

2024-2030年中国平板电视 行业前景展望与市场供需预测报告

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

《2024-2030年中国平板电视行业前景展望与市场供需预测报告》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/202310/416004.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

平板电视FPD（Flat Panel Display）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（Liquid Crystal Display）、等离子显示PDP（Plasma Display Panel）、有机电致发光显示OLED（Organic Light Emitting Display）、表面传导电子发射显示SED（Surface-conduction Electron-emitter Display）等几大技术类型的电视产品。

2021年，受疫情冲击、面板价格高位运行、小屏产品替代等因素影响，彩电市场需求疲弱，行业下行压力加大。2021年我国彩电零售量首度跌破4000万大关，为3835万台，同比下降13.8%；2021年中国彩电零售额规模达到1289亿元，同比增长6.6%；行业利润率约为1.8%。2022年受疫情影响，行业面临物流受阻货运量下滑、出行管控客流量减少的双重压力，一季度中国彩电行业可谓开局艰难，全渠道零售量规模为883.1万台，同比下降10.8%；零售额规模为277亿元，同比下降11.0%。

目前我国彩电行业市场集中度较高，行业竞争激烈，2021年中国彩电市场TOP10品牌的市场零售量份额达到了88%，较上年增长了2个百分点。线上市场中，市场份额前三的为海信、小米和TCL，市场份额分别为16.19%、16%和12.08%；线下市场中，市场份额前三的为海信、创维和TCL，市场份额分别为24.28%、17.95%和14.61%。

2021年8月1日，GB 24850-2020《平板电视与机顶盒能效限定值及能效等级》正式实施，相比之前，新版标准更加适应现在市场的主流产品，并包括了8K电视、OLED电视等新兴的产品门类。从新版标准可以看出，OLED电视在测量时和液晶电视还是略有区别的，但整体计算方法保持不变，另外，由于技术的进步以及对节能环保的支持，新版标准将过去3级能效等级拓展为5级，1级能效指标为4.0，2级能效指标为3.0（相当于原1级能效）。针对OLED电视和8K电视的实际表现，增设了4级和5级能效。消费者可以按需选购。

国务院总理李克强2022年4月13日主持召开国务院常务会议，部署促进消费的政策举措，助力稳定经济基本盘和保障改善民生。文件提到，鼓励汽车、家电等大宗消费。同时，北京等地方家电补贴政策加速落地，北京市将自2022年4月18日起至9月底面向在京消费者发放总额超3亿元的绿色节能消费券，涵盖20大类家电和3C产品，包括京东、苏宁、大中、国美、百安居等在内的企业均已参与到此次活动中。分析认为，在相关消费政策的支持下，平板电视产业有望获得新的增长动力。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国平板电视行业前景展望与市场供需预测报告》共十章。首先介绍了彩色电视、平板电视的相关定义及分类等，接着分析了平板电视行业发展环境、彩电行业和平板电视产业的发展状况，然后分别介绍了液晶电视、OLED电视、激光电视的发

展。随后，报告对平板电视市场做了国内外重点企业运营状况分析和行业竞争分析，最后分析和预测了平板电视市场的未来发展机遇与发展趋势。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国家用电器协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对平板电视产业有个系统深入的了解、或者想投资平板电视行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 平板电视的相关概述

1.1 彩电的主要分类

1.1.1 显像管电视

1.1.2 平板电视

1.1.3 背投电视

1.1.4 投影电视

1.2 平板电视的主要类型

1.2.1 液晶电视

1.2.2 等离子电视

1.2.3 OLED电视

1.2.4 QLED量子点电视

1.3 液晶电视原理及技术

1.3.1 液晶电视基本构成

1.3.2 液晶显示原理分析

1.3.3 液晶电视显示特点

第二章 2021-2023年平板电视行业发展环境分析

2.1 社会环境分析

2.1.1 社会消费规模

2.1.2 居民收入水平

2.1.3 居民消费结构

2.1.4 消费者特征分析

2.1.5 老龄化趋势加快

- 2.2 政策环境分析
 - 2.2.1 家电补贴政策分析
 - 2.2.2 家电以旧换新政策
 - 2.2.3 高清电视利好政策
 - 2.2.4 三胎政策带来的利好
 - 2.2.5 能效等级标准发布
- 2.3 全球市场环境分析
 - 2.3.1 全球电视出货量规模
 - 2.3.2 全球电视品牌排名
 - 2.3.3 电视代工市场分析
- 2.4 家电行业发展状况
 - 2.4.1 市场销售规模
 - 2.4.2 企业营收规模
 - 2.4.3 产品零售均价
 - 2.4.4 行业出口规模
 - 2.4.5 市场发展态势

