



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国3D电视市场 全景调研及发展战略咨询报告

一、调研说明

《2013-2018年中国3D电视市场全景调研及发展战略咨询报告》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/228709.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

中国的3D电视2011年出货量约480万台，渗透率约12%，2012年出货量达978万台、渗透率达23%。2011年的平板电视市场整体需求规模为3800万台，其中3D电视为800万台。而2012年中国平板电视市场整体需求量预计为4200万台，其中3D电视市场需求规模达2000万台，增长150%，市场占有率达到48%。虽然3D电视在北美市场初期反应一般，但在其他地区却深受欢迎，2011年出货量超过2400万台，2012年达4600万台，大幅成长90%。3D电视在西欧和国内的渗透率超出25%，在东欧达20%。尽管2012年3D在北美市场的渗透率较低，仅为19%，但随着3D成为大部分大尺寸电视的标准性能，预计2014年北美市场可望为3D电视出货量最大的地区，且将成为40寸及更大尺寸电视的最大市场。液晶电视自2010年开始走向3D影像应用，不同品牌发展3D技术也存在差异，不论是快门式或偏光式，消费者对3D电视的接受度还有待提升，3D电视仍不能算是成功打入市场。

从3D影视的发展历史来看，之前已经经历过至少两次3D影视浪潮，但都以失败告终。缺乏统一的技术标准、操作规范，不能对复杂技术路线上的方方面面进行合理有效地控制，无法就观众最后的3D视觉质量进行保障，是其失败的重要因素。因此，针对3D影视从制作到播放整个技术链条进行标准化制定，是一个至关重要的举措，是保证我国3D产业健康发展的前提，是保证这次3D影视浪潮不再落下的基础。目前工信部、广电总局已经开始着手制定一系列的立体标准，其目的不仅仅是为了3D电视的试播，更重要的是规范整个3D的市场，提高我国从事3D制造的企业在国际市场上的竞争力，让我国在未来的3D市场中占有重要的一席之地。综合比较现有3D显示技术，电视行业中期内的主流3D显示技术是眼镜式中的主动快门式和偏光式。主动快门式3D电视由于图像质量最佳、清晰度没有损失且升级路线简单，对电视机设备改造很少，因而参与厂商较多。偏光式3D电视眼镜造价非常便宜，也有部分厂商参与开发。3D电视的发展短期仍然可能存在一些制约因素，比如片源不足以及硬件条件欠缺等。只有当内容不断丰富后，消费者的购买冲动才会急剧上升，而观众看3D电视节目除了要有3D电视之外，还需要高清机顶盒。此外，目前所有的3D电视需要佩戴眼镜才可以观看，并不方便，因此，裸眼3D电视代表了未来的发展方向。

3D电视的发展，因为戴眼镜的技术已趋成熟、3D电视价格逐渐下滑，使得3D电视成为渗透率最快产品，厂商推出相关的产品，逐渐将3D立体影像变成电视机的附加功能，让消费者想要看3D立体影像就可以观看，而不需多支付太多的费用。所以3D电视的渗透率逐渐升高，在中国大陆市场更是如此，在中国政府的主导下，积极的发展3D立体影像产业，中国大陆地区的彩电厂商也推出越来越多的3D电视机种，加上3D电视节目的转播，使得中国大陆的3D立体影像产业环境逐渐完整，因此发展也很快速。另外中国也有一个企图心，以往中国大陆在消

费性产品方面许多的技术或标准都必须跟随国外规格，而3D立体影像产业是新兴产业，虽然国外的研究也有一段时间，但新的产业兴起还有许多的议题需要解决，各项标准也都未定，这样的机会，相信中国的产业也会想主导，因此带动中国政府发展的积极度。

艾凯咨询集团发布的《2013-2018年中国3D电视市场全景调研及发展战略咨询报告》共九章。在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国家用电器协会、中国影像协会、中国产业研究报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，主要分析了3D电视行业的市场规模、3D电视市场供需状况、3D电视市场竞争状况和3D电视主要企业经营情况、动态情况，同时对3D电视行业的未来发展做出科学的预测，分析了3D电视行业的投资机会与风险，并进行了相关战略研究。本报告是3D电视行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

