



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国平板电视市场 运行态势及投资前景咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年中国平板电视市场运行态势及投资前景咨询报告》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/127245.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 平板电视相关概述

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 2008-2009年中国彩电行业运行形势分析

第一节 2008-2009年中国彩电产业发展概况

- 一、2008年中国彩电零售市场发展态势分析
- 二、2009年第一季度彩电行业发展状况
- 三、2009年彩电业整体发展形势分析

第二节 2007-2009年彩电产品产量数据分析

- 一、2007年全国及主要省份彩色电视机产量分析
- 二、2008年全国及主要省份彩色电视机产量分析
- 三、2009年2月年全国及主要省份彩色电视机产量分析
- 四、产量增长性分析

第三节 2008-2009年中国彩电行业竞争分析

- 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、彩电竞争呈现三种趋势
- 四、P10引领彩电业走向创新竞争时代
- 五、国产彩电积极对抗外资高端品牌
- 六、2009年彩电市场中外品牌技术竞争成焦点

第四节 2008-2009年中国彩电业存在的问题及对策分析

第三章 2008-2009年世界平板电视产业运作特色分析

第一节 2008-2009年世界平板电视市场发展概况

- 一、全球平板电视市场发展回顾
- 二、全球平板电视市场厂商份额情况
- 三、2009年初全球平板电视市场面临严峻形势

第二节 2008-2009年世界主要国家平板电视产业分析

- 一、全球平板电视市场韩国产品份额扩大
- 二、2008-2009年美国平板电视市场发展动态
- 三、2008-2009年日本平板电视产业分析

第三节 2009-2012年世界平板电视产业发展趋势分析

第四章 2008-2009年中国平板电视产业运行环境分析

第一节 2008-2009年中国平板电视产业政策分析

- 一、产业振兴规划对彩电业的影响解析
- 二、国家数字电视标准刺激平板电视产业发展
- 三、家电下乡给平板电视带来的市场机遇

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年中国平板电视产业社会环境分析

第五章 2008-2009年中国平板电视产业运行态势分析

第一节 2008-2009年中国平板电视行业发展综述

- 一、平板电视市场整体发展
- 二、平板电视城市消费需求分析
- 三、中国平板电视市场关注度分析

第二节 2008-2009年中国平板电视产业链分析

- 一、中国平板电视企业进军产业链上游
- 二、中国已初步具备平板电视行产业链基础但仍显不足

三、中国平板电视产业链不完善

四、2009年平板电视产业链发展受国家专项资金扶持

第三节 2008-2009年中国平板电视市场发展存在的问题及挑战

一、四大瓶颈制约着中国平板电视产业发展

二、金融危机下中国平板电视市场态势

三、中国平板电视产品缺乏可靠性标准规范

四、中国平板电视市场外资品牌亟须寻找和谐发展

第四节 2008-2009年基于市场调查之上的平板电视行业发展策略分析

第六章 2008-2009年中国液晶电视产业市场运行动态分析

第一节 2008-2009年中国液晶电视产业发展现状分析

一、中国发展成为全球第三大液晶电视消费市场

二、国家政策推动液晶电视进入农村市场

三、中国液晶电视市场竞争态势简析

四、国产液晶电视品牌以价值战应对市场挑战

五、轻薄节能成为液晶电视市场主流趋势

第二节 2008-2009年中国液晶电视市场分析

一、2008年我国液晶电视销量持续增长

二、2009年一季度我国液晶电视销量大幅提升

三、2009年液晶电视市场发展走向

四、液晶电视市场品牌关注度分析

第三节 2008-2009年中国液晶电视市场新进入者

一、IT厂商纷纷发力液晶电视市场

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

第四节 主要液晶电视生产企业发展策略探析

一、索尼液晶电视产品及价格策略

二、三星液晶电视产品及价格策略

三、夏普液晶电视产品及价格策略

四、海信液晶电视产品策略

五、创维液晶电视产品策略

六、TCL液晶电视产品策略

第七章 2008-2009年中国等离子电视产业运行走势分析

第一节 2008-2009年中国等离子电视产业发展综合分析

- 一、等离子电视产品与技术的发展现状
- 二、等离子电视行业集中度分析
- 三、等离子电视引领护眼电视时代
- 四、等离子电视行业标准出台进入规范化发展

第二节 2008-2009年中国等离子电视市场分析

- 一、2008年等离子电视全年销售量创新高
- 二、2009年一季度等离子电视市场运行情况
- 三、2009年等离子电视发展形势趋好

第三节 2008-2009年中国等离子电视行业存在的问题

- 一、32英寸等离子陷入困境
- 二、产业链封闭是等离子电视的致命缺陷
- 三、松下尴尬凸显等离子电视市场危机犹存
- 四、等离子电视功耗难题亟待解决

第四节 2008-2009年中国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、等离子电视产业发展有赖于各方合作
- 三、等离子电视市场运作策略
- 四、盘活等离子电视市场的策略

第八章 2008-2009年中国平板电视产业市场竞争格局分析

第一节 2008-2009年中国平板电视市场竞争现状分析

- 一、平板电视走向价值竞争
- 二、平板电视竞争转向三四级市场
- 三、节能成2009年平板电视竞争焦点
- 四、2009年平板电视将回归理性竞争

第二节 2008-2009年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、国产平板电视企业上游竞争力结构有待建立

