

2007-2008年中国平板电视 市场研究发展分析报告

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

《2007-2008年中国平板电视市场研究发展分析报告》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/200806/1285.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

报告目录

第一章、概述

第一节、定义

一、平板电视

二、液晶电视

三、等离子电视

第二节、液晶电视原理及技术

一、液晶电视基本构成

二、解析LCD液晶原理

三、浅析液晶电视的技术

第三节、等离子电视的原理及技术

一、等离子电视的显示原理及构造

二、PDP等离子电视技术

三、等离子电视的主要技术指标

第二章、彩电行业

第一节、彩电行业发展沿革及现状

一、彩电行业发展历程

二、彩电市场迈入产品并行时代

三、多元并存是当前中国彩电市场的特征

四、CRT彩电仍是市场主流产品

五、农村彩电市场消费状况

第二节、2005-2007年第一季度彩电市场分析

一、2005年中国彩电市场盘点

二、2006年中国彩电市场总体数据分析

三、2007年第一季度中国彩电市场状况

第三节、2005-2007年5月彩电产品产量数据分析

一、2005年1-12月全国市彩电产量

二、2006年1-12月全国及重点省市彩电产量

三、2007年1-5月全国及重点省市彩电产量

第四节、彩电行业竞争分析

一、中国彩电业竞争环境走向分析

二、解析彩电业竞争的关键因素

三、中国彩电业从竞争迈向竞合

四、彩电竞争呈现三种趋势

第五节、彩电业存在的问题

一、中国彩电业效益低下

二、中国彩电业存在的五大现实问题

三、中国彩电业面临的困境

四、中国彩电业品牌战略的缺失

五、国内彩电业发展面临六大危机

第六节、中国彩电业的发展策略

一、中国彩电业的发展有赖于信息家电

二、彩电业突破的八个机会点

三、中国彩电行业加快创新的六大对策

四、外观设计为中国彩电企业一个突破口

第三章、平板电视产业分析

第一节、国内外平板电视市场概况

一、世界平板电视市场综述

二、中外平板电视市场对比

三、平板电视进入普及时期

第二节、2007年1-6月平板电视市场分析

一、2007年1月平板电视市场回顾

二、2007年2月平板电视市场活跃

三、2007年5月平板电视市场新品迭出

四、2007年6月平板电视市场动态分析

第三节、2005-2007年第二季度城市消费者需求分析

一、2005年第三季度平板电视城市消费者需求分析

二、2006年前三季度平板电视城市消费者需求分析

三、2007年第一季度平板电视城市消费者需求分析

四、2007年第二季度平板电视城市消费者需求分析

第四节、平板电视产业链分析

一、跨国公司掌握平板电视产业链的利润

二、平板电视产业链集体扩张带动产能大战

三、平板电视企业进军产业链上游

四、中国平板电视产业链不完善

第五节、平板电视产业面临的挑战

一、平板电视价格及营销存在问题解析

二、四大瓶颈制约着中国平板电视产业发展

三、中国平板电视产业遭遇面板难题

四、中国平板电视产业的三大顽症

第四章、液晶电视

第一节、产业发展现状

一、中国液晶电视行业的“八强”格局

二、中国液晶电视产业增速放缓

三、液晶电视产业整合大势所向

