



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年CRT电视行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年CRT电视行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/125184.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

2008年传统显像管电视市场份额进一步萎缩。随着液晶市场价格的持续走低，CRT电视市场的发展空间不断遭受挤压，其规模呈逐年下降趋势。2008年中国国内市场CRT电视销量为2224万台，较2007年下降了17.8%;占总体市场63.5%;销售额329亿元，下降了16%，销售额份额为25.9%。受平板电视价格冲击和经济危机的影响，CRT电视21英寸、25英寸、29英寸等尺寸的价格普遍呈下降趋势。2008年CRT电视年度均价1429元，较2007年下降1.2%。CRT电视在2009年出口形势不容乐观。这是因为美国的次贷危机引发的经济衰退和全球范围内的需求减少。在经济危机影响下，作为中国的主要彩电出口国，美国、东南亚和拉美市场在2009年的增长会比较低迷，最高只能达到10%的低速增长。另外，东欧等传统市场，国民经济也出现停滞或增速放缓的势头。而作为唯一亮点的非洲和俄罗斯，其整体市场又容量有限，因此很难达到拉动整个中国市场的效果。

2009年，液晶替代CRT仍在持续。09年2月城市液晶零售量同比下降10%，这主要是由于春节特殊因素，行业成长趋势并未改变，09年1-2月城市液晶电视零售量同比增长66%。在液晶电视快速成长同时，CRT需求快速下降，同比下降50%以上。09年1-2月彩电产量911万台，同比下降21.4%，其中彩电出口472万台，同比下降24%，而液晶、等离子和CRT电视出口量同比下降分别为：-2.7%、-14%、-46%。09年2月城市市场上国内品牌液晶电视销量份额达73.7%，其中海信达17.9%，均创历史新高。虽然液晶价格大幅下降(同比下降39%)和CRT需求快速下滑降低了整体收入增幅，但国内企业市场份额大幅提升仍促使收入稳定成长，在城市零售市场，海信的收入同比增长约24%，康佳约17%。09年3月26/32英寸液晶面板价格环比持平，37/42/47英寸面板价格稳定下降。近期面板局部缺货只是短期现象，产能仍严重过剩，面板厂仍靠减产获取价格相对稳定。目前台湾面板厂产能利用率仍很低。近期国家将下乡彩电零售限价从2000元提高至3500元，未来2-3年农村平板电视市场将爆发式成长，同时，国内企业明显受益，定价空间和毛利率也可提升。

早前曾有专家认为，实施"家电下乡"将对传统的CRT电视是一次振兴行动，但目前的结果却事与愿违。随着液晶面板价格的一降再降，平板电视在与CRT电视的博弈中已遥遥领先。液晶电视以低于2000元的限价"下乡"，更让把农村市场当作"最后的救命稻草"的CRT电视节节败退。根据多家公司的销售数据显示，平板电视的销量均成倍增长，但CRT电视的销量出现了不同程度的下滑。广东已成为全球最大液晶电视模组制造基地，包括海信、长虹、康佳、TCL在内的多家公司都在此组建液晶电视模组。为了推动平板电视下乡，海信集团更是指定了18款平板电视给予农村消费者13%的现场补贴，这似乎说明，连厂家自己也在把CRT逼向绝境。除了低端的CRT在价格方面仍然存在有限的优势之外，高端的传统彩电无论在尺寸还是在价格上，已被逼到几乎没有生存空间的地步。在如此严峻的形势下，CRT电视企业应该

如何应对呢？

本研究咨询报告主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、工业和信息化部、国家经济信息中心、中国家电行业协会、全国商业信息中心、国民经济景气监测中心、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息，对我国CRT电视行业的市场规模与前景、供给与需求状况、市场格局与分布、进出口情况、销售渠道及模式等进行了详细研究，并重点分析了中国CRT电视市场状况及当前面临的退市危机，报告还对行业内优势品牌的经营策略和发展动向进行了深入剖析，对CRT电视行业的未来技术发展趋势进行了研判，是CRT电视生产企业、科研单位、经销企业等单位准确了解目前CRT电视行业发展动态，把握企业定位和发展战略不可多得的决策参考资料。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 CRT电视行业发展概述

