



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 中国模卡电视市场消费者研究及 投资战略规划研究分析报告(2 011-2015年)

## 一、调研说明

《中国模卡电视市场消费者研究及投资战略规划研究分析报告(2011-2015年)》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/178897.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

模卡电视通过各种开放式流媒体模卡实现各种功能，换卡时无需更换电视，节省了电视需要不断更新换代与购买大量外接设备的费用，避免了家庭复杂的连线，节约了大量能源，是“一台顶n台的省钱电视”。彩电正快速进入数字时代，数字技术正在打破3C界限，全球彩电企业面临全新的竞争局面。彩电在尺寸、画质、音质、外观等方面的差异化越来越难，融合成为竞争新方向。3C融合的关键是内容的共享，内容的载体是流媒体。模卡电视作为一个开放式流媒体平台，是实现3C融合最重要的载体，符合了用户的消费趋势与彩电业发展的趋势。

模卡电视作为一台顶n台的省钱电视、一款多靓彩的时尚电视，解决了用户的三大难题，牢牢把握住了用户需求、家庭装饰风格、彩电业发展及国家政策四大趋势，将带领彩电业进入开放式流媒体时代。

《中国模卡电视市场消费者研究及投资战略规划研究分析报告(2011-2015年)》系统全面的调研了模卡电视产品的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

《中国模卡电视市场消费者研究及投资战略规划研究分析报告(2011-2015年)》以产品微观部分作为调研重点，采用纵向分析和横向对比相结合的方法，分别对模卡电视产品的国内外生产消费情况、原材料市场情况、产品技术情况、产品市场竞争情况、重点企业发展情况、产品品牌价值以及产品营销渠道和营销策略等方面进行深入的调研分析。

在数据处理方面，报告以调研数据和国家统计局数据、海关进出口数据、公司调研数据等为基础数据，为保证报告的翔实、准确可靠、数据之间具有可比性，报告对统计样本数据进行必要的筛选、分组，将宏观样本数据、微观样本数据紧密结合,并采用定量分析为主（包括经济统计模型的应用），定量与定性分析相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息。同时采用统计图表等多种形式将分析结果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度为企业提供系统完整的参考信息，同时也增加了报告研究结论的客观性和可靠性。

通过《中国模卡电视市场消费者研究及投资战略规划研究分析报告(2011-2015年)》，生产企业及投资机构将充分了解模卡电视产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

### 第一章 2010-2011年世界电视机行业整体运营状况分析

#### 第一节 2010-2011年世界家电行业运行环境浅析

## 第二节 2010-2011年世界模卡电视行业市场格局分析

- 一、世界模卡电视市场特征分析
- 二、世界彩电品牌综述
- 三、全球平板电视市场厂商份额情况
- 四、全球平板电视市场面临严峻形势

## 第三节 2010-2011年世界主要国家彩电为运行分析

- 一、日本平板电视企业加快生产基地全球化
- 二、全球平板电视市场韩国产品份额扩大

## 第四节 2011-2015年世界电视行业发展趋势分析

## 第二章 2010-2011年世界品牌电视制造企业营运状况浅析

### 第一节 日立

- 一、企业概况
- 二、在华市场投资运行情况分析
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化发展战略分析

### 第二节 东芝

- 一、企业概况
- 二、在华市场投资运行情况分析
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化发展战略分析

### 第三节 三星

- 一、企业概况
- 二、在华市场投资运行情况分析
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化发展战略分析

### 第四节 先锋

- 一、企业概况
- 二、在华市场投资运行情况分析
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化发展战略分析