第三章 2021-2023年中国彩电行业发展分析

- 3.1 2021-2023年彩电市场运行分析
 - 3.1.1 市场零售规模
 - 3.1.2 渠道变化情况
 - 3.1.3 市场价格特点
 - 3.1.4 产品升级加快
 - 3.1.5 技术场景重构
 - 3.1.6 市场发展展望
- 3.2 2019-2021年全国彩色电视机产量分析
 - 3.2.1 2019-2021年全国彩色电视机产量趋势
 - 3.2.2 2019年全国彩色电视机产量情况
 - 3.2.3 2020年全国彩色电视机产量情况
 - 3.2.4 2021年全国彩色电视机产量情况
 - 3.2.5 彩色电视机产量分布情况
- 3.3 彩电市场竞争格局分析

- 3.3.1 竞争阵营分布
- 3.3.2 市场竞争格局
- 3.3.3 市场集中度分析
- 3.3.4 企业布局动态
- 3.3.5 企业发展方向
- 3.4 彩电市场消费满意度调查
 - 3.4.1 调查样本分布
 - 3.4.2 家庭结构分析
 - 3.4.3 主流电视品牌
 - 3.4.4 购买关注的因素
 - 3.4.5 整体满意度评价
 - 3.4.6 售前服务满意度
 - 3.4.7 使用满意度调查
 - 3.4.8 售后服务满意度
- 3.5 彩电制造智能升级对策建议
 - 3.5.1 智能制造升级背景
 - 3.5.2 智能制造升级挑战
 - 3.5.3 智能制造升级路径
 - 3.5.4 建立5G互联平台
- 3.6 彩电产品发展趋势特点分析
 - 3.6.1 尺寸超大化趋势
 - 3.6.2 产品技术升级趋势
 - 3.6.3 产品功能多样化趋势
 - 3.6.4 产品购买渠道趋势

第四章 2021-2023年中国平板电视产业发展分析

- 4.1 平板电视产业链分析
 - 4.1.1 产业链结构分析
 - 4.1.2 产业链价值分布
 - 4.1.3 产业上游分析
 - 4.1.4 产业中游分析
 - 4.1.5 产业下游分析

- 4.2 中国平板电视行业发展综述
 - 4.2.1 行业发展历程
 - 4.2.2 国产品牌崛起
 - 4.2.3 行业发展现状
 - 4.2.4 疫情对行业影响
 - 4.2.5 市场热点分析
- 4.3 平板电视上市公司财务状况分析
 - 4.3.1 上市公司规模
 - 4.3.2 上市公司分布
 - 4.3.3 经营状况分析
 - 4.3.4 盈利能力分析
 - 4.3.5 营运能力分析
 - 4.3.6 成长能力分析
 - 4.3.7 现金流量分析
- 4.4 平板电视以旧换新发展分析
 - 4.4.1 以旧换新的影响因素
 - 4.4.2 以旧换新的机遇分析
 - 4.4.3 以旧换新的发展动力
- 4.5 平板电视行业发展问题及对策分析
 - 4.5.1 行业发展问题分析
 - 4.5.2 行业供给问题分析
 - 4.5.3 行业发展对策分析
- 4.6 平板电视行业营销策略分析
 - 4.6.1 口碑营销策略
 - 4.6.2 体验营销策略
 - 4.6.3 事件营销策略
 - 4.6.4 社群营销策略

第五章 2021-2023年中国液晶电视行业发展分析

- 5.1 全球液晶电视面板市场分析
 - 5.1.1 全球液晶面板出货量
 - 5.1.2 液晶电视面板出货量

- 5.1.3 液晶电视面板区域格局
- 5.1.4 液晶电视面板厂商格局
- 5.1.5 液晶电视面板尺寸结构
- 5.1.6 液晶电视面板价格走势
- 5.1.7 液晶电视面板发展展望
- 5.2 中国液晶面板行业发展状况
 - 5.2.1 中国液晶面板发展优势
 - 5.2.2 中国液晶面板产能状况
 - 5.2.3 液晶面板厂平均稼动率
 - 5.2.4 液晶面板企业业绩状况
- 5.3 中国液晶电视市场运行分析
 - 5.3.1 液晶电视成本构成
 - 5.3.2 中国液晶电视产销量
 - 5.3.3 超大尺寸液晶电视销量
 - 5.3.4 超大尺寸液晶电视品牌
 - 5.3.5 液晶电视机进出口状况
 - 5.3.6 Mini LED电视发展现状
 - 5.3.7 Mini LED电视发展方向

