



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国彩电市场运行 态势及投资战略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国彩电市场运行态势及投资战略研究报告》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/251010.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 彩电行业发展概述 22

第一节 彩电定义及分类 22

一、彩电的定义 22

二、彩电的种类 22

三、彩电更换周期 23

第二节 彩电主要产品特性 24

一、超平彩电 24

二、纯平彩电 24

三、液晶电视 25

四、投影电视 26

五、等离子电视 27

六、数字化电视 28

第三节 彩电产业链分析 29

一、行业经济特性 29

二、产业链结构分析 29

三、行业发展周期分析 30

第二章 全球彩电市场发展分析 32

第一节 2014年全球彩电市场分析 32

一、2014年全球彩电市场现状分析 32

二、2014年主要国家彩电市场现状 32

三、2014年全球彩电行业格局分析 33

四、2014年全球彩电市场格局分析 33

第二节 2014年全球彩电细分市场分析 34

一、全球LCD彩电市场现状分析 34

二、全球平板彩电市场现状分析 35

三、全球3D彩电市场现状分析 36

四、全球等离子电视市场现状分析 37

五、全球CRT彩电产业发展情况 37

第三节 主要国家地区彩电市场分析 37

一、2010-2014年美国彩电市场分析 37

二、2010-2014年欧洲彩电市场分析	38
三、2010-2014年日本彩电市场分析	38
四、2010-2014年韩国彩电市场分析	40
五、2010-2014年其他国家彩电市场	40
第三章 中国彩电行业发展现状	42
第一节 中国彩电行业发展现状	42
一、彩电行业品牌发展现状	42
二、彩电行业消费市场现状	43
三、彩电市场消费特点分析	45
四、中国彩电市场走向分析	46
第二节 2012-2014年彩电业发展情况分析	47
一、2012年彩电行业发展情况分析	47
二、2013年彩电行业发展情况分析	49
三、2014年彩电行业发展情况分析	51
第三节 2014年全国彩电市场分析	54
一、2014年全国彩电市场规模分析	54
二、2014年全国彩电市场变化趋势	55
三、2014年彩电市场销量情况分析	57
四、2014年中国彩电市场销量分析	58
第四节 2014年彩电行业运行分析	59
一、彩电企业数量增长分析	59
二、彩电销售规模增长分析	60
三、彩电行业利润情况分析	63
第五节 对中国彩电市场的分析及思考	65
一、彩电市场特点	65
二、彩电市场分析	67
三、彩电市场变化的方向	68
四、中国彩电产业问题分析	70
五、中国彩电产业三大猜想	71
第四章 彩电行业经济运行分析	73
第一节 2014年彩电产量分析	73
一、2014年彩电产量分析	73

二、2014年彩电主要产品产量分析	73
第二节 2014年彩电行业产值分析	74
一、产成品增长分析	74
二、工业销售产值分析	76
三、出口交货值分析	78
第三节 2014年中国彩电行业绩效分析	80
一、2014年行业规模情况	80
二、2014年行业盈利能力	82
三、2014年行业经营发展能力	87
四、2014年行业偿债能力分析	91
第四节 2011-2014年中国彩电所属行业成本费用分析	93
一、销售成本分析	93
二、主要费用分析	94
第五章 2014年中国彩电进出口状况分析	97
第一节 2014年中国彩电进口分析	97
一、中国彩电进口总量分析	97
二、中国彩电进口结构分析	98
第二节 2014年中国彩电出口分析	99
一、中国彩电出口总量分析	99
二、中国彩电出口结构分析	100
第三节 2014年中国彩电进出口均价分析	102
第四节 2014年中国彩电进出口流向分析	103
一、中国彩电进口来源地情况	103
二、中国彩电出口目的地情况	104
第五节 2014年中国彩电进出口省市分析	105
一、中国彩电进口省市情况	105
二、中国彩电出口省市情况	106
第六节 2014年中国彩电进出口影响因素分析	106
第六章 2014年中国彩电细分市场发展分析	108
第一节 CRT彩电市场分析	108
一、CRT彩电市场发展历程回顾	108
二、2014年CRT彩电发展现状分析	111