### 第三章 2010-2011年中国模卡电视行业市场运行环境解析

#### 第一节 2010-2011年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

#### 第二节 2010-2011年中国模卡电视市场政策环境分析

- 一、中国电子信息产业调整与振兴规划解析
- 二、家电下乡政策解读
- 三、《数字电视液晶显示器通用规范》
- 四、《液晶电视屏主流尺寸规范》

#### 第三节 2010-2011年中国模卡电视市场社会环境分析

- 一、居民消费情况
- 二、家电节能普遍受关注

### 第四章 2010-2011年中国模卡电视行业市场运行态势剖析

#### 第一节 模卡电视相关概述

#### 第二节 2010-2011年中国模卡电视运行动态分析

- 一、SINOCES展海尔推可扩展功能的模卡液晶
- 二、中国彩电行业加速转型 平板电视迎来发展元年
- 三、海尔模卡电视功能开放性超越日韩彩电

#### 第三节 2010-2011年中国电视机制造业现状综述

- 一、中国彩电行业跨入绿色发展新时代
- 二、国产彩电重新占据市场主导地位
- 三、中国彩电业逐步融入互联网
- 四、中国电视产业迎来发展新拐点

#### 第四节 2010-2011年中国电视机市场发展中的问题

### 第五章 2005-2010年中国家用影视设备制造行业规模以上企业经济运行数据监测

#### 第一节 2005-2010年（按季度更新）中国家用影视设备制造行业数据监测回顾

- 一、竞争企业数量
- 二、亏损面情况
- 三、市场销售额增长
- 四、利润总额增长
- 五、投资资产增长性
- 六、行业从业人数调查分析

## 第二节 2005-2010年（按季度更新）中国家用影视设备制造行业投资价值测算

- 一、销售利润率
- 二、销售毛利率
- 三、资产利润率
- 四、未来5年家用影视设备制造盈利能力预测

## 第三节 2005-2010年（按季度更新）中国家用影视设备制造行业产销率调查

- 一、工业总产值
- 二、工业销售产值
- 三、产销率调查
- 四、未来5年家用影视设备制造产品产销预测

## 第四节 2005-2010年（按季度更新）家用影视设备制造出口交货值数据

- 一、出口交货值增长
- 二、出口交货值占工业产值的比重

## 第六章 2007-2010年中国彩色电视机产量数据统计分析

### 第一节 2007-2009年全国彩色电视机产量数据分析

- 一、2007-2009年全国彩色电视机产量数据
- 二、2007-2009年重点省市彩色电视机产量数据

### 第二节 2010年全国彩色电视机产量数据分析（数据均可更新至最新月份）

- 一、2010年全国彩色电视机产量数据
- 二、2010年重点省市彩色电视机产量数据

### 第三节 全国彩色电视机产量增长性分析

## 第七章 2010-2011年中国模卡电视市场运行形势深度剖析

### 第一节 2010-2011年中国模卡电视市场运行特点分析

### 第二节 2010-2011年中国模卡电视市场运行动态分析

一、海尔模卡电视问鼎最佳自主创新设计奖

二、海尔模卡电视海外和国内市场双线热销

第三节2010-2011年中国模卡电视细分市场运行分析

一、等离子销量突飞猛进

二、液晶市场规模增速趋缓

三、平板电视尺寸规格结构三峰尽现

第八章2010-2011年中国电视机进出口贸易数据监测

第一节2008-2009年中国等离子彩电市场进出口数据分析

一、2008-2009年中国等离子彩电出口统计

二、2008-2009年中国等离子彩电进口统计

三、2008-2009年中国等离子彩电进出口价格对比

四、中国等离子彩电进出口主要来源地及出口目的地

第二节2008-2009年中国液晶彩电市场进出口数据分析

一、2008-2009年中国液晶彩电出口统计

二、2008-2009年中国液晶彩电进口统计

三、2008-2009年中国液晶彩电进出口价格对比

四、中国液晶彩电进出口主要来源地及出口目的地

第三节2008-2009年中国射线显像管彩电市场进出口数据分析

一、2008-2009年中国射线显像管彩电出口统计

二、2008-2009年中国射线显像管彩电进口统计

三、2008-2009年中国射线显像管彩电进出口价格对比

四、中国射线显像管彩电进出口主要来源地及出口目的地

第九章 2010-2011年中国模卡电视市场竞争格局透析

第一节2010-2011年中国电视产业竞争总况

一、全高清电视竞争进入白热化

二、彩电巨头争抢网络电视"奶酪"