第一章 3D电视行业产业基本概述

第一节 3D电视阐述

- 一、3D电视简介
- 二、3D电视发展史
- 三、3D电视产业链

第二节 3D电视特色

第三节 3D技术分类

一、裸眼式3D

- 1、光屏障式
- 2、柱状透镜
- 3、指向光源

二、眼镜式3D

- 1、色差式3D技术
- 2、主动快门式3D技术
- 3、不闪式3D技术

第四节 -3D电视缺点

- 一、易致“眼疲劳”
- 二、价格太贵
- 三、引发一些严重疾病

第二章2012年中国3D电视行业市场发展环境分析

第一节-国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节-2012年中国3D电视行业政策环境分析

- 一、电视行业政策分析
- 二、相关产业政策影响分析
- 三、-D电视行业标准有望出台

第三节-2012年中国3D电视行业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、中国城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

第四节“十二五”期间中国3D电视发展环境分析

- 一、“十二五”规划解读
- 二、“十二五”期间世界经济发展趋势
- 三、“十二五”期间我国经济面临的形势
- 四、“十二五”期间我国对外经济贸易预测
- 五、中国“十二五”发展热点问题探讨

第三章-2012年中国3D电视行业运行状况综述

第一节-2012年中国3D电视行业基本特征

- 一、3D电视将迎来全面爆发期
- 二、国际3D电视市场发展总体概况
- 三、主要国家3D电视行业运行态势分析
- 四、中日韩3D电视竞争分析

第二节2011-2013年中国3D电视行业运行动态分析

- 一、3D电视或将迎来爆发期
- 二、三星发布全新LED背光智能3D电视

三、索尼在华将上市3D电视

四、3D电视消费市场高低端两极分化

五、3D电视销量排行

第三节2012-2013年中国3D电视消费者分析

一、2012年中国3D电视消费者调查分析

二、2013年1月中国3D电视消费者分析

1、品牌关注格局

2、产品关注格局

3、主流厂商分析

三、2013年2月中国3D电视消费者分析

1、品牌关注格局

2、产品关注格局

3、主流厂商分析

四、2013年3月中国3D电视消费者分析

1、品牌关注格局

2、产品关注格局

3、主流厂商分析

第四节-2012-2013年中国3D电视行业发展存在问题分析

一、3D电视规制存在的问题

二、3D电视发展的阻碍因素

第四章2012-2013年中国3D电视行业市场运营态势分析

第一节2012-2013年中国3D电视行业市场动态分析

一、3D/4K电视目前面临同样问题

二、三星3D电视在美国市场销售情况

三、长虹3D等离子电视上市及预计销售

四、LED、3D、智能将成平板电视发展三大趋势

第二节-2012-2013年中国3D电视行业市场供需分析

一、3D电视供给分析

二、3D电视需求分析

三、3D电视需求特点分析

第三节 2012-2013年中国3D电视行业市场价格情况分析

第五章2010-2013年中国家用影视设备制造行业数据监测分析

第一节2010-2013年中国家用影视设备制造行业总体数据分析

一、2010年中国家用影视设备制造行业全部企业数据分析

二、2011年中国家用影视设备制造行业全部企业数据分析

三、2012年中国电视机制造行业全部企业数据分析

四、2013年中国电视机制造行业全部企业数据分析

第二节2010-2013年中国家用影视设备制造行业不同规模企业数据分析

一、2010年中国家用影视设备制造行业不同规模企业数据分析

二、2011年中国家用影视设备制造行业不同规模企业数据分析

三、2012年中国电视机制造行业不同规模企业数据分析

四、2013年中国电视机制造行业不同规模企业数据分析

第三节2010-2013年中国家用影视设备制造行业不同所有制企业数据分析

一、2010年中国家用影视设备制造行业不同所有制企业数据分析

二、2011年中国家用影视设备制造行业不同所有制企业数据分析

三、2012年中国电视机制造行业不同所有制企业数据分析

四、2013年中国电视机制造行业不同所有制企业数据分析

第六章2012年中国3D电视行业市场竞争格局分析

