2021-2027年中国彩电行业
分析与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国彩电行业分析与投资战略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：http://www.cction.com/report/202101/200196.html

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司
订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838
海外报告销售: 010-69365838
Email: kefu@gonyn.com
联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

电视（television/video）:彩色电视机的简称用电的方法即时传送活动的视觉图像。同电影相似，电视利用人眼的视觉残留效应显现一帧帧渐变的静止图像，形成视觉上的活动图像。电视系统的发送端把景物的各个微细部分按亮度和色度转换为电信号后，顺序传送。在接收端按相应的几何位置显现各微细部分的亮度和色度来重现整幅原始图像。简单来说就是有颜色的电视。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国彩电行业分析与投资战略报告》共十八章。首先介绍了中国彩电行业市场发展环境、彩电整体运行态势等，接着分析了中国彩电行业市场运行的现状，然后介绍了彩电市场竞争格局。随后，报告对彩电做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国彩电行业发展趋势与投资预测。您若想对彩电产业有个系统的了解或者想投资中国彩电行业，本报告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2019年全球彩电市场分析
一、2019年全球彩电市场现状分析
二、2019年主要国家彩电市场现状
三、2019年全球彩电行业格局分析
四、2019年全球彩电市场格局分析
第二节2019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、2012-2019年美国彩电市场分析
二、2012-2019年欧洲彩电市场分析
三、2012-2019年日本彩电市场分析
四、2012-2019年韩国彩电市场分析
五、2012-2019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2014-2019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、2019年彩电行业发展情况分析

第三节2019年全国彩电市场分析

一、2019年全国彩电市场规模分析

二、2019年全国彩电市场变化趋势

三、2019年彩电市场销量情况分析

四、2019年中国彩电市场销量分析

第四节2019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2019年彩电产量分析

一、2019年彩电产量分析

二、2019年彩电主要产品产量分析

第二节2019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2019年中国彩电行业绩效分析所属

一、2019年所属行业规模情况

二、2019年所属行业盈利能力

三、2019年所属行业经营发展能力

四、2019年所属行业偿债能力分析

第四节2007-2019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2019年中国彩电进出口状况分析
第.一节2019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2019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2019年中国彩电进出口均价分析
第四节2019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2019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2019年中国彩电进出口影响因素分析

第六章2019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、2019年CRT彩电发展现状分析
三、2019年CRT彩电市场规模分析
四、2019年CRT彩电行业竞争格局
五、2021-2027年CRT彩电发展趋势
第二节平板电视市场分析
一、2019年平板电视行业发展现状
二、2019年平板电视市场需求分析
三、2019年平板电视市场规模分析
四、2019年平板电视竞争格局分析
五、2021-2027年平板电视发展趋势
第三节液晶电视市场分析
一、2019年液晶电视市场发展分析

二、2019年液晶电视市场结构分析
三、2019年液晶电视市场规模分析
四、2019年液晶电视竞争格局分析
五、2021-2027年平板电视发展趋势
第四节等离子电视市场分析
一、2019年等离子电视行业发展现状
二、2019年等离子电视市场结构分析
三、2019年等离子电视市场规模分析
四、2019年等离子电视市场竞争格局
五、2021-2027年等离子电视发展趋势
第五节3D电视市场分析
一、2019年3D电视市场发展现状
二、2019年3D电视市场需求分析
三、2019年3D电视市场规模分析
四、2019年3D电视竞争格局分析
五、2021-2027年3D电视发展趋势
第六节智能电视市场分析
一、2019年智能电视市场发展现状
二、2019年智能电视市场需求情况
三、2019年智能电视市场规模分析
四、2019年智能电视竞争格局分析
五、2021-2027年智能电视发展趋势

第七章2019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、2019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2019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2019年彩电行业竞争格局分析
一、2019年中国彩电市场外资竞争分析
二、2019年中国彩电市场竞争分析
三、2019年中国主要彩电企业竞争格局
四、2021-2027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2019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2021-2027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2021-2027年中国彩电市场趋势分析
一、2021-2027年彩电产业链发展趋势
二、2021-2027年行业商业模式发展趋势
三、2021-2027年彩电行业渠道发展趋势
四、2021-2027年彩电行业品牌发展趋势
五、2021-2027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、2021-2027年彩电产品消费预测
二、2021-2027年彩电行业销售收入预测
三、2021-2027年彩电行业销售产值预测
四、2021-2027年彩电行业利润总额预测
五、2021-2027年彩电行业总资产预测
第二节2021-2027年中国彩电行业供需预测
一、2021-2027年中国彩电供给预测
二、2021-2027年中国城镇居民彩电拥有量
三、2021-2027年中国农村居民彩电拥有量
四、2021-2027年中国彩电供需平衡预测
五、2021-2027年中国彩电产品价格预测

六、2021-2027年中国彩电产品进出口预测

第十五章2012-2019年彩电行业投资现状分析

第.一节2012-2019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2019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2012-2019年彩电行业投资环境分析

第.一节2019年中国宏观经济发展环境分析

一、2019年中国GDP增长情况分析

二、2019年工业经济发展形势分析

三、2019年全社会固定资产投资分析

四、2019年社会消费品零售总额分析

五、2019年城乡居民收入与消费分析

六、2019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、2019年彩电技术发展分析

三、2021-2027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2021-2027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、2019年中国家电业景气指数
二、2019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、2021-2027年中国彩电行业毛利率分析
二、2021-2027年彩电行业成本费用利润率
三、2021-2027年彩电行业销售利润率分析
四、2021-2027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、2021-2027年影响彩电行业运行的有利因素分析
二、2021-2027年影响彩电行业运行的稳定因素分析
三、2021-2027年影响彩电行业运行的不利因素分析

四、2021-2027年中国彩电行业发展面临的挑战分析
五、2021-2027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、2021-2027年彩电行业市场风险及控制策略
二、2021-2027年彩电行业政策风险及控制策略
三、2021-2027年彩电行业出口风险及控制策略
四、2021-2027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、2019年家电行业投资战略

二、2019年彩电行业投资战略
三、2021-2027年彩电行业投资战略（）

部分图表目录：

图表1彩电产业链构成情况
图表22019年全球彩电按技术类别出货量
图表32008-2019年全球LCDTV电视出货量变化趋势图
图表42012-2019年全球LCD电视销售收入变化趋势图
图表52008-2019年全球LCD电视市场平均尺寸情况
图表62019年全球平板电视品牌按营收占比排名
图表72019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102017年中国彩电所属行业经济指标统计
图表112019年中国彩电所属行业经济指标统计
图表122019年中国彩电所属行业前五省区企业数量排名
图表132019年中国彩电所属行业前五省区资产总计排名
图表142019年中国彩电所属行业前五省区销售收入排名
图表152019年中国彩电所属行业前五省区利润总额排名
图表162019年中国彩电所属行业经济指标统计
图表172019年中国彩电所属行业前五省区企业数量排名
图表182019年中国彩电所属行业前五省区资产总计排名
图表192019年中国彩电所属行业前五省区销售收入排名
图表202019年中国彩电所属行业前五省区利润总额排名
图表212007-2019年中国彩电市场销量变化趋势图
图表222007-2019年中国彩电所属行业企业数量增长趋势图
更多图表见正文……

详细请访问：http://www.cction.com/report/202101/200196.html