三、中外平板电视竞争走向多极分化

第二节2010-2011年中国电视机产量集中度分析

第三节 2010-2011年中国模卡电视竞争动态分析

一、海尔再推健身娱乐模卡电视竞争力分析

二、中国模卡电视市场竞争优势分析

三、中国模卡电视竞争中存在的问题分析

第四节 2011-2015年中国模卡电视行业竞争趋势分析

第十章 2010-2011年中国电视重点企业竞争力及关键性数据分析

第一节 青岛海尔股份有限公司（600690）（模卡电视）

一、公司基本情况概述

二、2008-2010年公司成长性分析

三、2008-2010年公司财务能力分析

四、2008-2010年公司偿债能力分析

五、2008-2010年公司现金流量分析表

六、2008-2010年公司经营能力分析

七、2008-2010年公司盈利能力分析

第二节 四川长虹电器股份有限公司（600839）

一、公司基本情况概述

二、2008-2010年公司成长性分析

三、2008-2010年公司财务能力分析

四、2008-2010年公司偿债能力分析

五、2008-2010年公司现金流量分析表

六、2008-2010年公司经营能力分析

七、2008-2010年公司盈利能力分析

第三节 青岛海信电器股份有限公司（600060）

一、公司基本情况概述

二、2008-2010年公司成长性分析

三、2008-2010年公司财务能力分析

四、2008-2010年公司偿债能力分析

五、2008-2010年公司现金流量分析表

六、2008-2010年公司经营能力分析

七、2008-2010年公司盈利能力分析

第四节 TCL集团股份有限公司（000100）

一、公司基本情况概述

二、2008-2010年公司成长性分析



- 三、2008-2010年公司财务能力分析
- 四、2008-2010年公司偿债能力分析
- 五、2008-2010年公司现金流量分析表
- 六、2008-2010年公司经营能力分析
- 七、2008-2010年公司盈利能力分析
- 第五节 惠州市九联科技有限公司（模卡电视）

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第六节 略&hellip;&hellip;

## 第十一章2011-2015年中国模卡电视行业投资机会与风险规避指引

### 第一节2011-2015年中国模卡电视行业投资机会分析

- 一、家电下乡政策为电视产业带来发展新机遇
- 二、模卡电视投资吸引力分析

### 第二节2011-2015年中国模卡电视行业投资风险预警

- 一、宏观调控政策风险
- 二、市场竞争风险
- 三、市场运营机制风险

### 第三节 权威专家投资建议

## 第十二章2011-2015年中国模卡电视前景展望与趋势预测分析

### 第一节2011-2015年中国模卡电视前景预测分析

- 一、中国家电业制造业前景展望
- 二、中国彩电市场发展前景分析
- 三、“模卡电视”成时尚青年新宠

### 第二节2011-2015年中国模卡电视行业新趋势分析

- 一、彩电业发展新趋势分析
- 二、中国彩电技术发展方向

### 第三节2011-2015年中国模卡电视行业市场预测分析

- 一、彩色电视产量预测分析

## 二、中国电视市场需求情况预测分析

## 三、电视进出口贸易预测分析

### 第四节 2011-2015年中国模卡电视市场盈利预测分析

图表名称：部分

图表 2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表 2010-2011年一季度中国三产业增加值结构图

图表 2008-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表 2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表 2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表 2005-2010年我国社会固定资产投资额走势图

图表 2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表 2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表 2009年1月-2010年4月人民币兑美元汇率中间价

图表 2010-2011年4月人民币汇率中间价对照表

图表 2009年1月-2010年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表 2009年1月-2010年3月中国货币供应量的增速走势图

图表 2001-2009年中国外汇储备走势图

图表 2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表 2008年12月23日中国人民银行利率调整表

图表 2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表 我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表 2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表 2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表 2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表 2005-2009年中国就业人数走势图

图表 2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表 1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表 1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表 2009年人口数量及其构成

图表 1978-2009年中国城镇化率走势图

图表 2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表 2006-2009年中国家用影视设备制造行业企业数量增长趋势图

