



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年液晶电视行业发展 前景分析及投资风险预测报告

## 一、调研说明

《2009-2012年液晶电视行业发展前景分析及投资风险预测报告》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/140416.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

2009年我国彩电出口形势依然严峻，但是平板电视国内需求却开始向好，尤其是液晶电视正在成为市场的主角。与此同时，液晶电视产业内部也在酝酿着变革：外资品牌市场份额下降，国内厂商市场份额上升，市场集中度越发明显，二线品牌正加速淘汰。随着城市居民消费水平的不断提升，平板电视已成为普及型消费产品，在拉动内需的一系列政府调控措施的带动下，国内平板电视仍将保持平稳的增长态势，预计2009年国内平板电视需求量将达1500万台。在平板电视消费中，液晶电视占了主导地位，激烈的市场竞争也在促进液晶产业的整体发展。调查显示，在预期购买的各类电视中，预计购买普通液晶的占到51%，而LED液晶背光源电视预期购买率也达到34%。虽然在我国液晶电视市场外资厂商占据主导地位，但近期三星、夏普、索尼等主要外资品牌的市场份额均有不同程度下滑。与此同时，市场表现出集中度上升、二线品牌加速淘汰的特征。占据市场前四位厂商的市场份额总和为56.9%，远高于去年同期39.7%的水平。而上广电、厦华、东芝等品牌市场份额下滑严重，在产品水平、工业设计、性价比方面与主流品牌有一定差距，面临生存危机。

由于中国政府采取的刺激措施促进了国内市场对于消费电子产品的需求，2009年中国液晶电视和机顶盒出货量有望强劲增长。2009年上半年，包括供国内销售和出口在内，国内OEM厂商的液晶电视产量达到了1520万台，为实现2009年全年预期产量创造了条件。预计2009年总体液晶产量为2670万台，比2008年增长38%。2009年中国机顶盒出货量将达到1.421亿台，比2008年的1.234亿增长15.2%。在中国家电下乡计划的推动下，预计2009年国内液晶电视销量将上升至1670万台，比2008年增长27%。这种强劲的增长将为今后几年进一步扩张铺平道路，预计2013年销量将达到3110万台，当年产量将增长到3790万台。随着液晶电视产业的快速发展，新一代全新应用LED背光源显示技术产品迅速在市场崛起，其产品凭借着强大的节能、环保和超薄等优势，成为传统液晶电视和等离子电视的主要强劲对手。LED电视由于兼具色彩绚丽、节能环保、超薄等多项先天优势，很快被业界认可并视为未来电视发展的新方向，中外平板电视厂商都把LED背光源液晶电视作为高端新品进行大力度推广，极大的刺激了LED液晶电视的潜在需求。LED这个大产业正处在发展的上升阶段，能创造极大的社会动力，对于节能这一点，目前中国市场上差不多每年有1800万台平板电视的需求。LED电视的技术优势不仅体现在节能、环保上，在动态、听觉等方面也具有非常强的竞争优势。未来三年，LED电视将可能逐步替代传统的液晶电视成为市场主流。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，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、国内外相关刊物杂志的基础信息以及液晶电视研究单位等公布和

提供的大量资料，结合中研普华公司对液晶电视相关企业的实地调查，对我国液晶电视行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了液晶电视行业的前景与风险。报告揭示了液晶电视市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

## 目录

## CONTENTS

### 第一部分 发展现状与前景分析

#### 第一章 全球液晶电视行业发展分析

##### 第一节 2008年全球液晶电视市场分析

###### 一、2008年全球液晶电视市场回顾

###### 二、2008年全球液晶电视市场环境

###### 三、2008年全球液晶电视产销分析

###### 四、2008年全球液晶电视市场需求

##### 第二节 世界液晶电视行业市场情况

###### 一、2009年世界液晶电视产业发展现状

###### 二、2009年国际液晶电视产业发展态势

###### 三、2009年国际液晶电视行业产销分析

###### 四、2009年全球液晶电视行业挑战与机会

##### 第三节 部分国家地区液晶电视行业发展状况

###### 一、2008-2009年美国液晶电视行业发展分析

###### 二、2008-2009年欧洲液晶电视行业发展分析

###### 三、2008-2009年日本液晶电视行业发展分析

###### 四、2008-2009年韩国液晶电视行业发展分析

### 第二章 我国液晶电视行业发展现状

#### 第一节 我国液晶电视行业发展状况

- 一、2008年中国液晶电视行业发展回顾
- 二、2008年液晶电视行业发展情况分析
- 三、2008年我国液晶电视市场特点分析
- 四、2009年我国液晶电视市场发展分析