第一节2012年中国3D电视行业竞争现状分析

一、中外3D电视品牌竞争分析

1、品牌市场竞争

2、品牌战略竞争

二、3D电视价格竞争分析

三、3D电视技术竞争分析

四、3D电视五力竞争分析

第二节2012年中国3D电视行业集中度分析

一、3D电视市场集中度分析

二、3D电视区域集中度分析

第三节2012年中国3D电视行业提升竞争力策略分析

一、竞争监测指标

二、竞争策略分析

第七章-2012年中国3D电视行业上市企业竞争指标对比分析

第一节TCL集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析
- 七、企业竞争动态分析

第二节四川长虹电器股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析
- 七、企业竞争动态分析

第三节青岛海信电器股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析
- 七、企业竞争动态分析

第四节厦门华侨电子股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

七、企业竞争动态分析

第五节-京东方科技集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

七、企业竞争动态分析

第六节创维集团股份有限公司

一、企业概况

二、经营分析

三、动态分析

第七节康佳集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

七、企业竞争动态分析

第八节青岛海尔股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

七、企业竞争动态分析

第九节其他外资企业竞争分析

一、索尼（中国）有限公司

二、夏普商贸（中国）有限公司

三、三星（中国）投资有限公司

四、LG电子(中国)有限公司

第八章2013-2018年中国3D电视行业发展趋势预测分析

第一节2013-2018年中国3D电视发展预测分析

一、中国3D电视发展方向分析

二、中国3D电视竞争格局预测

1、3D电视同业竞争格局

2、3D、4K、六核引爆智能电视大战

三、中国3D电视行业发展趋势

1、国内3D电视普及路线

2、3D电视技术发展趋势

四、中国家用影视设备制造行业预测分析

第二节2013-2018年中国3D电视市场预测分析

一、3D电视市场供给预测分析

二、3D电视需求预测分析

三、3D电视进出口预测分析

第三节2013-2018年中国3D电视行业市场盈利预测分析

第九章2013-2018年中国3D电视业投资机会与风险分析

第一节2013-2018年中国3D电视业投资环境分析

一、市场环境

二、政策环境

三、社会环境

1、技术兴起对人们的影响

2、电视文化

3、消费者心理

第二节-2013-2018年中国3D电视业投资机会分析

一、3D电视投资潜力分析

二、3D电视投资吸引力分析

1、3D电视优势分析

2、D等离子电视投资吸引力

3、3D、联网、LED背光投资吸引力比较

第三节2013-2018年中国3D电视业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、技术风险分析

第四节2013-2018年中国3D电视企业战略与策略

一、3D电视机企业品牌战略思考

二、3D电视机行业发展战略研究

三、3D电视机企业重点客户战略

四、3D电视机企业投资策略研究

第五节 中国产业研究报告网投资建议

附录

附录一3D电视行业协会推荐八大标准

附录二国外3D电视标准化进程

附录三主要3D电视品牌优势分析

图表目录

图表：3D电视产业链分析

图表：2008-2012年中国国内生产总值增长速度

图表：2012年中国国内生产总值

图表：2012年季度国内生产总值环比增长速度

图表：2011-2012年固定资产投资同比增速情况

图表：2011-2012年房地产开发投资同比增速情况

图表：2012年年末人口数及其构成

图表：2008-2012年学校招生人数

图表：2012年第四十八周3D销量排行榜(11月19日-11月25日)

