



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国液晶电视产业 市场动态及投资战略规划指引报 告

一、调研说明

《2009-2012年中国液晶电视产业市场动态及投资战略规划指引报告》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/127234.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

第一章 液晶电视产业相关概述

第一节 液晶电视的介绍

- 一、液晶电视定义
- 二、液晶电视的材料组成
- 三、液晶电视的优缺点
- 四、液晶电视相关术语

第二节 液晶电视屏幕类型

- 一、PC屏液晶电视
- 二、VA屏液晶电视
- 三、S-IPS屏液晶电视

第三节 液晶电视相关政策背景

- 一、扶持薄膜晶体管显示器政策出台
- 二、液晶电视屏幕主流尺寸开始规范
- 三、2007年高清数字电视标准开始实施
- 四、新版彩电能效标准提高行业限制

第二章 2008-2009年世界液晶电视产业运行状况分析

第一节 2008-2009年世界液晶电视市场发展概况

- 一、全球液晶电视行业盈亏分明
- 二、全球液晶电视渗透率大幅增长
- 三、到2013年全球液晶电视市场规模将超2亿台

第二节 2008-2009年世界液晶电视产业主要地区分析

- 一、美国液晶电视制造领域回暖
- 二、欧洲液晶电视超越传统CRT
- 三、日本液晶电视席卷公用市场

第三节 2008-2009年世界液晶电视产业发展趋势分析

第三章 2008-2009年中国液晶电视产业运行环境分析

第一节 2008-2009年中国液晶电视产业政策分析

- 一、彩色电视机用液晶显示屏主流尺寸规范
- 二、高端彩色电视接收机的分类规范

三、家电及相关行业标准

第二节 2008-2009年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、中国经济受金融危机影响分析

