

2019-2025年中国平板电视市场竞争格局及投资风险预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国平板电视市场竞争格局及投资风险预测报告》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://www.chyxx.com/research/201903/720444.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

平板电视 FPD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、等离子显示PDP、有机电致发光显示OLED、表面传导电子发射显示SED等几大技术类型的电视产品。

智研咨询发布的《2019-2025年中国平板电视市场竞争格局及投资风险预测报告》共十章。首先介绍了平板电视相关概念及发展环境，接着分析了中国平板电视规模及消费需求，然后对中国平板电视市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国平板电视面临的机遇及发展前景。您若想对中国平板电视有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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。

报告目录：

第一章 概述

1.1 定义

1.1.1 平板电视

1.1.2 液晶电视

1.1.3 等离子电视

1.2 液晶电视原理及技术

1.2.1 液晶电视基本构成

1.2.2 解析LCD液晶原理

1.2.3 浅析液晶电视技术

1.3 等离子电视的原理及技术

1.3.1 等离子电视的显示原理及构造

1.3.2 PDP等离子电视技术

1.3.3 等离子电视的主要技术指标

第二章 2016-2018年彩电行业发展分析

2.1 彩电行业发展沿革及现状

2.1.1 彩电行业发展历程

2.1.2 中国彩电技术发展的历史演变

2.1.3 国产彩电重新占据市场主导地位

2.1.4 中国彩电业逐步融入互联网

2.2 2016-2018年彩电市场运行分析

2.2.1 2016年中国彩电市场产销情况

2.2.2 2017年中国彩电市场产销分析

2.2.3 2018年中国彩电市场发展新动态

2.3 2016-2018年彩电产品产量数据分析

2.3.1 2016年主要省份彩色电视机产量分析

2.3.2 2017年主要省份彩色电视机产量分析

2.3.3 2018年主要省份彩色电视机产量分析

2.4 2016-2018年彩电行业竞争分析

2.4.1 中国彩电业竞争环境走向分析

2.4.2 解析彩电业竞争的关键因素

2.4.3 国产彩电积极对抗外资高端品牌

2.4.4 彩电市场中外品牌技术竞争成焦点

2.5 彩电业存在的问题

2.5.1 中国彩电业面临的困境

2.5.2 国内彩电业发展面临六大危机

2.5.3 彩电业网络化发展面临诸多障碍

2.5.4 我国彩电行业存在资源整合难题

2.6 中国彩电业的发展策略

2.6.1 中国彩电业的发展有赖于信息家电

2.6.2 彩电业突破的八个机会点

2.6.3 外观设计为中国彩电企业一个突破口

2.6.4 进一步促进彩电业发展的对策

第三章 2016-2018年平板电视产业分析

3.1 中国平板电视行业的状况综述

3.1.1 中国平板电视行业的发展现状

3.1.2 中国平板电视行业的发展模式

3.1.3 中国平板电视行业发展的经验和教训

3.1.4 中国彩电企业在平板时代的优势

3.2 2016-2018年中国平板电视行业分析

3.2.1 中国平板电视业运行回顾

3.2.2 2016年中国平板电视行业发展状况

3.2.3 2017年中国平板电视行业的发展

3.2.4 2018年中国平板电视行业发展动态

3.3 2016-2018年中国平板电视市场关注度分析

- 3.3.1 中国平板电视市场关注度整体分析
- 3.3.2 中国平板电视市场品牌结构关注分析
- 3.3.3 中国平板电视市场产品规格关注分析
- 3.3.4 中国平板电视市场价位区间关注分析
- 3.4 2016-2018年平板电视产业链分析
 - 3.4.1 中国平板电视企业进军产业链上游
 - 3.4.2 中国已初步具备平板电视产业链基础
 - 3.4.3 中国平板电视产业链不完善
 - 3.4.4 平板电视产业链发展受国家专项资金扶持
- 3.5 中国平板电视市场发展存在的问题及挑战
 - 3.5.1 四大瓶颈制约着中国平板电视产业发展
 - 3.5.2 中国平板电视产品缺乏可靠性标准规范
 - 3.5.3 中国平板电视市场外资品牌亟须寻找和谐发展
- 3.6 基于市场调查之上的平板电视行业发展策略分析
 - 3.6.1 产品宣传策略
 - 3.6.2 价格策略
 - 3.6.3 渠道策略
 - 3.6.4 品牌策略
- 第四章 2016-2018年液晶电视发展分析
 - 4.1 中国液晶电视产业发展状况综述
 - 4.1.1 中国发展成为全球第三大液晶电视消费市场
 - 4.1.2 国家政策推动液晶电视进入农村市场
 - 4.1.3 中国液晶电视市场竞争态势简析
 - 4.1.4 国产液晶电视品牌以价值战应对市场挑战
 - 4.2 2016-2018年液晶电视市场综合分析
 - 4.2.1 液晶电视市场增长幅度下滑
 - 4.2.2 2016年液晶电视市场销量分析
 - 4.2.3 2017年液晶电视市场销量状况
 - 4.2.4 2018年液晶电视市场销售动态
 - 4.3 2016年中国液晶电视市场分析
 - 4.3.1 品牌格局
 - 4.3.2 产品关注度
 - 4.3.3 产品特征
 - 4.4 2017年中国液晶电视市场分析
 - 4.4.1 品牌格局