图表：2012年目标消费者购买3D电视选择类型分析

图表：2012年3D电视消费者3D功能的使用频率分析

图表：2011-2012年中国3D液晶电视市场零售量及增长

图表：2013年1月中国3D电视市场品牌关注比例分布

图表：2012年12月-2013年1月中国3D电视市场品牌关注比例对比

图表：2013年1月中国3D电视市场最受关注的十款产品及主要参数

图表：2013年1月中国3D电视市场不同背光灯类型产品关注比例分布

图表：2013年1月中国3D电视市场不同尺寸产品关注比例分布

图表：2013年1月中国3D电视市场不同价格段产品关注比例分布

图表：2013年1月中国3D电视市场海信产品关注比例走势

图表：2013年1月中国3D电视市场主流品牌市售产品数量对比

图表：2013年2月中国3D电视市场品牌关注比例分布

图表：2013年1月-2月中国3D电视市场品牌关注比例对比

图表：2013年2月中国3D电视市场最受关注的十款产品及主要参数

图表：2013年2月中国3D电视市场不同背光灯类型产品关注比例分布

图表：2013年2月中国3D电视市场不同尺寸产品关注比例分布

图表：2013年2月中国3D电视市场不同价格段产品关注比例分布

图表：2013年2月中国3D电视市场主流品牌市售产品数量对比

图表：2013年2月中国3D电视市场主流品牌单品关注率对比

图表：2013年3月中国3D电视市场品牌关注比例分布

图表：2013年2-3月中国3D电视市场品牌关注比例对比

图表：2013年3月中国3D电视市场最受关注的十款产品及主要参数

图表：2013年3月中国3D电视市场不同背光灯类型产品关注比例分布

图表：2013年3月中国3D电视市场不同尺寸产品关注比例分布

图表：2013年3月中国3D电视市场不同价格段产品关注比例分布

图表：2013年3月中国3D电视市场主流品牌市售产品数量对比

图表：2013年3月中国3D电视市场主流品牌单品关注率对比

图表：2011-2012年中国3D电视出货量和及需求规模分析

图表：2010-2013年中国彩色电视机产量统计分析

图表：2010年中国家用影视设备制造行业企业数量分析

图表：2010年中国家用影视设备制造行业工业销售产值分析

图表：2010年中国家用影视设备制造行业出口交货值分析

图表：2011年中国家用影视设备制造行业企业数量分析

图表：2011年中国家用影视设备制造行业亏损企业数量分析

图表：2011年中国家用影视设备制造行业亏损企业亏损总额分析

图表：2011年中国家用影视设备制造行业从业人员平均人数分析

图表：2011年中国家用影视设备制造行业从业人员平均人数分析

图表：2011年中国家用影视设备制造行业出口交货值分析

图表：2011年中国家用影视设备制造行业应收账款净额分析

图表：2011年中国家用影视设备制造行业存货分析

图表：2011年中国家用影视设备制造行业产成品分析

图表：2011年中国家用影视设备制造行业流动资产合计分析

图表：2011年中国家用影视设备制造行业资产合计分析

图表：2011年中国家用影视设备制造行业负债合计分析

图表：2011年中国家用影视设备制造行业主营业务收入分析

图表：2011年中国家用影视设备制造行业主营业务成本分析

图表：2011年中国家用影视设备制造行业利润总额分析

图表：2012年中国电视机制造行业企业数量分析

图表：2012年中国电视机制造行业亏损企业数量及同比增长

图表：2012年中国电视机制造行业亏损企业亏损金额及同比增长

图表：2012年中国电视机制造行业亏损企业亏损金额及同比增长

图表：2012年中国电视机制造行业工业销售产值及同比增长

图表：2012年中国电视机制造行业出口交货值及同比增长

图表：2012年中国电视机制造行业应收账款净额及同比增长

图表：2012年中国电视机制造行业存货及同比增长

图表：2012年中国电视机制造行业产成品及同比增长

图表：2012年中国电视机制造行业流动资产合计及同比增长

图表：2012年中国电视机制造行业资产合计及同比增长

图表：2012年中国电视机制造行业负债合计及同比增长

图表：2012年中国电视机制造行业主营业务收入及同比增长

图表：2012年中国电视机制造行业主营业务成本及同比增长

图表：2012年中国电视机制造行业利润总额及同比增长

图表：2013年1-2月中国电视机制造行业企业数量分析

图表：2013年1-2月中国电视机制造行业工业销售产值分析

图表：2013年1-2月中国电视机制造行业出口交货分析

图表：2010年中国家用影视设备制造行业不同规模企业数量分析

图表：2010年中国家用影视设备制造行业不同规模工业销售产值及同比增长

图表：2010年中国家用影视设备制造行业不同规模出口交货值及同比增长

图表：2011年中国家用影视设备制造行业不同规模企业数量分析