三、工业发展形势分析

第三节 2008-2009年中国液晶电视产业社会环境分析

第四章 2008-2009年中国液晶电视产业运行形势透析

第一节 2008-2009年中国液晶电视市场总体概况

一、中国液晶电视价格全球最低

二、中国液晶电视加速实现国产化

三、中国液晶电视市场需求急增

四、中国液晶电视高清认证通过率创新高

第二节 2008-2009年中国液晶电视市场运行分析

一、国液晶电视市场总体回顾

二、中国液晶电视销量分析

三、全球液晶电视出货分析

第三节 2008-2009年中国液晶电视市场结构分析

一、中国液晶电视品牌结构

二、中国液晶电视产品结构

三、中国液晶电视区域结构

第五章 2007-2009年中国液晶电视市场价格走势分析

第一节 2007年中国液晶电视价格走势分析

一、整体市场价格指数走势分析

二、主流尺寸均价走势分析

第二节 2008年2月液晶电视市场价格盘点

一、整体市场价格走势

二、细分市场价格走势

三、降价产品排行

第三节 2009年2月中国液晶电视市场价格走势分析

一、整体市场价格走势

- 二、细分市场价格走势
- 三、降价产品数量对比
- 四、降价产品TOP20排行

第六章 2009年中国液晶电视市场关注度市场研究分析

第一节 2009年中国液晶电视整体市场关注度

第二节 2009年中国液晶电视品牌关注度格局

第三节 2009年中国液晶电视产品关注度格局

- 一、不同尺寸关注度
- 二、不同分辨率关注度

第四节 2009年中国液晶电视不同价位关注度

第五节 2009年中国液晶电视三大品牌热门产品TOP5排行

- 一、创维
- 二、索尼
- 三、海信

第六节 2009年中国液晶电视三大品牌竞争对手分析

第七章 2008-2009年中国液晶电视产业市场竞争格局分析

第一节 2008-2009年中国液晶电视市场竞争分析

- 一、国产液晶电视品牌在竞争中继续主导市场
- 二、中国液晶电视品牌竞争注重自主创新
- 三、液晶电视行业价格战竞争升级
- 四、液晶电视销量首超CRT

第二节 2008-2009年中国液晶电视产业重点市场竞争分析

- 一、北京
- 二、上海
- 三、深圳

第三节 2008-2009年中国液晶电视产业提升竞争力策略分析

第八章 2008-2009年中国液晶电视重点企业财务数据分析

第一节 T C L 王牌电器（惠州）有限公司

- 二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

一、公司简介

第二节 康佳集团股份有限公司

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

一、公司简介

第三节 南京夏普电子有限公司

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

一、公司简介

第四节 沈阳同方多媒体科技有限公司

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

一、公司简介

第五节 中山市三色数码科技有限公司

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

一、公司简介

第六节 海信集团有限公司

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

一、公司简介

第七节 四川长虹电子集团公司

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

一、公司简介

第八节 深圳创维-RGB电子有限公司

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

一、公司简介

第九节 厦门华侨电子企业有限公司

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

一、公司简介

第十节 创维平面显示科技(深圳)有限公司

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

一、公司简介

第十一节 略。。。。。。。。。

第九章 2008-2009年中国平板电视行业运行态势分析

第一节 2008-2009年中国平板电视市场发展概况

一、平板电视市场需求新变化

二、平板电视市场格局充满变数

三、外资平板电视面临市场衰退

第二节 2008-2009年中国平板电视区域市场分析

一、广州平板电视中外品牌平分秋色

二、上海平板电视投诉与销量同步增长

三、成都首倡平板电视"三包"规定

四、技术竞争颠覆长沙平板电视格局

第三节 2008-2009年中国平板电视消费概况

一、平板电视消费凸现中外差异

二、平板电视消费步入普及期

三、消费者注重平板电视性价比

四、二三级市场成为平板电视消费主力

第四节 2008-2009年中国平板电视行业存在的问题

- 一、平板电视面临的主要问题
- 二、平板电视售后存在的五大难题
- 三、平板电视满意度差影响品牌信誉
- 四、平板电视产业链缺失利润空间小

第五节 2008-2009年中国平板电视行业的发展策略

- 一、平板电视的终端营销策略
- 二、平板电视应加大错位竞争
- 三、产业链整合是平板电视发展关键
- 四、国产平板电视应对外资价格战的策略

第十章 2008-2009年中国液晶电视上游供应链走势分析

第一节 液晶面板

- 一、液晶电视面板技术分类
- 二、全球液晶面板生产过剩
- 三、液晶面板普遍涨价的原因
- 四、各品牌液晶电视面板介绍
- 五、液晶电视面板朝低亮度的方向发展