第二节、2006-2007年5月液晶电视市场分析

一、2006年1-5月液晶电视市场分析

二、2006年第三季度液晶电视市场关注度分析

三、2006年第四季度液晶电视市场硝烟弥漫

四、2007年第一季度液晶电视市场透析

第三节、市场新进入者

一、新科发力液晶电视市场

二、京东方迈进下游液晶电视整机市场

三、神舟挺进液晶电视市场不被看好

四、优派迈入液晶电视市场

五、友达奇美意欲杀入液晶电视市场

第四节、液晶电视行业存在的问题

一、液晶电视行业标准的缺失

二、五大因素制约液晶电视产业的发展

三、危险与机会共存的中国液晶电视市场

第五章、等离子电视

第一节、等离子电视产业发展综合分析

一、等离子电视产业环境浅析

二、等离子电视产品与技术的发展现状

三、等离子电视行业集中度分析

四、等离子电视价格概况回顾

五、等离子产业面临新的发展机遇

第二节、2005-2007年等离子电视市场分析

一、2006年1-10月等离子电视市场份额透析

二、2006年中国等离子电视市场结构与规模变化

三、2007年上半年等离子电视市场解析

第三节、等离子电视行业存在的问题

一、等离子电视产业链发展不畅

二、32英寸等离子陷入困境

三、产业链封闭是等离子电视的致命缺陷

第四节、等离子电视发展对策分析

一、等离子电视的数字化特性有望使其崛起

二、2007年等离子电视市场反攻的优势分析

三、等离子电视产业发展有赖于各方合作

四、盘活等离子电视市场的策略

第六章、显示面板产业

第一节、中国液晶面板产业发展现状

一、国内液晶面板产业酝酿变局

二、液晶面板产业迎来新发展机遇

三、2005年中国液晶电视用液晶面板市场简述

四、2006年中国液晶电视面板市场供求分析

第二节、广东液晶面板产业

一、广东液晶面板行业投资趋暖

二、广东省液晶面板产业重现活力

三、广东打造液晶面板产业群

四、广东政府推动液晶面板产业发展

五、广东液晶面板低层次出口

第三节、台湾液晶面板产业

一、中国台湾TFT-LCD产业发展概述

二、台湾中小尺寸LCD面板产业正逐步崛起

三、台湾大尺寸LCD面板产业全景扫描

四、台湾面板产业打破日韩垄断

五、2007年台湾面板产值可望破兆元

第四节、等离子面板（PDP）

一、全球等离子面板年度出货首现衰退

二、中国等离子面板产业开始前行

三、LG等离子扩产意图面板市场翻盘

四、三星掌控等离子面板市场

第五节、OLED面板

一、OLED的相关概述

二、OLED面板市场快速增长

三、OLED市场应用前景广阔

四、OLED电视面板将投入商用

第七章、国外企业分析

第一节、三星

一、公司简介

二、三星重点开发液晶电视

三、三星意欲称霸中国平板市场

四、三星平板电视抢跑中国市场

第二节、松下

一、公司简介

二、松下等离子电视市场表现良好

三、松下新款高清等离子电视领先业界

四、松下策动平板电视价格战

第三节、索尼

一、公司简介

二、索尼平板电视以技术创新占领制高点

三、索尼平板电视的平民化机遇

四、索尼彩电降价的背景及战略目标分析

第四节、飞利浦

一、公司简介

二、解析飞利浦平板电视的热销现象

三、飞利浦转向大尺寸液晶电视

四、飞利浦彩电广东市场渠道问题

第五节、夏普

一、公司简介

二、夏普液晶电视领跑大屏幕市场

三、夏普换帅积极应战平板市场

第六节、LG

一、公司简介

二、LG平板用创新打造整体技术力

三、LG视2005为平板技术“突破年”

