



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国3D电视市场前景预测与发 展分析报告(2011-201 5年)

一、调研说明

《中国3D电视市场前景预测与发展分析报告(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/184450.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

数据显示，中国彩电市场上3D电视渗透率已达10.8%，且国内品牌3D产品市场份额超过外资品牌，达到65.1%。业内人士预测，到今年年底国内品牌的优势还将进一步凸显。

在3D电视市场的竞争中，外资品牌占尽先机，而国内品牌则后发制人。在技术研发方面，国内在3D编解码算法、芯片、观看舒适度等技术方面取得了一定成果，具有多项自主知识产权。TCL、海信、康佳、创维等企业在电视智能化研发上不遗余力，中国3D联盟发起单位TCL已成为拥有3D技术专利最多的中国企业。

《中国3D电视市场前景预测与发展分析报告(2011-2015年)》立足于3D电视市场发展现状分析，通过对3D电视行业环境、3D电视产业链、3D电视市场供需、3D电视价格、3D电视生产企业的详尽剖析，以使投资者达到对3D电视产品市场发展现状的全面、深入掌握；同时为使投资者把握3D电视未来的市场发展趋势，我中心还对3D电视行业未来发展趋势和市场前景进行科学、严谨的分析与预测；另外在投资分析部分，针对企业投资决策依据进行了重点分析，并综合给出投资建议。

第一章 3D电视基本概述

1.1 3D电视阐述

1.1.1 3D——三维立体图形

1.1.2 3D电视的发展史

1.1.3 3D电视特色

1.2 3D的主流技术及其优缺点

1.2.1 裸眼3D显示技术

1.2.2 色差式3D技术

1.2.3 快门式3D技术

1.2.4 偏光式3D技术

第二章 2010-2011年中国彩电产业整体运行态势分析

2.1 彩电行业发展沿革及现状

2.1.1 彩电行业发展历程

2.1.2 中国彩电技术发展的历史演变

2.1.3 国产彩电重新占据市场主导地位

2.1.4 中国彩电业逐步融入互联网

- 2.2 近几年中国彩电市场销售情况分析
 - 2.2.1 2007年中国彩电市场销售情况
 - 2.2.2 2008年我国彩电零售市场分析
 - 2.2.3 2009年中国彩电业回暖复苏
 - 2.2.4 2010年前三季度彩电业产销两旺
 - 2.2.5 2011年1季度彩电销售情况
- 2.3 2007-2011年3月中国彩电产量数据分析
 - 2.3.1 2007-2010年全国彩电产量分析
 - 2.3.2 2011年3月全国及主要省份彩电产量分析
 - 2.3.3 2011年3月彩电产量集中度分析
- 2.4 2010-2011年中国彩电行业竞争分析
 - 2.4.1 中国彩电业竞争环境走向分析
 - 2.4.2 解析彩电业竞争的关键因素
 - 2.4.3 国产彩电积极对抗外资高端品牌
 - 2.4.4 2009年彩电市场中外品牌技术竞争成焦点
- 2.5 2010-2011年中国彩电业存在的问题
 - 2.5.1 中国彩电业面临的困境
 - 2.5.2 国内彩电业发展面临六大危机
 - 2.5.3 彩电业网络化发展面临诸多障碍
 - 2.5.4 我国彩电行业存在资源整合难题
- 2.6 中国彩电业的发展策略
 - 2.6.1 中国彩电业的发展有赖于信息家电
 - 2.6.2 彩电业突破的八个机会点
 - 2.6.3 外观设计为中国彩电企业一个突破口
 - 2.6.4 进一步促进彩电业发展的对策

第三章 2010-2011年国内外平板电视产业整体运行态势分析

- 2.1 2010-2011年全球平板电视产业现状综述
 - 2.1.1 世界平板电视市场出货状况
 - 2.1.2 日本平板电视市场大幅增长
 - 2.1.3 印度平板电视市场格局分析
- 2.2 2010-2011年中国平板电视产业总况