## 第二节 液晶电视市场销量分析

- 一、2008年液晶电视市场销量分析
- 二、2009年液晶电视市场销量预测

## 第三节 液晶电视市场价格分析

- 一、液晶电视市场价格影响因素
- 二、2008年液晶电视市场价格走势
- 三、2009年液晶电视市场价格走势

## 第四节 中国液晶电视行业供需分析

- 一、2008年中国液晶电视市场供给总量分析
- 二、2008年中国液晶电视市场供给结构分析
- 三、2009年中国液晶电视市场需求总量分析
- 四、2009年中国液晶电视市场需求结构分析
- 五、2009年中国液晶电视市场供需平衡分析

# 第三章 中国液晶电视行业经济运行分析

## 第一节 2009年液晶电视行业运行情况分析

- 一、2009年液晶电视行业经济指标分析
- 二、2009年液晶电视行业收入前十家企业

## 第二节 2009年液晶电视行业产量分析

- 一、2009年我国液晶电视产量分析
- 二、2009年我国液晶电视产量预测

## 第三节 2009年液晶电视行业进出口分析

- 一、2009年液晶电视行业进口总量及价格
- 二、2009年液晶电视行业出口总量及价格
- 三、2009年液晶电视行业进出口数据统计
- 四、2009-2012年液晶电视进出口态势展望

# 第四章 中国液晶电视行业消费市场分析

## 第一节 中国液晶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 液晶电视消费市场状况分析

### 一、液晶电视行业消费特点

### 二、液晶电视消费者分析

### 三、液晶电视消费结构分析

### 四、液晶电视消费的市场变化

### 五、液晶电视市场的消费方向

## 第三节 液晶电视市场消费需求分析

### 一、液晶电视市场的消费需求变化

### 二、液晶电视行业的需求分析

### 三、2009年液晶电视品牌市场消费需求分析

## 第五章 中国液晶电视行业区域市场分析

### 第一节 2009年华北地区液晶电视行业分析

#### 一、2008-2009年行业发展现状分析

#### 二、2008-2009年市场规模情况分析

#### 三、2009-2012年市场需求情况分析

#### 四、2009-2012年行业发展前景预测

#### 五、2009-2012年行业投资风险预测

### 第二节 2009年东北地区液晶电视行业分析

#### 一、2008-2009年行业发展现状分析

#### 二、2008-2009年市场规模情况分析

#### 三、2009-2012年市场需求情况分析

#### 四、2009-2012年行业发展前景预测

#### 五、2009-2012年行业投资风险预测

### 第三节 2009年华东地区液晶电视行业分析

#### 一、2008-2009年行业发展现状分析

#### 二、2008-2009年市场规模情况分析

#### 三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

#### 第四节 2009年华南地区液晶电视行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

#### 第五节 2009年华中地区液晶电视行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

#### 第六节 2009年西南地区液晶电视行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

#### 第七节 2009年西北地区液晶电视行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

### 第六章 液晶电视行业投资与发展前景分析

#### 第一节 2009年上半年液晶电视行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资结构

二、2009年上半年投资规模情况

三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

第二节 液晶电视行业投资机会分析

一、液晶电视投资项目分析

二、可以投资的液晶电视模式

三、2009年液晶电视投资机会

四、2009年液晶电视细分行业投资机会

五、2009年液晶电视投资新方向

第三节 液晶电视行业发展前景分析

一、液晶电视市场发展前景分析

二、我国液晶电视市场蕴藏的商机

三、金融危机下液晶电视市场的发展前景

四、2009年液晶电视市场面临的发展商机

五、2009-2012年液晶电视市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 液晶电视行业竞争格局分析