四、LG平板电视产品推广策略解析

第八章、国内企业分析

第一节、四川长虹

一、公司简介

二、2006-2007年第一季度四川长虹经营情况

三、长虹要做平板行业的领先者

四、长虹平板彩电引发第三次换代高潮

第二节、康佳集团

一、公司简介

二、2006-2007年第一季度康佳集团经营情况

三、康佳谋求海外平板市场

四、康佳领军自有品牌平板电视出口

第三节、海信电器

一、公司简介

二、2006-2007年第一季度海信电器经营情况

三、海信国际化的领先战略

四、海信平板电视注重品质攻占高端市场

第四节、厦华电子

一、公司简介

二、2006-2007年第一季度厦华电子经营情况

三、厦华平板电视发力国内市场

四、厦华平板电视跃上国内市场第一的宝座

第五节、创维集团

- 一、公司简介
- 二、创维突然降价引发连锁反应
- 三、创维发动平板市场反击第一战
- 四、创维彩电营销体系加速

第六节、TCL集团

- 一、公司简介
- 二、2006-2007年第一季度TCL集团经营情况
- 三、TCL平板电视的营销模式
- 四、解读TCL平板电视

第九章、平板电视产业竞争分析

第一节、平板电视市场竞争现状

- 一、平板电视市场竞争进入淘汰赛阶段
- 二、平板电视市场竞争进一步加剧
- 三、中国液晶电视市场进入混战时代

第二节、中国平板电视产业竞争力分析

- 一、缺乏核心技术致平板电视产业竞争力下降
- 二、创新能力决定平板电视产业的竞争力
- 三、服务成为平板电视企业新竞争力

第三节、平板电视中外品牌竞争分析

- 一、中国平板电视品牌竞争处于初级阶段
- 二、平板电视市场中外品牌竞争激烈
- 三、平板电视本土品牌优势渐失
- 四、国产品牌主导液晶电视市场

第四节、液晶与等离子电视竞争分析

- 一、等离子与液晶电视好坏由市场决定
- 二、等离子电视败走中国平板电视市场
- 三、等离子做大尺寸避免与液晶直接竞争
- 四、等离子与液晶电视争夺大屏幕市场

第十章、平板电视产业机遇及发展趋势

第一节、彩电行业前景分析

- 一、中国彩电业的前景分析
- 二、彩电技术六大发展趋势

三、中国高端彩电市场前景看好

第二节、平板电视产业政策机遇分析

一、国家政策创造平板电视产业发展新机遇

二、国家支持平板电视产业核心技术发展

三、出口退税政策拉动平板电视销售市场

第三节、平板电视市场发展趋势

一、平板电视市场发展的四大走向

二、未来平板电视六大发展方向

三、中国平板电视消费市场的发展趋势

四、平板电视的消费走势

附录

彩色电视广播接收机能效限定值及节能评价值

图表目录：

图表1 2006年1-4月中国彩电市场销售结构

图表2 2006年1-4月中国彩电市场销售额结构

图表3 2006上半年中国彩电行业生产与销售规模及主要产品结构

图表4 农村家庭购买彩电时间比例情况

图表5 农村现有彩电认知渠道

图表6 农村家庭购买彩电考虑因素

图表7 农村家庭有无彩色电视机比例

图表8 农村家庭未购买彩电不同原因比例

图表9 2006年四个季度四种彩电产品产量对比

图表10 2006年四个季度CRT与LCD各项数据对比

图表11 2006年四个季度四种彩电产品的出口对比

图表12 2005年第三季度-2006年第四季度彩电销售量份额对比

图表13 2005年第三季度-2006年第四季度彩电销售额比例对比

图表14 超薄CRT和宽屏CRT市场销量走势

图表15 2006年各个季度中国CRT彩电出口量与国内市场出货量对比

图表16 2005-2006年LCD TV产量增长曲线图

图表17 2006年大尺寸平板电视价格走势

图表18 2006年40寸以上平板电视月度平均价格

图表19 高清电视画面各项指标

图表20 2003-2006年中国各级市场彩电销量走势

图表21 20第一季度中国彩电市场不同产品占有率

图表22 20第一季度中国彩电市场内销总量

图表23 2005年1-12月全国彩电产量

图表24 2006年1-12月全国彩电产量

图表25 2006年1-12月彩电产量广东省合计

图表26 2006年1-12月彩电产量山东省合计

图表27 2006年1-12月彩电产量四川省合计

图表28 2006年1-12月彩电产量福建省合计

图表29 2006年1-12月彩电产量安徽省合计

图表30 2006年1-12月彩电产量内蒙古合计

图表31 2006年1-12月彩电产量辽宁省合计

图表32 2007年1-5月全国彩电产量

图表33 2007年1-5月彩电产量广东省合计

图表34 2007年1-5月彩电产量山东省合计

图表35 2007年1-5月彩电产量内蒙古省合计

图表36 2007年1-5月彩电产量福建省合计

图表37 2007年1-5月彩电产量四川省合计

图表38 2007年1-5月彩电产量江苏省合计