第六章 2021-2023年中国OLED电视行业发展分析

- 6.1 OLED显示面板行业发展状况
 - 6.1.1 全球OLED面板出货量
 - 6.1.2 全球OLED显示面板营收
 - 6.1.3 韩国OLED面板市场分析
 - 6.1.4 中国OLED面板产能建设
 - 6.1.5 京东方OLED面板布局
- 6.2 全球OLED电视市场运行分析
 - 6.2.1 全球OLED电视出货量
 - 6.2.2 全球OLED电视发展现状
 - 6.2.3 全球OLED电视发展优势
 - 6.2.4 全球OLED电视品牌格局
 - 6.2.5 日本OLED电视销量分析

- 6.2.6 三星OLED电视业务布局
- 6.2.7 全球OLED电视技术趋势
- 6.2.8 全球OLED电视市场预测
- 6.3 中国OLED电视行业发展综述
 - 6.3.1 OLED电视销量分析
 - 6.3.2 OLED电视价格走势
 - 6.3.3 Micro LED电视发展
 - 6.3.4 OLED电视发展方向
 - 6.3.5 OLED电视投资时点

第七章 2021-2023年激光电视行业发展分析

- 7.1 中国激光电视技术优势分析
 - 7.1.1 激光显示技术特点
 - 7.1.2 激光显示技术现状
 - 7.1.3 激光电视核心器件
 - 7.1.4 激光电视性能比较
 - 7.1.5 激光电视技术优势
 - 7.1.6 激光电视终端优势
- 7.2 中国激光电视市场运行分析
 - 7.2.1 激光电视行业标准
 - 7.2.2 激光电视成本构成
 - 7.2.3 激光电视出货量
 - 7.2.4 激光电视价格变化
 - 7.2.5 激光电视产品结构
 - 7.2.6 激光电视产业链发展
- 7.3 中国激光电视市场竞争格局分析
 - 7.3.1 激光电视竞争梯队
 - 7.3.2 激光电视市场份额
 - 7.3.3 激光电视国产化率
 - 7.3.4 激光电视重点品牌
- 7.4 中国激光电视消费者偏好分析
 - 7.4.1 激光电视消费者特征

- 7.4.2 消费者尺寸偏好分析
- 7.4.3 消费者购买考虑因素
- 7.5 中国激光电视行业发展问题及策略
 - 7.5.1 激光电视发展问题
 - 7.5.2 激光电视发展策略
- 7.6 中国激光电视行业发展展望
 - 7.6.1 激光电视发展潜力
 - 7.6.2 激光电视发展机遇
 - 7.6.3 激光电视规模预测
 - 7.6.4 激光电视发展趋势
 - 7.6.5 激光电视发展前景

第八章 2020-2023年国外平板电视重点企业分析

- 8.1 三星电子 (Samsung Electronics)
 - 8.1.1 企业发展概况
 - 8.1.2 主要业务范围
 - 8.1.3 电视业务状况
 - 8.1.4 2020年企业经营状况分析
 - 8.1.5 2021年企业经营状况分析
 - 8.1.6 2022年企业经营状况分析
- 8.2 松下 (Panasonic)
 - 8.2.1 企业发展概况
 - 8.2.2 主要业务范围
 - 8.2.3 电视产业布局
 - 8.2.4 2021财年企业经营状况分析
 - 8.2.5 2022财年企业经营状况分析
 - 8.2.6 2023财年企业经营状况分析
- 8.3 索尼 (Sony Corporation)
 - 8.3.1 企业发展概况
 - 8.3.2 电视产品介绍
 - 8.3.3 2020财年企业经营状况分析
 - 8.3.4 2021财年企业经营状况分析

8.3.5 2022财年企业经营状况分析

8.4 飞利浦 (Philips)

8.4.1 企业发展概况

8.4.2 主要电视产品

8.4.3 电视业务布局

8.4.4 2020年企业经营状况分析

8.4.5 2021年企业经营状况分析

8.4.6 2022年企业经营状况分析

8.5 夏普 (Sharp)

8.5.1 企业发展概况

8.5.2 主要业务范围

8.5.3 产业布局动态

8.5.4 2020财年企业经营状况分析

8.5.5 2021财年企业经营状况分析

8.5.6 2022财年企业经营状况分析

8.6 乐金显示 (LG Display)