图表：2011年中国家用影视设备制造行业不同规模亏损企业及同比增长

图表：2011年中国家用影视设备制造行业不同规模亏损企业亏损总额及增长

图表：2011年中国家用影视设备制造行业不同规模从业人员平均人数及增长

图表：2011年中国家用影视设备制造行业不同规模工业销售产值及同比增长

图表：2011年中国家用影视设备制造行业不同规模出口交货值及同比增长

图表：2011年中国家用影视设备制造行业不同规模应收账款净额及同比增长

图表：2011年中国家用影视设备制造行业不同规模存货及同比增长

图表：2011年中国家用影视设备制造行业不同规模产成品及同比增长

图表：2011年中国家用影视设备制造行业不同规模流动资产合计及同比增长

图表：2011年中国家用影视设备制造行业不同规模资产合计及同比增长

图表：2011年中国家用影视设备制造行业不同规模负债合计及同比增长

图表：2011年中国家用影视设备制造行业不同规模主营业务收入及同比增长

图表：2011年中国家用影视设备制造行业不同规模主营业务成本及同比增长

图表：2011年中国家用影视设备制造行业不同规模利润总额及同比增长

图表：2012年中国电视机制造行业不同规模企业数量分析

图表：2012年中国电视机制造行业不同规模亏损企业数量及增长

图表：2012年中国电视机制造行业不同规模亏损企业亏损金额及增长

图表：2012年中国电视机制造行业不同规模从业人员平均人数及增长

图表：2012年中国电视机制造行业不同规模从业人员平均人数及增长

图表：2012年中国电视机制造行业不同规模出口交货值及增长

图表：2012年中国电视机制造行业不同规模应收账款净额及增长

图表：2012年中国电视机制造行业不同规模存货及增长

图表：2012年中国电视机制造行业不同规模产成品及增长

图表：2012年中国电视机制造行业不同规模流动资产合计及增长

图表：2012年中国电视机制造行业不同规模资产合计及增长

图表：2012年中国电视机制造行业不同规模负债合计及增长

图表：2012年中国电视机制造行业不同规模主营业务收入及增长

图表：2012年中国电视机制造行业不同规模主营业务成本及增长

图表：2012年中国电视机制造行业不同规模利润总额及增长

图表：2013年1-2月中国电视机制造行业不同规模企业数量分析

图表：2013年1-2月中国电视机制造行业不同规模工业销售产值及增长

图表：2013年1-2月中国电视机制造行业不同规模出口交货值及增长

图表：2010中国家用影视设备制造行业不同所有制企业数量分析

图表：2010中国家用影视设备制造行业不同所有制工业销售产值及增长

图表：2010中国家用影视设备制造行业不同所有制出口交货值及增长

图表：2011中国家用影视设备制造行业不同所有制企业数量分析

图表：2011中国家用影视设备制造行业不同所有制亏损企业及增长

图表：2011中国家用影视设备制造行业不同所有制亏损企业亏损总额及增长

图表：2011中国家用影视设备制造行业不同所有制从业人员平均人数及增长

图表：2011中国家用影视设备制造行业不同所有制工业销售产值及增长

图表：2011中国家用影视设备制造行业不同所有制出口交货值及增长

图表：2011中国家用影视设备制造行业不同所有制应收账款净额及增长

图表：2011中国家用影视设备制造行业不同所有制存货及增长

图表：2011中国家用影视设备制造行业不同所有制产成品及增长

图表：2011中国家用影视设备制造行业不同所有制流动资产合计及增长

图表：2011中国家用影视设备制造行业不同所有制资产合计及增长

图表：2011中国家用影视设备制造行业不同所有制负债合计及增长

图表：2011中国家用影视设备制造行业不同所有制主营业务收入及增长

图表：2011中国家用影视设备制造行业不同所有制主营业务成本及增长

图表：2011中国家用影视设备制造行业不同所有制利润总额及增长

图表：2012中国电视机制造行业不同所有制企业数量分析

图表：2012中国电视机制造行业不同所有制亏损企业及增长

图表：2012中国电视机制造行业不同所有制亏损企业亏损总额及增长

图表：2012中国电视机制造行业不同所有制从业人员平均人数及增长

图表：2012中国电视机制造行业不同所有制工业销售产值及增长

图表：2012中国电视机制造行业不同所有制出口交货值及增长

图表：2012中国电视机制造行业不同所有制应收账款净额及增长

图表：2012中国电视机制造行业不同所有制存货及增长

图表：2012中国电视机制造行业不同所有制产成品及增长

图表：2012中国电视机制造行业不同所有制流动资产合计及增长

图表：2012中国电视机制造行业不同所有制资产合计及增长

图表：2012中国电视机制造行业不同所有制负债合计及增长

图表：2012中国电视机制造行业不同所有制主营业务收入及增长

图表：2012中国电视机制造行业不同所有制主营业务成本及增长

图表：2012中国电视机制造行业不同所有制利润总额及增长