- 2.2.1 我国平板电视产业格局分析
- 2.2.2 中国平板电视行业的发展模式
- 2.2.3 我国平板电视市场快速增长
- 2.2.4 中国彩电企业在平板时代的优势
- 2.2.5 新政对平板电视市场影响剖析
- 2.3 2010-2011年中国平板电视行业的竞争分析
 - 2.3.1 平板电视产业竞争的要点
 - 2.3.2 平板时代的生存法则
 - 2.3.3 我国平板电视市场竞争格局解析
 - 2.3.4 中国彩电企业的竞争优势
- 2.4 2011-2015年中国平板电视产业前景趋势展望
 - 2.4.1 未来几年我国彩电市场销量预测
 - 2.4.2 今后十年平板电视产业的市场机遇分析
 - 2.4.3 今后十年平板电视业的产业环境分析

第四章 2010-2011年中国3D电视业运行环境分析

- 3.1 2010-2011年中国宏观经济环境分析
 - 3.1.1 中国GDP分析
 - 3.1.2 消费价格指数分析
 - 3.1.3 城乡居民收入分析
 - 3.1.4 社会消费品零售总额
 - 3.1.5 全社会固定资产投资分析
 - 3.1.6 进出口总额及增长率分析
- 3.2 2010-2011年中国3D电视业政策环境分析
 - 3.2.1 国际3D产业标准化进展
 - 3.2.2 中国3D产业标准总体概况
 - 3.2.3 我国3D电视的标准化进展
 - 3.2.4 我国3D产业的政策环境综述
- 3.3 2010-2011年中国3D电视业社会环境分析
 - 3.3.1 人口环境分析
 - 3.3.2 教育环境分析
 - 3.3.3 文化环境分析

3.3.4 生态环境分析

3.4 2010-2011年中国3D电视业技术环境分析

第五章 2010-2011年全球3D电视产业运营状况分析

5.1 2010-2011年全球3D电视的发展综述

5.1.1 国际3D电视产业发展现状

5.1.2 全球3D电视出化量情况及预测分析

5.1.3 全球3D电视销量及预测分析

5.2 美国

5.2.1 美国3D电视产业的发展现况

5.2.2 美国市场3D电视的销售格局

5.2.3 2010年美国大尺寸3D电视销售占主流

5.3 日本

5.3.1 日本3D电视产业发展概况

5.3.2 日本3D电视市场销售情况

5.3.3 日本出台新规完善3D电视市场

5.4 韩国

5.4.1 韩企拉开3D电视大战序幕

5.4.2 韩国3D电视机热销

5.4.3 韩国面板双雄争夺中国3D市场

5.5 其他国家

5.5.1 南非世界杯掀韩国3D电视消费热潮

5.5.2 英国3D电视不受推崇

第六章 2010-2011年中国3D电视产业整体运行态势分析

6.1 2010-2011年中国3D电视产业发展总况

6.1.1 中国3D电视所处发展阶段

6.1.2 3D电视产业技术分析

6.1.3 3D电视产业发展局势分析

6.1.4 我国3D电视市场销售情况

6.2 3D电视市场价格分析

6.2.1 2011年国内3D电视打拼价格战

- 6.2.2 3D电视价格下降的原因剖析
- 6.2.3 我国3D电视市场价格形势展望
- 6.3 3D电视市场消费情况
 - 6.3.1 中国电视市场消费现状分析
 - 6.3.2 国内3D电视市场消费现状概述
 - 6.3.3 刺激2011年3D电视消费增长的因素分析
- 6.4 3D电视产业发展面临的挑战及对策
 - 6.4.1 3D电视产业发展存难点
 - 6.4.2 3D电视发展亟需统一标准
 - 6.4.3 中国3D电视产业的发展策略

第七章 2010-2011年中国3D电视产业竞争新格局透析

- 7.1 3D电视技术两大阵营竞争剖析
 - 7.1.1 竞争形势
 - 7.1.2 两大技术各有优劣
 - 7.1.3 消费市场两极分化
- 7.2 3D电视市场竞争格局
 - 7.2.1 3D电视企业竞争加剧
 - 7.2.2 3D电视市场竞争局势及走向分析
 - 7.2.3 3D电视企业打造全产业链提升竞争力
 - 7.2.4 3D智能电视将掀起彩电产业新一轮竞争
- 7.3 中日韩三国3D电视竞争局势剖析
 - 7.3.1 日本的竞争优势及局面
 - 7.3.2 韩国的竞争优势及局面
 - 7.3.3 中国的竞争优势及局面
- 7.4 3D电视产业中国企业竞争的机会及策略
 - 7.4.1 中国企业的竞争空间
 - 7.4.2 中国的机会
 - 7.4.3 国内3D电视企业竞争策略分析