4.4.2 产品关注度

4.4.3 市场价格

4.5 2018年中国液晶电视市场分析

4.5.1 品牌格局

4.5.2 产品关注度

4.5.3 市场价格

第五章 2016-2018年等离子电视发展分析

5.1 等离子电视产业发展综合分析

5.1.1 等离子电视产业环境浅析

5.1.2 等离子电视产品与技术的发展现状

5.1.3 等离子电视引领护眼电视时代

5.1.4 等离子电视行业标准出台进入规范化发展

5.2 2016-2018年等离子电视市场分析

5.2.1 等离子电视市场发展综述

5.2.2 2016年等离子电视市场发展解析

5.2.3 2017年等离子电视市场发展分析

5.2.4 2018年等离子电视市场发展动态

5.3 等离子电视行业存在的问题

5.3.1 32英寸等离子陷入困境

5.3.2 产业链封闭是等离子电视的致命缺陷

5.3.3 等离子电视功耗难题亟待解决

5.4 等离子电视发展对策分析

5.4.1 等离子电视的数字化特性有望使其崛起

5.4.2 等离子电视产业发展有赖于各方合作

5.4.3 等离子电视市场运作策略

5.4.4 盘活等离子电视市场的策略

第六章 2016-2018年显示面板产业发展分析

6.1 2016-2018年中国液晶面板产业发展现状

6.1.1 我国大尺寸液晶面板供货状况

6.1.2 国内液晶面板市场发展分析

6.1.3 中国大陆液晶面板厂商争相发展高代线

6.1.4 我国液晶面板产业发展建议

6.2 2016-2018年广东液晶面板产业发展分析

6.2.1 广东打造液晶面板产业群

6.2.2 广东液晶电视面板发展现状及目标

6.2.3 广东液晶面板项目建设取得新进展

6.2.4 广东政府推动液晶面板产业发展

6.3 2016-2018年台湾液晶面板产业发展分析

6.3.1 中国台湾TFT-LCD产业发展概述

6.3.2 台湾液晶面板企业发力大陆市场

6.3.3 台湾面板厂商面临的挑战与优势

6.3.4 台湾五大液晶面板企业概况

6.4 2016-2018年等离子面板（PDP）发展分析

6.4.1 中国等离子面板产业开始前行

6.4.2 中国民族离子面板产业发展现状

6.4.3 等离子面板市场发展形势及策略

6.4.4 等离子面板产业的未来趋势

6.5 2016-2018年OLED面板发展分析

6.5.1 OLED的相关概述

6.5.2 OLED面板市场快速增长

6.5.3 OLED市场应用前景广阔

6.5.4 电视用OLED面板市场发展展望

第七章 国外企业分析

7.1 三星

7.1.1 公司简介

7.1.2 三星在美国平板电视市场保持首位

7.1.3 三星批量生产3D液晶平板电视

7.1.4 三星液晶平板电视的发展

7.1.5 三星平板电视市场的制胜策略探讨

7.2 松下

7.2.1 公司简介

7.2.2 松下平板电视销量创佳绩

7.2.3 松下平板电视销售情况

7.2.4 松下平板电视发展动态

7.3 索尼

7.3.1 公司简介

7.3.2 索尼平板电视新品售价下滑

7.3.3 索尼称雄印度平板电视市场

7.3.4 索尼平板电视市场发展现状

7.3.5 索尼平板电视在中国衰落的缘由

7.4 飞利浦

7.4.1 公司简介

7.4.2 飞利浦主推采用LED背光技术的平板电视产品

7.4.3 飞利浦流光溢彩平板电视主打健康舒适主题

7.4.4 飞利浦平板电视获消费者好评

7.5 夏普

7.5.1 公司简介

7.5.2 夏普换帅积极应战平板市场

7.5.3 夏普四色技术引领平板电视革新

7.5.4 夏普再次验证液晶电视霸主地位

7.6 LG

7.6.1 公司简介

7.6.2 LG平板电视生产基落户沈阳

7.6.3 LG重返日本平板电视市场

7.6.4 LG平板电视市场发展现状

7.6.5 LG平板电视全球销量概况

第八章 国内平板电视企业分析

8.1 四川长虹

8.1.1 公司简介

8.1.2 企业核心竞争力

8.1.3 经营效益分析

8.1.4 业务经营分析

8.2 康佳集团

8.2.1 公司简介

8.2.2 企业核心竞争力

8.2.3 经营效益分析

8.2.4 业务经营分析

8.3 海信电器

8.3.1 公司简介

8.3.2 企业核心竞争力

8.3.3 经营效益分析

8.3.4 业务经营分析

8.4 厦华电子

8.4.1 公司简介

8.4.2 企业核心竞争力

8.4.3 经营效益分析

8.4.4 业务经营分析

8.5 创维集团

8.5.1 公司简介

8.5.2 企业核心竞争力

8.5.3 经营效益分析

8.5.4 业务经营分析