第二节 液晶背光模块

- 一、液晶背光模块的特性
- 二、传统CCFL背光存在的缺陷
- 三、LED作为液晶背光的优点
- 四、液晶背光技术成品化步伐加快

第三节 液晶电视驱动及控制IC

- 一、大型液晶电视驱动IC具备的功能
- 二、全球主要液晶电视IC厂商分布格局
- 三、液晶电视控制IC的发展趋势

第十一章 2009-2012年中国液晶电视行业发展趋势预测分析

第一节 2009-2012年中国平板电视行业发展趋势

- 一、平板电视市场的发展前景

二、平板电视市场的四大趋势

三、中国平板电视的消费趋势

第二节 2009-2012年中国液晶电视行业的发展趋势及预测

一、中国液晶电视三大发展趋势

二、大屏幕液晶电视将是未来主流

三、液晶电视上下游整合是大势所趋

四、2010年液晶电视市场销售量预测

第三节 2009-2012年中国液晶电视产业市场竞争预测分析

第十二章 2009-2012年中国液晶电视产业投资机会与风险分析

第一节 2009-2012年中国液晶电视产业投资环境分析

一、宏观经济预测分析

二、金融危机影响分析

第二节 2009-2012年中国液晶电视产业投资机会分析

第三节 2009-2012年中国液晶电视产业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、政策风险

三、进入退出风险

第四节 专家投资建议

图表名称：部分

图表 2007年Q1液晶电视市场价格指数走势

图表 2007年Q1主流尺寸液晶电视价格指数走势

图表 2007年Q1主流尺寸液晶电视市场均价走势

图表 2007年Q1主流品牌32"液晶电视均价对比

图表 2007年Q1主流品牌32"液晶电视价格变动幅度对比

图表 2007年Q1主流品牌37"液晶电视市场均价对比

图表 2007年Q1主流品牌37"液晶电视价格变动幅度对比

图表 2007年Q1主流品牌40"液晶电视均价对比

图表 2007年Q1主流品牌40"液晶电视价格变动幅度对比

图表 2007年Q1主流品牌42"液晶电视均价对比

图表 2007年Q1主流品牌42"液晶电视价格变动幅度对比

图表 2008年1月与2月降价液晶电视数量及产品比重对比

图表 2008年2月中国液晶电视市场价格指数走势

图表 2008年2月中国液晶电视市场平均价格走势

图表 2008年2月主流尺寸液晶电视降价产品数量

图表 2008年2月主流尺寸液晶电视价格指数走势

图表 2008年2月中国液晶电视市场平均价格走势

图表 整体液晶电视市场降价产品TOP15排行

图表 32英寸液晶电视降价产品TOP10排行

图表 42英寸液晶电视降价产品TOP10排行

图表 46英寸液晶电视市场降价产品TOP10排行

图表 52英寸液晶电视市场降价产品TOP10排行

图表 2008年12月至2009年2月中国液晶电视市场价格指数走势

图表 2009年2月中国液晶电视市场平均价格走势

图表 2009年2月主流尺寸液晶电视价格指数走势

图表 2009年2月主流尺寸液晶电视市场平均价格走势

图表 2009年2月主流尺寸液晶电视市场均价对比

图表 2009年2月主流尺寸降价液晶电视数量及所占比例对比

图表 2009年2月主流品牌降价液晶电视数量及所占比例对比

图表 降价产品TOP20排行

图表 2008年9月至2009年2月中国液晶电视市场关注度对比

图表 2009年2月中国市场最受用户关注的十大液晶电视品牌

图表 2009年1月与2009年2月最受用户关注的十大液晶电视品牌对比分析

图表 2009年2月中国市场主流尺寸液晶电视关注比例分布

图表 2008年12月至2009年2月不同尺寸液晶电视关注度走势

图表 2009年2月中国市场不同分辨率液晶电视关注比例分布

图表 2008年12月至2009年2月不同分辨率液晶电视关注度走势

图表 2009年2月中国市场不同价位段液晶电视关注比例分布

图表 创维三大品牌热门产品TOP5排行

图表 索尼三大品牌热门产品TOP5排行

图表 海信三大品牌热门产品TOP5排行

图表 2009年2月创维与其他品牌液晶电视的搜索重合度

图表 2009年2月索尼与其他品牌液晶电视的搜索重合度

图表 2009年2月海信与其他品牌液晶电视的搜索重合度

图表 T C L王牌电器（惠州）有限公司盈利指标情况

图表 T C L王牌电器（惠州）有限公司资产运行指标状况

图表 T C L王牌电器（惠州）有限公司资产负债能力指标分析

图表 T C L王牌电器（惠州）有限公司盈利能力情况

图表 T C L王牌电器（惠州）有限公司销售收入情况

图表 T C L王牌电器（惠州）有限公司成本费用构成情况

图表 康佳集团股份有限公司盈利指标情况

图表 康佳集团股份有限公司资产运行指标状况

图表 康佳集团股份有限公司资产负债能力指标分析

图表 康佳集团股份有限公司盈利能力情况

图表 康佳集团股份有限公司销售收入情况

图表 康佳集团股份有限公司成本费用构成情况

图表 南京夏普电子有限公司盈利指标情况

图表 南京夏普电子有限公司资产运行指标状况

图表 南京夏普电子有限公司资产负债能力指标分析

图表 南京夏普电子有限公司盈利能力情况

图表 南京夏普电子有限公司销售收入情况

图表 南京夏普电子有限公司成本费用构成情况

图表 沈阳同方多媒体科技有限公司盈利指标情况

图表 沈阳同方多媒体科技有限公司资产运行指标状况

图表 沈阳同方多媒体科技有限公司资产负债能力指标分析

图表 沈阳同方多媒体科技有限公司盈利能力情况

图表 沈阳同方多媒体科技有限公司销售收入情况

图表 沈阳同方多媒体科技有限公司成本费用构成情况

图表 中山市三色数码科技有限公司盈利指标情况

图表 中山市三色数码科技有限公司资产运行指标状况

图表 中山市三色数码科技有限公司资产负债能力指标分析

图表 中山市三色数码科技有限公司盈利能力情况

图表 中山市三色数码科技有限公司销售收入情况

图表 中山市三色数码科技有限公司成本费用构成情况

图表 海信集团有限公司盈利指标情况

图表 海信集团有限公司资产运行指标状况

图表 海信集团有限公司资产负债能力指标分析

图表 海信集团有限公司盈利能力情况

图表 海信集团有限公司销售收入情况

图表 海信集团有限公司成本费用构成情况

图表 四川长虹电子集团公司盈利指标情况

图表 四川长虹电子集团公司资产运行指标状况

图表 四川长虹电子集团公司资产负债能力指标分析

图表 四川长虹电子集团公司盈利能力情况

图表 四川长虹电子集团公司销售收入情况

图表 四川长虹电子集团公司成本费用构成情况

图表 深圳创维-RGB电子有限公司盈利指标情况

图表 深圳创维-RGB电子有限公司资产运行指标状况

图表 深圳创维-RGB电子有限公司资产负债能力指标分析

图表 深圳创维-RGB电子有限公司盈利能力情况

图表 深圳创维-RGB电子有限公司销售收入情况

图表 深圳创维-RGB电子有限公司成本费用构成情况

图表 厦门华侨电子企业有限公司盈利指标情况

图表 厦门华侨电子企业有限公司资产运行指标状况

图表 厦门华侨电子企业有限公司资产负债能力指标分析

图表 厦门华侨电子企业有限公司盈利能力情况

图表 厦门华侨电子企业有限公司销售收入情况

图表 厦门华侨电子企业有限公司成本费用构成情况

图表 创维平面显示科技(深圳)有限公司盈利指标情况

图表 创维平面显示科技(深圳)有限公司资产运行指标状况

图表 创维平面显示科技(深圳)有限公司资产负债能力指标分析

图表 创维平面显示科技(深圳)有限公司盈利能力情况

图表 创维平面显示科技(深圳)有限公司销售收入情况

图表 创维平面显示科技(深圳)有限公司成本费用构成情况

图表 2009-2012年中国液晶电视行业的发展趋势及预测

图表 2010年液晶电视市场销售量预测

图表 2009-2012年中国液晶电视产业市场竞争预测分析

图表略。。。。。。。。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/127234.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提供专业投资咨询报告、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。