第一节 液晶电视行业集中度分析

一、液晶电视市场集中度分析

二、液晶电视企业集中度分析

三、液晶电视区域集中度分析

第二节 液晶电视行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 液晶电视行业竞争格局分析

一、2008年液晶电视行业竞争分析

二、2008年中外液晶电视竞争分析

三、2008-2009年国内外液晶电视竞争分析

四、2008-2009年我国液晶电视市场竞争分析



五、2008-2009年我国液晶电视市场集中度分析

六、2009-2012年国内主要液晶电视企业动向

## 第八章 2009-2012年中国液晶电视行业发展形势分析

### 第一节 液晶电视行业发展概况

一、液晶电视行业发展特点分析

二、液晶电视行业投资现状分析

三、液晶电视行业总产值分析

四、液晶电视行业技术发展分析

### 第二节 2008-2009年液晶电视行业市场情况分析

一、液晶电视行业市场发展分析

二、液晶电视市场存在的问题

三、液晶电视市场规模分析

### 第三节 2008-2009年液晶电视产销状况分析

一、液晶电视产量分析

二、液晶电视产能分析

三、液晶电视市场需求状况分析

### 第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

## 第三部分 赢利水平与企业分析

## 第九章 中国液晶电视行业整体运行指标分析

### 第一节 2009年中国液晶电视行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

### 第二节 2009年中国液晶电视行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

### 第三节 2009年年中国液晶电视行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

## 第十章 液晶电视行业赢利水平分析

### 第一节 成本分析

- 一、2008-2009年液晶电视原材料价格走势
- 二、2008-2009年液晶电视行业人工成本分析

### 第二节 产销运存分析

- 一、2008-2009年液晶电视行业产销情况
- 二、2008-2009年液晶电视行业库存情况
- 三、2008-2009年液晶电视行业资金周转情况

### 第三节 盈利水平分析

- 一、2008-2009年液晶电视行业价格走势
- 二、2008-2009年液晶电视行业营业收入情况
- 三、2008-2009年液晶电视行业毛利率情况
- 四、2008-2009年液晶电视行业赢利能力
- 五、2008-2009年液晶电视行业赢利水平
- 六、2009-2012年液晶电视行业赢利预测