第一节 CRT电视定义及分类

一、CRT电视的定义

二、CRT电视的种类

三、CRT电视的特性

第二节 CRT电视产业链分析

一、行业经济特性

二、主要细分行业

三、产业链结构分析

第三节 CRT电视行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球CRT电视市场发展分析

第一节 2008年全球CRT电视市场分析

一、2008年全球CRT电视市场回顾

二、2008年全球CRT电视市场环境

三、2008年全球CRT电视产销分析

四、2008年全球CRT电视技术分析

第二节 2009年全球CRT电视市场分析

一、2009年全球CRT电视需求分析

二、2009年欧美CRT电视需求分析

三、2009年全球CRT电视产销分析

四、2009年中外CRT电视市场对比

第三节 主要国家地区CRT电视市场分析

一、2008-2009年美国CRT电视市场分析

二、2008-2009年欧洲CRT电视市场分析

三、2008-2009年日本CRT电视市场分析

四、2008-2009年韩国CRT电视市场分析

五、2008-2009年其他国家CRT电视市场

第三章 我国CRT电视行业发展现状

第一节 我国CRT电视行业发展现状

一、CRT电视行业品牌发展现状

二、CRT电视行业消费市场现状

三、CRT电视市场消费层次分析

四、我国CRT电视市场走向分析

第二节 2007-2009年CRT电视业发展情况分析

一、2007年CRT电视行业发展情况分析

二、2008年CRT电视行业发展情况分析

三、2009年CRT电视行业发展特点分析

四、2009年1-5月CRT电视行业发展情况

第三节 2008-2009年CRT电视行业运行分析

一、2008-2009年CRT电视业产销存运行分析

二、2008-2009年CRT电视行业利润情况分析

三、2008-2009年CRT电视行业发展周期分析

四、2009-2012年CRT电视行业发展机遇分析

五、2009-2012年CRT电视行业利润增速预测

第四节 对中国CRT电视市场的分析及思考

- 一、CRT电视市场特点
- 二、CRT电视市场分析
- 三、CRT电视市场变化的方向
- 四、中国CRT电视产业发展的新思路
- 五、对中国CRT电视产业发展的思考
- 第五节 2009年CRT电视退市危机分析
 - 一、2008年CRT电视发展存在的问题
 - 二、2008年CRT电视与其他电视的竞争
 - 三、2009年CRT电视面临退市的危机
 - 四、2009-2012年CRT电视应对策略分析
 - 五、2009-2012年CRT电视农村策略分析

第四章 我国CRT电视市场发展研究

第一节 2008年我国CRT电视市场发展研究

- 一、2008年一季度我国CRT电视市场研究
- 二、2008年二季度我国CRT电视市场研究
- 三、2008年三季度我国CRT电视市场研究
- 四、2008年四季度我国CRT电视市场研究

第二节 2009年我国CRT电视市场情况

- 一、2009年1-5月我国CRT电视产销情况
- 二、2009年1-5月我国CRT电视市场价格情况
- 三、2009年1-5月重点城市CRT电视市场发展情况
- 四、2009年1-5月我国CRT电视市场发展情况

第三节 2009年我国CRT电视市场结构和价格走势分析

- 一、2009年Q1我国CRT电视市场结构和价格走势概述
- 二、2009年Q1我国CRT电视市场结构分析
- 三、2009年Q1我国CRT电视市场价格走势分析
- 四、2009年1-5月我国CRT电视市场结构和价格走势概述
- 五、2009年1-5月我国CRT电视市场结构分析
- 六、2009年1-5月我国CRT电视市场价格走势分析

第四节 2009年我国CRT电视业市场发展特点分析

- 一、2009年Q1我国CRT电视市场格局特点

- 二、2009年Q1我国CRT电视产品创新特点
- 三、2009年Q1我国CRT电视市场服务特点
- 四、2009年Q1我国CRT电视市场品牌特点

第五章 我国CRT电视市场调查分析

第一节 2008年我国CRT电视市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、厂商分析

第二节 2009年1季度我国CRT电视市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、整体市场调查
- 三、产品关注度调查
- 四、市场价格调查