图表 2006-2009年中国家用影视设备制造行业亏损企业数量及亏损面积

图表 2006-2009年中国家用影视设备制造行业总体销售额增长趋势图

图表 2006-2009年中国家用影视设备制造行业总体利润总额增长

图表 2006-2009年中国家用影视设备制造行业总体从业人数分析

图表 2006-2009年中国家用影视设备制造行业投资资产增长性分析

图表 2010年11月中国各省市家用影视设备制造行业企业数量统计表

图表 2010年11月中国各省市家用影视设备制造行业企业数量分布图

图表 2010年1-11月中国各省市家用影视设备制造行业销售收入统计表

图表 2010年1-11月中国各省市家用影视设备制造行业销售收入分布图

图表 2010年1-11月中国各省市家用影视设备制造行业利润总额统计表

图表 2010年1-11月中国各省市家用影视设备制造行业利润总额分布图

图表 2010年1-11月中国各省市家用影视设备制造行业利润总额增长最快的省市对比图

图表 2010年11月底中国各省市家用影视设备制造行业资产统计表

图表 2010年11月底中国各省市家用影视设备制造行业资产分布图

图表 2010年1-11月中国各省市家用影视设备制造行业资产增长速度对比图

图表 2010年1-11月中国各省市家用影视设备制造行业工业总产值

图表 2010年1-11月中国各省市家用影视设备制造行业工业销售产值

图表 2010年家用影视设备制造行业产销率（数据均可更新至最新月份）

图表 2007-2009年全国彩色电视机产量数据

图表 2007-2009年重点省市彩色电视机产量数据

图表 2010年全国彩色电视机产量数据

图表 2010年重点省市彩色电视机产量数据

图表 全国彩色电视机产量增长性分析

图表 2008-2009年中国等离子彩电出口统计

图表 2008-2009年中国等离子彩电进口统计

图表 2008-2009年中国等离子彩电进出口价格对比

图表 中国等离子彩电进出口主要来源地及出口目的地

图表 2008-2009年中国液晶彩电出口统计

图表 2008-2009年中国液晶彩电进口统计

图表 2008-2009年中国液晶彩电进出口价格对比

图表 中国液晶彩电进出口主要来源地及出口目的地

图表 2008-2009年中国射线显像管彩电出口统计

图表 2008-2009年中国射线显像管彩电进口统计

图表 2008-2009年中国射线显像管彩电进出口价格对比

图表 中国射线显像管彩电进出口主要来源地及出口目的地

图表 2008-2010年青岛海尔股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年青岛海尔股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年青岛海尔股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年青岛海尔股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年青岛海尔股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年青岛海尔股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年青岛海尔股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2010年四川长虹电器股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年四川长虹电器股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年四川长虹电器股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年四川长虹电器股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年四川长虹电器股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年四川长虹电器股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年四川长虹电器股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2010年青岛海信电器股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年青岛海信电器股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年青岛海信电器股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年青岛海信电器股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年青岛海信电器股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年青岛海信电器股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年青岛海信电器股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2010年TCL集团股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年TCL集团股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年TCL集团股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年TCL集团股份有限公司偿债能力分析  
图表 2008-2010年TCL集团股份有限公司现金流量分析表  
图表 2008-2010年TCL集团股份有限公司经营能力分析  
图表 2008-2010年TCL集团股份有限公司盈利能力分析  
图表 惠州市九联科技有限公司盈利指标情况  
图表 惠州市九联科技有限公司资产运行指标状况  
图表 惠州市九联科技有限公司资产负债能力指标分析  
图表 惠州市九联科技有限公司盈利能力情况  
图表 惠州市九联科技有限公司销售收入情况  
图表 惠州市九联科技有限公司成本费用构成情况  
图表 2011-2015年中国彩色电视产量预测分析  
图表 2011-2015年中国电视市场需求情况预测分析  
图表 2011-2015年中国电视进出口贸易预测分析  
图表 2011-2015年中国模卡电视市场盈利预测分析  
图表 略&hellip;&hellip;

通过《中国模卡电视市场消费者研究及投资战略规划研究分析报告(2011-2015年)》，生产企业及投资机构将充分了解模卡电视产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/178897.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。