## 第十一章 液晶电视行业盈利能力分析

### 第一节 2009年中国液晶电视行业利润总额分析

- 一、利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析

### 第二节 2009年中国液晶电视行业销售利润率

- 一、销售利润率分析
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析

### 第三节 2009年中国液晶电视行业总资产利润率分析

- 一、总资产利润率分析
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析

### 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

#### 第四节 2009年中国液晶电视行业产值利税率分析

##### 一、产值利税率分析

##### 二、不同规模企业产值利税率比较分析

##### 三、不同所有制企业产值利税率比较分析

## 第十二章 液晶电视重点企业发展分析

### 第一节 海信

#### 一、企业概况

#### 二、2009年经营状况

#### 三、2009-2012年盈利能力分析

#### 四、2009-2012年投资风险

### 第二节 创维

#### 一、企业概况

#### 二、2009年经营状况

#### 三、2009-2012年盈利能力分析

#### 四、2009-2012年投资风险

### 第三节 海尔

#### 一、企业概况

#### 二、2009年经营状况

#### 三、2009-2012年盈利能力分析

#### 四、2009-2012年投资风险

### 第四节 夏华

#### 一、企业概况

#### 二、2009年经营状况

#### 三、2009-2012年盈利能力分析

#### 四、2009-2012年投资风险

### 第五节 长虹

#### 一、企业概况

#### 二、2009年经营状况

#### 三、2009-2012年盈利能力分析

#### 四、2009-2012年投资风险

## 第六节 TCL

### 一、企业概况

### 二、2009年经营状况

### 三、2009-2012年盈利能力分析

### 四、2009-2012年投资风险

## 第七节 康佳

### 一、企业概况

### 二、2009年经营状况

### 三、2009-2012年盈利能力分析

### 四、2009-2012年投资风险

## 第八节 熊猫

### 一、企业概况

### 二、2009年经营状况

### 三、2009-2012年盈利能力分析

### 四、2009-2012年投资风险

## 第九节 新科

### 一、企业概况

### 二、2009年经营状况

### 三、2009-2012年盈利能力分析

### 四、2009-2012年投资风险

## 第十节 博一

### 一、企业概况

### 二、2009年经营状况

### 三、2009-2012年盈利能力分析

### 四、2009-2012年投资风险

## 第四部分 投资策略与风险预警

### 第十三章 液晶电视行业投资策略分析

#### 第一节 行业发展特征

##### 一、行业的周期性

##### 二、行业的区域性

##### 三、行业的上下游

#### 四、行业经营模式

#### 第二节 行业投资形势分析

##### 一、行业发展格局

##### 二、行业进入壁垒

##### 三、行业SWOT分析

##### 四、行业五力模型分析

#### 第三节 液晶电视行业投资效益分析

##### 一、2009年液晶电视行业投资状况分析

##### 二、2009年液晶电视行业投资效益分析

##### 三、2009-2012年液晶电视行业投资方向

##### 四、2009-2012年液晶电视行业投资建议

#### 第四节 液晶电视行业投资策略研究

##### 一、2008年液晶电视行业投资策略

##### 二、2009年液晶电视行业投资策略

##### 三、2009-2012年液晶电视行业投资策略

##### 四、2009-2012年液晶电视细分行业投资策略

### 第十四章 液晶电视行业投资风险预警

#### 第一节 影响液晶电视行业发展的主要因素

##### 一、2009年影响液晶电视行业运行的有利因素

##### 二、2009年影响液晶电视行业运行的稳定因素

##### 三、2009年影响液晶电视行业运行的不利因素

##### 四、2009年我国液晶电视行业发展面临的挑战

##### 五、2009年我国液晶电视行业发展面临的机遇

#### 第二节 液晶电视行业投资风险预警

##### 一、2009-2012年液晶电视行业市场风险预测

##### 二、2009-2012年液晶电视行业政策风险预测

##### 三、2009-2012年液晶电视行业经营风险预测

##### 四、2009-2012年液晶电视行业技术风险预测

##### 五、2009-2012年液晶电视行业竞争风险预测

##### 六、2009-2012年液晶电视行业其他风险预测

## 第五部分 发展趋势与规划建议

### 第十五章 液晶电视行业发展趋势分析

#### 第一节 2009-2012年中国液晶电视市场趋势分析

- 一、2008-2009年我国液晶电视市场趋势总结
- 二、2009-2012年我国液晶电视发展趋势分析

#### 第二节 2009-2012年液晶电视发展趋势分析

- 一、2009-2012年液晶电视技术趋势分析
- 二、2009-2012年液晶电视价格趋势分析

#### 第三节 2009-2012年中国液晶电视行业供需预测

- 一、2008-2012年中国液晶电视供给预测
- 二、2009-2012年中国液晶电视需求预测
- 三、2009-2012年中国液晶电视价格预测

#### 第四节 2009-2012年液晶电视行业规划建议

- 一、液晶电视行业"十一五"整体规划
- 二、液晶电视行业"十一五"发展预测
- 三、2009-2012年液晶电视行业规划建议

### 第十六章 液晶电视企业管理策略建议

#### 第一节 市场策略分析

- 一、液晶电视价格策略分析
- 二、液晶电视渠道策略分析

#### 第二节 销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

#### 第三节 提高液晶电视企业竞争力的策略

- 一、提高中国液晶电视企业核心竞争力的对策
- 二、液晶电视企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响液晶电视企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高液晶电视企业竞争力的策略

#### 第四节 对我国液晶电视品牌的战略思考

- 一、液晶电视实施品牌战略的意义

- 二、液晶电视企业品牌的现状分析
- 三、我国液晶电视企业的品牌战略
- 四、液晶电视品牌战略管理的策略

## 图表目录

图表：液晶电视产业链分析

图表：液晶电视行业生命周期

图表：2008-2009年中国液晶电视行业市场规模

图表：2008-2009年全球液晶电视产业市场规模

图表：2008-2009年液晶电视重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国液晶电视行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国液晶电视行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国液晶电视行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国液晶电视竞争力分析

图表：2009-2012年中国液晶电视市场前景预测

图表：2009-2012年中国液晶电视市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国液晶电视发展前景预测

图表：2001-2008年美国液晶电视市场销售规模

图表：2009-2012年美国液晶电视市场销售规模预测

图表：2002-2008年英国液晶电视市场规模

图表：2002-2008年英国液晶电视市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年英国液晶电视市场规模预测

图表：2008-2012年英国液晶电视市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年德国液晶电视市场规模

图表：2002-2008年德国液晶电视市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年德国液晶电视市场规模预测

图表：2008-2012年德国液晶电视市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年日本液晶电视市场规模

图表：2002-2008年日本液晶电视市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年日本液晶电视市场规模预测

