1企业转型升级的需要

13.1.2企业做大做强的需要

13.1.3企业可持续发展需要

13.2LED电视企业战略规划制定依据

13.2.1国家政策支持

13.2.2行业发展规律

13.2.3企业资源与能力

13.2.4可预期的战略定位

13.3LED电视企业战略规划策略分析

13.3.1战略综合规划

13.3.2技术开发战略

13.3.3区域战略规划

13.3.4产业战略规划

13.3.5营销品牌战略

13.3.6竞争战略规划

13.4LED电视中小企业发展战略研究

13.4.1中小企业存在主要问题

- (1) 缺乏科学的发展战略
- (2) 缺乏合理的企业制度
- (3) 缺乏现代的企业管理
- (4) 缺乏高素质的专业人才
- (5) 缺乏充足的资金支撑

13.4.2中小企业发展战略思考

- (1) 实施科学的发展战略
- (2) 建立合理的治理结构
- (3) 实行严明的企业管理
- (4) 培养核心的竞争实力
- (5) 构建合作的企业联盟

第十四章研究结论及建议

14.1研究结论

14.2建议

14.2.1行业发展策略建议

14.2.2行业投资方向建议

14.2.3行业投资方式建议

图表目录

图表：LED电视行业特点

图表：LED电视行业生命周期

图表：LED电视行业产业链分析

图表：2014-2016年LED电视行业市场规模分析

图表：2017-2022年LED电视行业市场规模预测

图表：中国LED电视行业盈利能力分析

图表：中国LED电视行业运营能力分析

图表：中国LED电视行业偿债能力分析

图表：中国LED电视行业发展能力分析

图表：中国LED电视行业经营效益分析

图表：2014-2016年LED电视重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国LED电视行业销售情况分析

图表：2014-2016年中国LED电视行业利润情况分析

图表：2014-2016年中国LED电视行业资产情况分析

(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/278917278917.html>