第三节 2009年4月份中国CRT电视市场调查分析

- 一、整体市场关注度
- 二、品牌关注度格局
- 三、产品关注度调查
- 四、不同价位关注度

第四节 2009年5月份中国CRT电视市场调查分析

- 一、整体市场关注度
- 二、品牌关注度格局
- 三、产品关注度调查
- 四、不同价位关注度

第六章 CRT电视行业经济运行分析

第一节 2008-2009年CRT电视产量分析

- 一、2008年CRT电视产量分析
- 二、2009年1-5月CRT电视产量分析

第二节 2008-2009年CRT电视行业主要经济指标分析

- 一、销售收入前十家企业分析

二、2008年CRT电视行业主要经济指标分析

三、2009年1-5月CRT电视行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年我国CRT电视行业绩效分析

一、2008-2009年行业产销情况

二、2008-2009年行业规模情况

三、2008-2009年行业盈利能力

四、2008-2009年行业经营发展能力

五、2008-2009年行业偿债能力分析

第七章 我国CRT电视行业进出口分析

第一节 我国CRT电视进口分析

一、2008年进口总量分析

二、2008年进口结构分析

三、2008年进口区域分析

第二节 我国CRT电视出口分析

一、2008年出口总量分析

二、2008年出口结构分析

三、2008年出口区域分析

第三节 我国CRT电视进出口预测

一、2009年1季度进口分析

二、2009年1季度出口分析

三、2009年CRT电视进口预测

四、2009年CRT电视出口预测

第八章 CRT电视区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第九章 中国CRT电视行业消费市场分析

第一节 中国CRT电视消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、2008-2009年消费者收入水平

三、2009年消费者信心指数分析

第二节 CRT电视行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 CRT电视市场消费需求分析

一、CRT电视市场的消费需求变化

二、CRT电视行业的需求情况分析

三、2009年CRT电视品牌市场消费需求分析

第四节 CRT电视消费市场状况分析

一、CRT电视行业消费特点

二、CRT电视消费者分析

三、CRT电视消费结构分析

四、CRT电视消费的市场变化

五、CRT电视市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

第六节 CRT电视行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、CRT电视行业品牌忠诚度调查
- 六、CRT电视行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第二部分 行业竞争格局

第十章 CRT电视行业竞争格局分析

第一节 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、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 中国CRT电视行业竞争格局综述

- 一、2008年CRT电视行业集中度
- 二、2008年CRT电视行业竞争程度
- 三、2008年CRT电视企业与品牌数量
- 四、2008年CRT电视行业竞争格局分析

第四节 2008-2009年CRT电视行业竞争格局分析

- 一、2008-2009年国内外CRT电视竞争分析

- 二、2008-2009年我国CRT电视市场竞争分析
- 三、2008-2009年我国CRT电视市场集中度分析
- 四、2009-2012年国内主要CRT电视企业动向
- 五、2009年国内CRT电视拟在建项目分析

第十一章 CRT电视企业竞争策略分析

第一节 CRT电视市场竞争策略分析

- 一、2009年CRT电视市场增长潜力分析
- 二、2009年CRT电视主要潜力品种分析
- 三、现有CRT电视产品竞争策略分析
- 四、潜力CRT电视品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 CRT电视企业竞争策略分析

- 一、金融危机对CRT电视行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后CRT电视行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国CRT电视市场竞争趋势
- 四、2009-2012年CRT电视行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年CRT电视行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年CRT电视企业竞争策略分析