第八章 2010-2011年中国3D电视产业链其它环节

- 8.1 3D面板

- 8.1.1 国际龙头企业纷纷发力3D面板
- 8.1.2 3D面板市场发展现状概述
- 8.1.3 3D面板市场的趋势浅析
- 8.2 国际3D电视内容及服务的发展
 - 8.2.1 美国3D卫星服务开展近况
 - 8.2.2 日本卫星3D电视服务开展近况
 - 8.2.3 2010年11月韩国3D互动电视业务启动
 - 8.2.4 2010年欧洲卫星3D电视发展现状
- 8.3 中国3D电视内容制作及3D频道建设
 - 8.3.1 我国3D内容发展现况
 - 8.3.2 3D电视企业在内容方面的推进情况
 - 8.3.3 我国3D电视节目发展取得新进展
 - 8.3.4 "十二五"期间我国3D电视频道推进规划

第九章 2010-2011年国外3D电视重点企业分析

- 9.1 三星
 - 9.1.1 企业概况
 - 9.1.2 三星经营状况分析
 - 9.1.3 三星3D电视业务发展分析
 - 9.1.4 2010年三星3D电视在欧美地区的市占率
- 9.2 索尼
 - 9.2.1 企业概况
 - 9.2.2 索尼经营状况分析
 - 9.2.3 2011年初索尼3D电视发展动向
 - 9.2.4 索尼3D电视在美国的开发推广
- 9.3 松下
 - 9.3.1 企业概况
 - 9.3.2 松下经营状况分析
 - 9.3.3 2011年松下3D电视推出情况
- 9.4 LG
 - 9.4.1 企业概况
 - 9.4.2 LG经营状况分析

9.4.3 LG发力智能3D电视市场

9.5 夏普

9.5.1 企业概况

9.5.2 夏普经营状况分析

9.5.3 2010年夏普3D液晶电视的创新动向

9.5.4 2011年夏普3D电视发展目标

9.5.5 夏普未来将进军3D内容制作领域

第十章 2010-2011年国内3D电视重点厂商运营财务状况分析

10.1 TCL集团

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业主要经济指标分析

10.1.3 企业盈利能力分析

10.1.4 企业偿债能力分析

10.1.5 企业运营能力分析

10.1.6 企业成长能力分析

10.1.7 2011年3月TCL智能3D电视新品发布

10.1.8 TCL降价促销推广3D电视

10.2 四川长虹

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业主要经济指标分析

10.2.3 企业盈利能力分析

10.2.4 企业偿债能力分析

10.2.5 企业运营能力分析

10.2.6 企业成长能力分析

10.2.7 长虹3D电视业务发展综述

10.3 康佳集团

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业主要经济指标分析

10.3.3 企业盈利能力分析

10.3.4 企业偿债能力分析

10.3.5 企业运营能力分析

- 10.3.6 企业成长能力分析
- 10.3.7 2011年康佳3D电视发展动态
- 10.4 海信电器
 - 10.4.1 企业概况
 - 10.4.2 企业主要经济指标分析
 - 10.4.3 企业盈利能力分析
 - 10.4.4 企业偿债能力分析
 - 10.4.5 企业运营能力分析
 - 10.4.6 企业成长能力分析
 - 10.4.7 海信3D电视业务发展现况
- 10.5 创维集团
 - 10.5.1 企业概况
 - 10.5.2 企业主要经济指标分析
 - 10.5.3 企业盈利能力分析
 - 10.5.4 企业偿债能力分析
 - 10.5.5 企业运营能力分析
 - 10.5.6 企业成长能力分析
 - 10.5.7 2010年创维3D电视业务进展情况
 - 10.5.8 创维瞄准偏光式3D电视领域
 - 10.5.9 2011年创维3D电视发展计划
- 10.6 青岛海尔
 - 10.6.1 企业概况
 - 10.6.2 企业主要经济指标分析
 - 10.6.3 企业盈利能力分析
 - 10.6.4 企业偿债能力分析
 - 10.6.5 企业运营能力分析
 - 10.6.6 企业成长能力分析
 - 10.6.7 2010年海尔3D电视新品推出情况
 - 10.6.8 海尔加快3D电视产业发展