图表：2009-2012年日本液晶电视市场规模趋预测势图

图表：2002-2008年中国液晶电视市场规模

图表：2002-2008年中国液晶电视市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年中国液晶电视市场规模预测

图表：2009-2012年中国液晶电视市场规模趋预测势图

图表：2008-2009年9月液晶电视行业销售成本分析

图表：2008-2009年9月液晶电视行业销售费用分析

图表：2008-2009年9月液晶电视行业管理费用分析

图表：2008-2009年9月液晶电视行业财务费用分析

图表：2008-2009年9月液晶电视行业销售及利润分析

图表：2008-2009年9月液晶电视行业销售毛利率分析

图表：2008-2009年9月液晶电视行业销售利润率分析

图表：2008-2009年9月液晶电视行业成本费用利润率分析

图表：2008-2009年9月液晶电视行业总资产利润率分析

图表：2008-2009年9月液晶电视行业资产分析

图表：2008-2009年9月液晶电视行业负债分析

图表：2008-2009年9月液晶电视行业偿债能力分析

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2008年居民消费价格涨跌幅度

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2008年年末国家外汇储备

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2008年工业增加值及其增长速度

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度



图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2008年年末电话用户数

图表：2008年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2008年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2008年年末各类教育招生人数

图表：2008年人口数及其构成

图表：2004-2008年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2008年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009年1-9月工业生产主要指标

图表：2008-2009年9月全国居民消费价格指数

图表：2008-2009年9月工业品出厂价格指数

图表：2009年1-9月我国液晶电视进口数据

图表：2009年1-9月我国液晶电视出口数据

图表：2009年1月我国液晶电视进口数据

图表：2009年1月我国液晶电视出口数据

图表：2009年2月我国液晶电视进口数据

图表：2009年2月我国液晶电视出口数据

图表：2009年3月我国液晶电视进口数据

图表：2009年3月我国液晶电视出口数据

图表：2009年上半年我国液晶电视进口数据

图表：2009年上半年我国液晶电视出口数据

图表：2009年4月我国液晶电视进口数据

图表：2009年4月我国液晶电视出口数据

图表：2009年5月我国液晶电视进口数据

图表：2009年5月我国液晶电视出口数据

图表：2009年6月我国液晶电视进口数据

图表：2009年6月我国液晶电视出口数据

图表：2009年2季度我国液晶电视进口数据

图表：2009年2季度我国液晶电视出口数据

图表：2009年7月我国液晶电视进口数据

图表：2009年7月我国液晶电视出口数据

图表：2009年8月我国液晶电视进口数据

图表：2009年8月我国液晶电视出口数据

图表：2009年9月我国液晶电视进口数据

图表：2009年9月我国液晶电视出口数据

图表：2009年3季度我国液晶电视进口数据

图表：2009年3季度我国液晶电视出口数据

图表：2009年1-9月中国液晶电视行业国有企业工业数据

图表：2009年1-9月中国液晶电视行业集体企业工业数据

图表：2009年1-9月中国液晶电视行业股份合作制企业工业数据

图表：2009年1-9月中国液晶电视行业股份制企业工业数据

图表：2009年1-9月中国液晶电视行业私营企业工业数据

图表：2009年1-9月中国液晶电视行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009年1-9月中国液晶电视行业其他类型企业工业数据

图表：2009年1-9月中国不同所有制液晶电视企业累计工业总产值对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制液晶电视企业累计产品销售收入对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制液晶电视企业累计资产总计对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制液晶电视企业累计利润总额对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制液晶电视企业累计工业总产值增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制液晶电视企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制液晶电视企业累计利润总额增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制液晶电视企业产销率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制液晶电视企业流动资产周转次数对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制液晶电视企业人均销售率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制液晶电视企业亏损面对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制液晶电视企业销售利润率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制液晶电视企业资金利税率对比

图表：2009年1-9月液晶电视产量北京市统计

图表：2009年1-9月液晶电视产量天津市统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量河北省统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量内蒙古统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量辽宁省统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量吉林省统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量黑龙江统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量上海市统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量江苏省统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量浙江省统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量安徽省统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量福建省统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量江西省统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量山东省统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量河南省统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量湖北省统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量湖南省统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量广东省统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量广西区统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量海南省统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量四川省统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量云南省统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量陕西省统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量甘肃省统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量青海省统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量宁夏区统计  
图表：2009年1-9月液晶电视产量新疆区统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/140416.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](http://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。