8.6 TCL集团

8.6.1 公司简介

8.6.2 企业核心竞争力

8.6.3 经营效益分析

8.6.4 业务经营分析

第九章 2016-2018年平板电视产业竞争分析

9.1 平板电视市场竞争现状

9.1.1 平板电视走向价值竞争

9.1.2 平板电视竞争转向三四级市场

9.1.3 节能成平板电视市场竞争焦点

9.1.4 平板电视市场将回归理性竞争

9.2 中国平板电视产业竞争力分析

9.2.1 缺乏核心技术致平板电视产业竞争力下降

9.2.2 创新能力决定平板电视产业的竞争力

9.2.3 国产平板电视企业上游竞争力结构有待建立

9.3 平板电视中外品牌竞争分析

9.3.1 国产品牌引领等离子电视市场

9.3.2 国产等离子电视品牌打败国外品牌

9.3.3 液晶面板降价使国产品牌市场话语权增强

9.3.4 合资与国产品牌两大阵营竞争升级

9.4 液晶与等离子电视竞争分析

9.4.1 等离子电视与液晶电视竞争格局

9.4.2 等离子与液晶电视争夺大屏幕市场

9.4.3 液晶电视与等离子电视的发展动态

9.4.4 液晶电视与等离子电视的竞争态势

第十章 平板电视产业机遇及前景趋势分析（ZYYF）

10.1 中国平板电视行业未来发展机遇

10.1.1 国内市场的旺盛需求提供稳定的成长空间

10.1.2 商用市场将为平板电视开启一片新的天地

10.1.3 国际市场将成为重要市场机遇

10.1.4 国家数字电视标准刺激平板电视产业发展

10.1.5 家电下乡给平板电视带来的市场机遇

10.2 中国平板电视市场前景及趋势

10.2.1 中国的平板电视时代将会提前来临

10.2.2 2019-2025年中国平板电视市场规模预测分析

10.2.3 我国平板电视消费的主要趋势

10.2.4 平板电视节能环保趋势解析

10.3 中国平板电视面临的产业环境

10.3.1 宽松的政策环境

10.3.2 技术发展趋势

10.3.3 需求趋势

图表目录：

图表：彩电市场结构

图表：中国彩电零售市场分技术类型产品结构

图表：中国彩电零售量占有率变化情况

图表：54.55%的经销商认为100/120Hz倍频技术值得宣传推广

图表：用户最希望平板电视可以拥有的一项功能调查

图表：平板电视用户拥有的主要功能调查

图表：57.14%厂商认为地面数字一体机将成为未来平板电视发展趋势

图表：16.13%经销商认为地面数字一体机产品值得宣传推广

图表：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状况

图表：平板电视产品价格季度变化

图表：中国家庭平板电视普及率

图表：平板电视关注占比

图表：液晶电视品牌关注前十名

图表：等离子电视品牌关注前十名

图表：平板电视尺寸区间关注度

图表：平板电视分辨率关注度

图表：平板电视价格区间关注度

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的调查

图表：厂商推广平板电视产品的途径调查

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的调查
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调查
图表：经销商认为平板电视最有诱惑力的促销方式调查
图表：用户优先购买平板电视的途径调查
图表：厂商认为平板电视产品保持竞争优势需要具备的条件
图表：经销商认为平板电视宣传推广中要强调的产品优势
图表：液晶电视品牌关注分布状况
图表：液晶电视市场主要品牌关注度情况
图表：液晶电视品牌关注度前10位排名情况
图表：不同尺寸液晶电视产品的关注度情况
图表：最受关注前20位液晶电视产品型号
图表：中国液晶电视市场品牌关注度情况
图表：液晶电视关注度前十名的产品型号
图表：中国最受用户关注的15大液晶电视品牌排名
图表：中国最受用户关注的10大液晶电视品牌对比
图表：中国液晶电视品牌关注排名
图表：液晶电视品牌关注比例分布
图表：液晶电视品牌关注排行
图表：中国液晶电视国际品牌关注排名
图表：中国液晶电视国内品牌关注排名
图表：不同价位段液晶电视关注份额
图表：不同背光方式液晶电视关注份额
图表：不同屏幕尺寸液晶电视关注份额
图表：中国液晶电视产品关注排名
图表：中国液晶电视市场不同类型产品关注比例走势
图表：中国大尺寸液晶面板供货量统计
图表：中国大尺寸液晶面板分类应用统计
图表：OLED与其它平板、CRT显示器的性能对比
更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201903/720444.html>