图表39 2007年1-5月彩电产量辽宁省合计

图表40 发达国家平板电视销售历程

图表41 世界电视机市场情况

图表42 世界各地平板电视市场增长情况

图表43 世界LCD各尺寸电视市场增长情况及预测

图表44 世界 > 40英寸的平板电视市场增长情况及预测

图表45 2007年5月平板电视新品一览表

图表46 2007年6月最受关注的平板电视

图表47 2007年7月值得购买平板电视推荐

图表48 2005年市场规模变化

图表49 2005年上半年平板市场规模变化

图表50 2005年前三季度液晶电视城市家庭拥有率

图表51 2005年前三季度等离子电视城市家庭拥有率

图表52 城市消费者家庭平板电视购买时间分布

图表53 城市消费者家庭液晶电视拥有尺寸分布

图表54 平板电视拥有家庭使用满意度变化图

图表55 未来一年内有预期购买电视的消费家庭

图表56 2006年中国平板电视消费需求增长趋势

图表57 2006年Q1-Q3国内市场主流液晶电视价格变化趋势

图表58 2006年Q1-Q3国内市场主流等离子电视价格变化趋势

图表59 中国城市消费者预期购买平板电视主要关注因素

图表60 中国城市平板电视消费群体分类

图表61 普通消费者对等离子和液晶特征的认知

图表62 城市居民家庭预期购买彩电类型比重

图表63 2005-2007年中国城市消费者对彩电高清与标清概念的认知

图表64 2007年一季度50英寸等离子电视销量同比增长

图表65 2007年一季度40/42英寸液晶电视销量同比增长

图表66 2007年一季度中外品牌平板电视销售量比重

图表67 2007年一季度中外品牌平板电视销售额比重

图表68 2007年一季度平板电视消费尺寸构成

图表69 2007年一季度液晶面板价格变化趋势

图表70 2007年一季度等离子面板价格变化趋势

图表71 2006-2007年国内城市居民家庭平板电视出现故障比例变化趋势

图表72 大城市市场中外品牌销量构成

图表73 中小城市市场中外品牌销量构成

图表74 中国市场平板电视销量变化趋势

图表75 中国城市居民家庭预期购买彩电选择类型变化

图表76 购买平板电视城市居民家庭收入结构变化

图表77 中国市场分尺寸液晶电视价格下降变化趋势

图表78 中国市场分尺寸等离子电视价格下降变化趋势

图表79 城市居民家庭购买平板电视选择尺寸变化

图表80 城市居民家庭购买平板电视选择时间分布

图表81 城市消费者平板电视购买渠道选择

图表82 城市消费者预期购买平板电视考虑因素

图表83 2006年第三季度最受用户关注的十五大液晶电视品牌市场份额对比

图表84 2006年第三季度前三大液晶电视品牌关注度走势对比

图表85 2006年第三季度不同尺寸液晶电视关注度对比

图表86 2006年第三季度不同分辨率液晶电视关注度对比

图表87 2006年第三季度不同响应时间液晶电视关注度对比

图表88 2006年第三季度不同价位液晶电视关注度对比

图表89 2007年第一季度最受用户关注的液晶电视品牌分布

图表90 2007年第一季度不同尺寸液晶电视关注比例分布

图表91 2007年第一季度主流尺寸液晶电视关注度走势

图表92 2007年第一季度不同价格段液晶电视关注比例分布

图表93 2007年第一季度液晶电视区域市场关注比例分布

图表94 2007年第一季度液晶电视市场价格指数走势

图表95 2007年第一季度主流尺寸液晶电视价格指数走势

图表96 2007年第一季度主流尺寸液晶电视市场均价走势

图表97 2007年第一季度主流品牌32英寸液晶电视均价对比

图表98 2007年第一季度主流品牌32英寸液晶电视价格变动幅度对比

图表99 2007年第一季度主流品牌37英寸液晶电视市场均价对比

图表100 2007年第一季度主流品牌37英寸液晶电视价格变动幅度对比

图表101 2007年第一季度主流品牌40英寸液晶电视均价对比

图表102 2007年第一季度主流品牌40英寸液晶电视价格变动幅度对比

图表103 2007年第一季度主流品牌42英寸液晶电视均价对比

图表104 2007年第一季度主流品牌42英寸液晶电视价格变动幅度对比

图表105 2002-2006年中国等离子电视市场CR4指数对比情况

图表106 2005-2006年42英寸不同规格和50英寸WXGA等离子电视平均价格走势

图表107 2005-2006年42英寸不同规格和50英寸WXGA等离子电视价格变化率走势

图表108 2006年1-10月等离子电视主要品牌市场销量份额对比

图表109 2006年1-10月不同价位等离子电视零售量市场份额

图表110 2006年1-10月等离子电视北方片区销量前五位的份额比较

图表111 2006年1-10月等离子电视华东片区销量前五位的份额比较