第十一章 2011-2015年中国3D电视产业投资商机预测

11.1 2010-2011年中国3D电视投资环境分析

- 11.2 2011-2015年中国3D电视产业投资机会分析
 - 11.2.1 未来3D电视市场商机广泛
 - 11.2.2 彩电业面临的3D机遇及机会把握分析
 - 11.2.3 我国将积极推进3D电视产业发展
- 11.3 2011-2015年中国3D电视投资风险及建议
 - 11.3.1 中国平板电视面临的投资风险与危机
 - 11.3.2 未来我国平板电视业需规避的三大风险
 - 11.3.3 3D电视产业的投资风险及建议

第十二章 2011-2015年中国3D电视产业投资商机预测

- 12.1 2011-2015年中国3D电视产业前景预测
 - 12.1.1 2011年3D电视发展形势展望
 - 12.1.2 全球3D电视市场规模发展预测
 - 12.1.3 3D电视产业发展形势展望
 - 12.1.4 2011-2015年中国3D电视产业预测分析
 - 12.1.5 智能3D电视未来发展前景透析
- 12.2 2011-2015年中国3D电视市场前景预测
 - 12.2.1 全球3D电视出货量预测
 - 12.2.2 全球3D电视销量预测分析
 - 12.2.3 全球3D电视产需预测分析
 - 12.2.4 全球3D电视产需预测分析
- 12.3 2011-2015年中国3D电视行业市场盈利预测分析

图表目录：（部分）

- 图表 2009-2010年印度平板电视品牌按出货量市场排名
- 图表 2008-2014年全球各地区3D电视出货量及预测
- 图表：2007-2010年全国彩电产量分析
- 图表：2011年3月全国及主要省份彩电产量分析
- 图表：2011年3月彩电产量集中度分析
- 图表：2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图
- 图表：2010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：TCL集团主要经济指标走势图

图表：TCL集团经营收入走势图

图表：TCL集团盈利指标走势图

图表：TCL集团负债情况图

图表：TCL集团负债指标走势图
图表：TCL集团运营能力指标走势图
图表：TCL集团成长能力指标走势图
图表：四川长虹主要经济指标走势图
图表：四川长虹经营收入走势图
图表：四川长虹盈利指标走势图
图表：四川长虹负债情况图
图表：四川长虹负债指标走势图
图表：四川长虹运营能力指标走势图
图表：四川长虹成长能力指标走势图
图表：康佳集团主要经济指标走势图
图表：康佳集团经营收入走势图
图表：康佳集团盈利指标走势图
图表：康佳集团负债情况图
图表：康佳集团负债指标走势图
图表：康佳集团运营能力指标走势图
图表：康佳集团成长能力指标走势图
图表：海信电器主要经济指标走势图
图表：海信电器经营收入走势图
图表：海信电器盈利指标走势图
图表：海信电器负债情况图
图表：海信电器负债指标走势图
图表：海信电器运营能力指标走势图
图表：海信电器成长能力指标走势图
图表：创维集团主要经济指标走势图
图表：创维集团经营收入走势图
图表：创维集团盈利指标走势图
图表：创维集团负债情况图
图表：创维集团负债指标走势图
图表：创维集团运营能力指标走势图
图表：创维集团成长能力指标走势图
图表：青岛海尔主要经济指标走势图

图表：青岛海尔经营收入走势图

图表：青岛海尔盈利指标走势图

图表：青岛海尔负债情况图

图表：青岛海尔负债指标走势图

图表：青岛海尔运营能力指标走势图

图表：青岛海尔成长能力指标走势图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/184450.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。