图表：2013中国电视机制造行业不同所有制企业数量分析

图表：2013中国电视机制造行业不同所有制工业销售产值及增长

图表：2013中国电视机制造行业不同所有制出口交货值及增长

图表：2012年TCL集团股份有限公司按行业构成经营分析

图表：2012年TCL集团股份有限公司按产品构成经营分析

图表：2012年TCL集团股份有限公司按地区构成经营分析

图表：2012-2013年TCL集团股份有限公司盈利能力分析

图表：2012-2013年TCL集团股份有限公司偿债能力分析

图表：2012-2013年TCL集团股份有限公司运营能力分析

图表：2012-2013年TCL集团股份有限公司成长能力分析

图表：2012年四川长虹电器股份有限公司按行业构成经营分析

图表：2012年四川长虹电器股份有限公司按产品构成经营分析

图表：2012年四川长虹电器股份有限公司按地区构成经营分析

图表：2012-2013年四川长虹电器股份有限公司盈利能力分析

图表：2012-2013年四川长虹电器股份有限公司偿债能力分析

图表：2012-2013年四川长虹电器股份有限公司运营能力分析

图表：2012-2013年四川长虹电器股份有限公司成长能力分析

图表：2012年青岛海信电器股份有限公司按产品构成经营分析

图表：2012年青岛海信电器股份有限公司按地区构成经营分析

图表：2012-2013青岛海信电器股份有限公司盈利能力分析

图表：2012-2013青岛海信电器股份有限公司偿债能力分析

图表：2012-2013青岛海信电器股份有限公司运营能力分析

图表：2012-2013青岛海信电器股份有限公司发展能力分析

图表：2012年厦门华侨电子股份有限公司按产品构成经营分析

图表：2012年厦门华侨电子股份有限公司按地区构成经营分析

图表：2011-2012年厦门华侨电子股份有限公司盈利能力分析

图表：2011-2012年厦门华侨电子股份有限公司偿债能力分析

图表：2011-2012年厦门华侨电子股份有限公司运营能力分析

图表：2011-2012年厦门华侨电子股份有限公司盈利能力分析

图表：2012年京东方科技集团股份有限公司按行业构成经营分析

图表：2012年京东方科技集团股份有限公司按产品构成经营分析

图表：2012年京东方科技集团股份有限公司按地区构成经营分析

图表：2012-2013年京东方科技集团股份有限公司盈利能力分析
图表：2012-2013年京东方科技集团股份有限公司偿债能力分析
图表：2012-2013年京东方科技集团股份有限公司盈利能力分析
图表：2012-2013年京东方科技集团股份有限公司成长能力分析
图表：2012年康佳集团股份有限公司按行业构成经营分析
图表：2012年康佳集团股份有限公司按产品构成经营分析
图表：2012年康佳集团股份有限公司按地区构成经营分析
图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司盈利能力分析
图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司偿债能力分析
图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司运营能力分析
图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司成长能力分析
图表：2012年青岛海尔股份有限公司按行业构成经营分析
图表：2012年青岛海尔股份有限公司按地区构成经营分析
图表：2012-2013年青岛海尔股份有限公司盈利能力分析
图表：2012-2013年青岛海尔股份有限公司盈利能力分析
图表：2012-2013年青岛海尔股份有限公司运营能力分析
图表：2012-2013年青岛海尔股份有限公司成长能力分析
图表：索尼（中国）有限公司3D影响产品构成
图表：2013-2018年中国3D电视普及路线
图表：3D显示在电视行业的应用
图表：2013-2018年中国3D电视出货量预测
图表：2013-2018年中国3D电视需求规模预测
图表：2013-2018年中国3D电视进口数量预测
图表：2013-2018年中国3D电视出口数量预测
图表：2013-2018年中国3D电视行业利润总额预测
图表：按国家分析LED背光、联网和3D对消费者的重要性
图表：区域发展战略咨询流程图
图表：区域SWOT战略分析图

通过《2013-2018年中国3D电视市场全景调研及发展战略咨询报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、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/228709.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。