图表112 2006年1-10月等离子电视华中片区销量前五位的份额比较

图表113 2006年1-10月等离子电视南方片区销量前五位的份额比较

图表114 2004-2006年中国等离子电视市场规模与变化

图表115 2005-2006年中国等离子电视分尺寸结构月度走势

图表116 2006年中国等离子电视销售渠道结构

图表117 2006年中国等离子电视市场区域结构

图表118 2007年1-5月等离子电视销量前六位比例对比

图表119 2007年5月份等离子电视六大品牌零售量及份额

图表120 2006年5-12月42英寸等离子电视均价变化情况

图表121 2007年1-5月42英寸等离子电视均价变化情况

图表122 2007年1-5月各品牌等离子电视均价及品牌价格指数

图表123 2007年1-5月华北片区前五位的等离子电视品牌零售量及零售额份额对比

图表124 2007年1-5月华东片区前五位的等离子电视品牌零售量及零售额份额对比

图表125 2007年1-5月华南片区前五位的等离子电视品牌零售量及零售额份额对比

图表126 2007年1-5月西北片区前五位的等离子电视品牌零售量及零售额份额对比

图表127 2007年1-5月西南片区前五位的等离子电视品牌零售量及零售额份额对比

图表128 2007年1-5月中南片区前五位的等离子电视品牌零售量及零售额份额对比

图表129 2007年1-5月东北片区前五位的等离子电视品牌零售量及零售额份额对比

图表130 2004-2005上半年液晶电视面板市场规模

图表131 2004-2005年上半年驱动IC市场规模

图表132 2004-2005年上半年控制IC市场规模

图表133 2005年中国液晶电视面板市场销售额及增长率

图表134 2006年不同尺寸液晶电视面板下跌金额及幅度

图表135 OLED与其它平板、CRT显示器的性能对比

图表136 2006年1-12月四川长虹主要财务数据

图表137 2006年1-12月四川长虹非经常性损益项目和金额

图表138 2004-2006年四川长虹主要会计数据和财务指标

图表139 2006年1-12月四川长虹主营业务分行业和产品情况

图表140 2006年1-12月四川长虹主营业务分地区情况

图表141 2007年第一季度四川长虹主要会计数据和财务指

图表142 2007年第一季度四川长虹非经常性损益项目及金额

图表143 2006年1-12月康佳集团主要会计数据

图表144 2004-2006年康佳集团主要财务指标

图表145 2006年1-12月康佳集团非经常性损益项目和涉及金额

图表146 2005-2006年康佳集团主营业务分行业和产品情况

图表147 2005-2006年康佳集团主营业务分地区情况

图表148 2007年第一季度康佳集团主要会计数据及财务指标

图表149 2007年第一季度康佳集团非经常性损益项目

图表150 2006年1-12月海信电器主要财务数据

图表151 2006年1-12月海信电器损益项目及金额

图表152 2004-2006年海信电器主要财务指标

图表153 2006年1-12月海信电器主营业务分行业和产品情况

图表154 2006年1-12月海信电器主营业务分地区情况

图表155 2007年第一季度海信电器主要会计数据和财务指标

图表156 2007年第一季度海信电器非经常性损益项目及金额

图表157 2006年1-12月厦华电子主要财务数据

图表158 2006年1-12月厦华电子非经常性损益项目及金额

图表159 2004-2006年厦华电子主要会计数据及财务指标

图表160 2006年1-12月厦华电子占主营业务收入10%（含10%）的业务情况

图表161 2006年1-12月厦华电子主营业务分地区情况

图表162 2007年第一季度厦华电子主要会计数据及财务指标

图表163 2006年1-12月TCL集团主要会计数据

图表164 2006年1-12月TCL集团非经常性损益项目和金额

图表165 2004-2006年TCL集团主要会计数据和财务指标

图表166 2006年1-12月TCL集团主要产业、成本、毛利情况

图表167 2005-2006年TCL集团营业收入按地区分情况

图表168 2004-2006年TCL集团按行业分主营业务收入构成变化情况

图表169 2005-2006年TCL集团彩电分区域销售情况

图表170 2007年第一季度TCL集团主要会计数据和财务指标

图表171 2007年第一季度TCL集团非经常性损益项目和金额

图表172 Ti取值表

图表173 待机和关机状态下功能基准值

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/1285.html>