第三节 2008-2009年中国平板电视中外品牌竞争分析

一、国产品牌引领等离子电视市场

二、2008上半年国产等离子电视品牌首次打败国外品牌

三、液晶面板降价使国产品牌市场话语权增强

四、2009年合资与国产品牌两大阵营竞争升级

第四节 2008-2009年中国液晶与等离子电视竞争分析

一、等离子电视与液晶电视竞争格局

二、等离子与液晶电视争夺大屏幕市场

三、2008年液晶电视与等离子电视的发展态势

第九章 2008-2009年国外平板电视企业运行状况透析

第一节 三星

一、公司简介

二、2008-2009年公司运行策略分析

第二节 松下

一、公司简介

二、受累经济危机松下降低平板电视投资

三、2008-2009年公司运行策略分析

四、松下企业未来投资分析

第三节 索尼

一、公司简介

二、2008-2009年公司运行策略分析

三、索尼平板电视在中国衰落的缘由

第四节 飞利浦

一、公司简介

二、2008-2009年公司运行策略分析

三、飞利浦流光溢彩平板电视主打健康舒适主题

第五节 夏普

一、公司简介

二、2008-2009年公司运行策略分析

三、夏普再次验证液晶电视霸主地位

第六节 LG

- 一、公司简介
- 二、2008-2009年公司运行策略分析
- 三、2009年LG电子上调平板电视销量计划

第十章 2008-2009年国内平板电视品牌企业综合竞争力分析

第一节 海信集团有限公司

- 一、公司简介
- 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

第二节 四川长虹电子集团公司

- 一、公司简介
- 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

第三节 深圳创维-RGB电子有限公司

- 一、公司简介
- 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

第四节 厦门华侨电子企业有限公司

- 一、公司简介
- 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

第五节 T C L王牌电器（惠州）有限公司

- 一、公司简介
- 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

第六节 康佳集团股份有限公司

- 一、公司简介
- 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

第七节 南京夏普电子有限公司

- 一、公司简介
- 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

第八节 高创（苏州）电子有限公司

- 一、公司简介
- 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

第九节 天津通广三星电子有限公司

- 一、公司简介
- 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

第十节 上海索广映像有限公司

- 一、公司简介
- 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

第十一节 略。。。。。。。

第十一章 2008-2009年中国显示面板产业运行局势分析

第一节 2008-2009年中国液晶面板产业发展现状分析

- 一、2008年我国大尺寸液晶面板供货状况
- 二、海峡两岸液晶面板产业合作持续升温
- 三、中国大陆液晶面板厂商争相发展高代线
- 四、我国液晶面板产业发展建议

第二节 2008-2009年广东液晶面板产业分析

- 一、广东省液晶面板产业重现活力
- 二、广东打造液晶面板产业群
- 三、广东液晶电视面板发展现状及目标
- 四、珠三角五市博弈液晶面板高代线
- 五、广东政府推动液晶面板产业发展

第三节 2008-2009年台湾液晶面板产业分析

- 一、中国台湾TFT-LCD产业发展概述
- 二、台湾液晶面板行业景气回暖日渐明朗
- 三、台湾液晶面板企业发力大陆市场
- 四、台湾面板厂商面临的挑战与优势

第四节 2008-2009年中国等离子面板（PDP）分析

- 一、2009年一季度全球等离子面板发展状况
- 二、中国等离子面板产业开始前行
- 三、中国民族离子面板产业发展现状
- 四、等离子面板市场发展形势及策略

第五节 2008-2009年中国OLED面板分析

- 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、电视用OLED面板市场发展展望

第十二章 2009-2012年中国平板电视产业机遇及发展趋势

第一节 2009-2012年中国彩电行业前景分析

- 一、2009年中国彩电市场发展展望
- 二、中国彩电行业发展的新趋势
- 三、彩电技术竞争的新方向

第二节 2009-2012年中国平板电视市场发展趋势

- 一、2009年我国重点城市平板电视市场发展趋势
- 二、我国平板电视消费的主要趋势
- 三、平板电视节能环保趋势解析

第三节 2009-2012年中国平板电视产业市场盈利预测分析

第十三章 2009-2012年中国平板电视产业投资机会与风险分析

第一节 2009-2012年中国平板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年中国平板电视产业投资机会分析

第三节 2009-2012年中国平板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 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 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 高创（苏州）电子有限公司盈利指标情况

图表 高创（苏州）电子有限公司资产运行指标状况

图表 高创（苏州）电子有限公司资产负债能力指标分析

图表 高创（苏州）电子有限公司盈利能力情况

图表 高创（苏州）电子有限公司销售收入情况

图表 高创（苏州）电子有限公司成本费用构成情况

图表 天津通广三星电子有限公司盈利指标情况

图表 天津通广三星电子有限公司资产运行指标状况

图表 天津通广三星电子有限公司资产负债能力指标分析

图表 天津通广三星电子有限公司盈利能力情况

图表 天津通广三星电子有限公司销售收入情况
图表 天津通广三星电子有限公司成本费用构成情况
图表 上海索广映像有限公司盈利指标情况
图表 上海索广映像有限公司资产运行指标状况
图表 上海索广映像有限公司资产负债能力指标分析
图表 上海索广映像有限公司盈利能力情况
图表 上海索广映像有限公司销售收入情况
图表 上海索广映像有限公司成本费用构成情况
图表 2009-2012年中国彩电行业前景分析
图表 2009-2012年中国平板电视市场发展趋势
图表 2009-2012年中国平板电视产业市场盈利预测分析
图表 略。。。。。。。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/127245.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。