8.6.1 企业发展概况

8.6.2 业务调整状况

8.6.3 2020年企业经营状况分析

8.6.4 2021年企业经营状况分析

8.6.5 2022年企业经营状况分析

第九章 2018-2022年国内平板电视重点企业分析

9.1 四川长虹电器股份有限公司

9.1.1 企业发展概况

9.1.2 主要业务范围

9.1.3 经营效益分析

9.1.4 业务经营分析

9.1.5 财务状况分析

9.1.6 核心竞争力分析

9.1.7 公司发展战略

9.1.8 未来前景展望

9.2 康佳集团股份有限公司

9.2.1 企业发展概况

9.2.2 主要业务范围

9.2.3 经营效益分析

9.2.4 业务经营分析

9.2.5 财务状况分析

9.2.6 核心竞争力分析

9.2.7 未来前景展望

9.3 海信视像科技股份有限公司

9.3.1 企业发展概况

9.3.2 业务发展布局

9.3.3 产业发展实力

9.3.4 经营效益分析

9.3.5 业务经营分析

9.3.6 财务状况分析

9.3.7 核心竞争力分析

9.3.8 公司发展战略

9.3.9 未来前景展望

9.4 创维集团有限公司

9.4.1 企业发展概况

9.4.2 主要业务范围

9.4.3 2020年企业经营状况分析

9.4.4 2021年企业经营状况分析

9.4.5 2022年企业经营状况分析

9.5 TCL科技集团股份有限公司

9.5.1 企业发展概况

9.5.2 主要业务范围

9.5.3 经营效益分析

9.5.4 业务经营分析

9.5.5 财务状况分析

9.5.6 核心竞争力分析

9.5.7 公司发展战略

9.6 北京小米科技有限责任公司

9.6.1 企业发展概况

9.6.2 电视业务状况

9.6.3 发展经验分析

9.6.4 2020年企业经营状况分析

9.6.5 2021年企业经营状况分析

9.6.6 2022年企业经营状况分析

9.7 华为投资控股有限公司

9.7.1 基本信息简介

9.7.2 主要业务范围

9.7.3 智慧屏产品特点

9.7.4 企业经营状况

9.7.5 未来前景展望

第十章 2024-2030年中国平板电视产业发展机遇及前景趋势分析

10.1 中国平板电视行业未来发展机遇

10.1.1 政策机遇分析

10.1.2 需求机遇分析

10.1.3 国际市场机遇

10.1.4 以旧换新机遇

10.2 平板电视行业投资方向及趋势分析

10.2.1 行业线性发展方向

10.2.2 人机交互成为趋势

10.2.3 产品广告亟待改善

10.2.4 内容投资或成方向

10.3 对2024-2030年中国平板电视行业预测分析

10.3.1 2024-2030年中国平板电视行业影响因素分析

10.3.2 2024-2030年中国彩色电视机产量预测

10.3.3 2024-2030年中国OLED电视销量预测

附录

附录一：平板电视与机顶盒能效限定值及能效等级

图表目录

- 图表1 2020年社会消费品零售总额分月同比增长速度
- 图表2 2020年社会消费品零售总额主要数据
- 图表3 2020-2021年社会消费品零售总额同比增速
- 图表4 2020-2021年按消费类型分零售额同比增速
- 图表5 2021-2022年社会消费品零售总额同比增速
- 图表6 2021-2022年按消费类型分零售额同比增速
- 图表7 2020年全国居民人均可支配收入平均数与中位数
- 图表8 2021年居民人均可支配收入平均数与中位数
- 图表9 2022年居民人均可支配收入平均数与中位数
- 图表10 2020年全国居民人均消费支出及构成
- 图表11 2021年居民人均消费支出及构成
- 图表12 2022年居民人均消费支出及构成
- 图表13 消费矩阵趋势
- 图表14 2022年地区家电补贴政策
- 图表15 GB 24850-2020标准液晶电视能源效率提升百分比
- 图表16 亮度分布图
- 图表17 极限八灰度九窗口信号对比
- 图表18 九点亮度带角度测试示意图
- 图表19 平板电视开机功率的确定
- 图表20 新旧标准能源效率测试差异
- 图表21 极限八灰度九窗口测试信号（码流）标准样品
- 图表22 GB 24850-2020标准机顶盒基础功耗提升百分比
- 图表23 网络机顶盒功率测试接线示意图
- 图表24 2016-2021年全球TV出货量与同比
- 图表25 2021年全球TV top10品牌出货规模
- 图表26 2021年全球电视代工市场出货及变化
- 图表27 2021年全球电视ODM工厂出货排名
- 图表28 2020-2021年中国家电行业市场销售规模
- 图表29 2020-2021年中国规模以上家电企业营收规模
- 图表30 2021年全国家电市场分品类零售均价

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/416004.html>