第十二章 重点CRT电视企业竞争分析

第一节 海信

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第二节 创维

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第三节 海尔

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 夏华

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 长虹

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 TCL

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 康佳

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 熊猫

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第九节 新科

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十节 博一

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十三章 CRT电视行业发展趋势分析

第一节 我国CRT电视行业前景与机遇分析

一、我国CRT电视行业发展前景

二、我国CRT电视发展机遇分析

三、2009年CRT电视的发展机遇分析

四、金融危机对CRT电视行业的影响分析

第二节 2009-2012年中国CRT电视市场趋势分析

一、2008-2009年CRT电视市场趋势总结

二、2009-2012年CRT电视发展趋势分析

三、2009-2012年CRT电视市场发展空间

四、2009-2012年CRT电视产业政策趋向

五、2009-2012年CRT电视技术革新趋势

六、2009-2012年CRT电视价格走势分析

七、2009-2012年国际环境对行业的影响

第十四章 未来CRT电视行业发展预测

第一节 未来CRT电视需求与消费预测

一、2009-2012年CRT电视产品消费预测

二、2009-2012年CRT电视市场规模预测

三、2009-2012年CRT电视行业总产值预测

四、2009-2012年CRT电视行业销售收入预测

五、2009-2012年CRT电视行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国CRT电视行业供需预测

- 一、2008-2012年中国CRT电视供给预测
- 二、2009-2012年中国CRT电视产量预测
- 三、2009-2012年中国CRT电视需求预测
- 四、2009-2012年中国CRT电视供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国CRT电视产品价格预测
- 六、2009-2012年主要CRT电视产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十五章 CRT电视行业投资现状分析

第一节 2008年CRT电视行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1-5月CRT电视行业投资情况分析

- 一、2009年1-5月总体投资及结构
- 二、2009年1-5月投资规模情况
- 三、2009年1-5月投资增速情况
- 四、2009年1-5月分行业投资分析
- 五、2009年1-5月分地区投资分析
- 六、2009年1-5月外商投资情况

第十六章 CRT电视行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年CRT电视行业政策环境分析
- 二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

一、国内CRT电视技术现状

二、2009年CRT电视技术发展分析

三、2009-2012年CRT电视技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第五节 轻工业振兴规划

一、轻工业振兴规划概述

二、轻工业振兴规划细则

三、轻工业振兴规划主要任务

四、轻工业振兴规划主要工程

五、轻工业振兴规划主要措施

六、轻工业振兴规划的意义与作用

七、轻工业振兴规划对CRT电视行业的影响

第十七章 CRT电视行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2009年相关产业活力系数比较

二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2009年相关产业投资收益率比较

二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 CRT电视行业投资效益分析

一、2008-2009年CRT电视行业投资状况分析

二、2009-2012年CRT电视行业投资效益分析

三、2009-2012年CRT电视行业投资趋势预测

四、2009-2012年CRT电视行业的投资方向

五、2009-2012年CRT电视行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响CRT电视行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响CRT电视行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响CRT电视行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响CRT电视行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国CRT电视行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国CRT电视行业发展面临的机遇分析

第五节 CRT电视行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年CRT电视行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年CRT电视行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年CRT电视行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年CRT电视行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年CRT电视行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012年CRT电视行业其他风险及控制策略

第十八章 CRT电视行业投资战略研究

第一节 CRT电视行业发展战略研究

- 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、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国CRT电视品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、CRT电视实施品牌战略的意义
- 三、CRT电视企业品牌的现状分析
- 四、我国CRT电视企业的品牌战略
- 五、CRT电视品牌战略管理的策略

第三节 CRT电视企业经营管理策略

- 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、营销策略
- 六、人力资源
- 七、财务管理
- 八、国际化策略

第四节 CRT电视行业投资战略研究

- 一、2009年家电行业投资战略
- 二、2009年CRT电视行业投资战略
- 三、2009-2012年CRT电视行业投资战略
- 四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

- 图表：CRT电视产业链分析
- 图表：国际CRT电视市场规模
- 图表：国际CRT电视生命周期
- 图表：2003-2008年中国CRT电视行业市场规模
- 图表：2002-2008年全球CRT电视产业市场规模
- 图表：2006-2008年CRT电视重要数据指标比较
- 图表：2003-2008年中国CRT电视行业销售情况分析
- 图表：2003-2008年中国CRT电视行业利润情况分析
- 图表：2003-2008年中国CRT电视行业资产情况分析
- 图表：2007-2008年CRT电视产品进口数量比较
- 图表：2007-2008年CRT电视进口金额趋势比较
- 图表：2007-2008年CRT电视进口数量趋势比较
- 图表：2007-2008年CRT电视出口金额趋势比较
- 图表：2007-2008年CRT电视出口数量趋势比较
- 图表：2008年我国前十位出口CRT电视数量省市地区
- 图表：2008年我国前十位出口CRT电视金额省市地区
- 图表：2007-2008年中国CRT电视发展能力分析
- 图表：2007-2008年中国CRT电视竞争力分析

图表：2009-2012年中国CRT电视产能预测

图表：2009-2012年中国CRT电视消费量预测

图表：2009-2012年中国CRT电视市场前景预测

图表：2009-2012年中国CRT电视市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国CRT电视发展前景预测

图表：2008年1-12月CRT电视产量全国合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量北京市合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量天津市合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量河北省合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量山西省合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量吉林省合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量上海市合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量江苏省合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量浙江省合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量安徽省合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量福建省合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量江西省合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量山东省合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量河南省合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量湖北省合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量湖南省合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量广东省合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量广西区合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量海南省合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量重庆市合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量四川省合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量贵州省合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量云南省合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量陕西省合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月CRT电视产量新疆区合计
图表：2008年1-12月CRT电视产量内蒙古合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量全国合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量北京市合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量天津市合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量河北省合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量山西省合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量辽宁省合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量吉林省合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量黑龙江合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量上海市合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量江苏省合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量浙江省合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量安徽省合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量福建省合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量江西省合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量山东省合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量河南省合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量湖北省合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量湖南省合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量广东省合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量广西区合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量海南省合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量重庆市合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量四川省合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量贵州省合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量云南省合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量陕西省合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量甘肃省合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量新疆区合计
图表：2009年1-5月CRT电视产量内蒙古合计
图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月CRT电视行业经济指标新疆区合计

图表：2008年2月CRT电视行业收入前十家企业

图表：2008年5月CRT电视行业收入前十家企业

图表：2008年8月CRT电视行业收入前十家企业

图表：2008年11月CRT电视行业收入前十家企业

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标全国合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月CRT电视行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月CRT电视进口数据

图表：2008年1季度CRT电视进口数据

图表：2008年1月CRT电视进口数据

图表：2008年2月CRT电视进口数据

图表：2008年3月CRT电视进口数据

图表：2008年2季度CRT电视进口数据

图表：2008年4月CRT电视进口数据

图表：2008年5月CRT电视进口数据

图表：2008年6月CRT电视进口数据

图表：2008年3季度CRT电视进口数据

图表：2008年7月CRT电视进口数据

图表：2008年8月CRT电视进口数据

图表：2008年9月CRT电视进口数据

图表：2008年4季度CRT电视进口数据

图表：2008年10月CRT电视进口数据

图表：2008年11月CRT电视进口数据

图表：2008年12月CRT电视进口数据

图表：2008年1-12月CRT电视出口数据

图表：2008年1季度CRT电视出口数据

图表：2008年1月CRT电视出口数据

图表：2008年2月CRT电视出口数据

图表：2008年3月CRT电视出口数据

图表：2008年2季度CRT电视出口数据

图表：2008年4月CRT电视出口数据

图表：2008年5月CRT电视出口数据

图表：2008年6月CRT电视出口数据

图表：2008年3季度CRT电视出口数据

图表：2008年7月CRT电视出口数据

图表：2008年8月CRT电视出口数据

图表：2008年9月CRT电视出口数据

图表：2008年4季度CRT电视出口数据

图表：2008年10月CRT电视出口数据
图表：2008年11月CRT电视出口数据
图表：2008年12月CRT电视出口数据
图表：2009年1-5月CRT电视进口数据
图表：2009年1季度CRT电视进口数据
图表：2009年1月CRT电视进口数据
图表：2009年2月CRT电视进口数据
图表：2009年3月CRT电视进口数据
图表：2009年2季度CRT电视进口数据
图表：2009年4月CRT电视进口数据
图表：2009年1-5月CRT电视出口数据
图表：2009年1季度CRT电视出口数据
图表：2009年1月CRT电视出口数据
图表：2009年2月CRT电视出口数据
图表：2009年3月CRT电视出口数据
图表：2009年2季度CRT电视出口数据
图表：2009年4月CRT电视出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/125184.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。