三、2014年CRT彩电市场规模分析	111
四、2014年CRT彩电行业竞争格局	111
五、2015-2020年CRT彩电发展趋势	112
第二节 平板电视市场分析	113
一、2014年平板电视行业发展现状	113
二、2014年平板电视市场需求分析	114
三、2014年平板电视市场规模分析	116
四、2014年平板电视竞争格局分析	116
五、2015-2020年平板电视发展趋势	118
第三节 液晶电视市场分析	119
一、2014年液晶电视市场发展分析	119
二、2014年液晶电视市场结构分析	120
三、2014年液晶电视市场规模分析	121
四、2014年液晶电视竞争格局分析	122
五、2015-2020年平板电视发展趋势	122
第四节 等离子电视市场分析	123
一、2014年等离子电视行业发展现状	123
二、2014年等离子电视市场结构分析	124
三、2014年等离子电视市场规模分析	125
四、2014年等离子电视市场竞争格局	125
五、2015-2020年等离子电视发展趋势	126
第五节 3D电视市场分析	128
一、2014年3D电视市场发展现状	128
二、2014年3D电视市场需求分析	128
三、2014年3D电视市场规模分析	129
四、2014年3D电视竞争格局分析	130
五、2015-2020年3D电视发展趋势	131
第六节 智能电视市场分析	132
一、2014年智能电视市场发展现状	132
二、2014年智能电视市场需求情况	133
三、2014年智能电视市场规模分析	137
四、2014年智能电视竞争格局分析	137

五、2015-2020年智能电视发展趋势	139
第七章 2014年中国彩电区域市场情况分析	140
第一节 华北地区	140
一、华北地区彩电行业的发展概述	140
二、华北地区彩电行业的产量分析	140
三、华北地区彩电行业的销售规模	141
四、华北地区彩电行业保有量统计	141
五、华北地区彩电行业的利润情况	141
第二节 东北地区	142
一、东北地区彩电行业的发展概述	142
二、东北地区彩电行业的产量分析	142
三、东北地区彩电行业的销售规模	143
四、东北地区彩电行业保有量统计	143
五、东北地区彩电行业的利润情况	143
第三节 华东地区	144
一、华东地区彩电行业的发展概述	144
二、华东地区彩电行业的产量分析	145
三、华东地区彩电行业的销售规模	145
四、华东地区彩电行业保有量统计	145
五、华东地区彩电行业的利润情况	146
第四节 华南地区	146
一、华南地区彩电行业的发展概述	146
二、华南地区彩电行业的产量分析	147
三、华南地区彩电行业的销售规模	147
四、华南地区彩电行业保有量统计	148
五、华南地区彩电行业的利润情况	148
第五节 华中地区	148
一、华中地区彩电行业的发展概述	148
二、华中地区彩电行业的产量分析	149
三、华中地区彩电行业的销售规模	149
四、华中地区彩电行业保有量统计	150
五、华中地区彩电行业的利润情况	150

第六节 西南地区 151

- 一、西南地区彩电行业的发展概述 151
- 二、西南地区彩电行业的产量分析 151
- 三、西南地区彩电行业的销售规模 152
- 四、西南地区彩电行业保有量统计 152
- 五、西南地区彩电行业的利润情况 152

第七节 西北地区 153

- 一、西北地区彩电行业的发展概述 153
- 二、西北地区彩电行业的产量分析 153
- 三、西北地区彩电行业的销售规模 154
- 四、西北地区彩电行业保有量统计 154
- 五、西北地区彩电行业的利润情况 154

第八章 中国彩电行业消费市场分析 156

第一节 中国消费者特征分析 156

- 一、不同性别消费者心理特征分析 156
- 二、不同年龄消费者心理特征分析 158
- 三、2014年消费者信心指数分析 161

第二节 彩电行业产品目标客户群体调查 163

- 一、消费者的年龄结构 163
- 二、消费者的职业构成 163
- 三、消费者的需求偏好 164

第三节 彩电市场消费需求分析 165

- 一、消费者对产品尺寸关注度 165
- 二、消费者对彩电的关注变化 166
- 三、消费者产品功能需求分析 167

第四节 彩电消费市场状况分析 168

- 一、彩电行业消费特点分析 168
- 二、产品消费市场发展趋势 168
- 三、新型产品市场状况分析 169
- 四、消费者购买频率调查 169

第五节 消费者购买因素分析 170

- 一、消费者价格敏感程度 170

二、消费者购买新品原因	171
三、消费者购买影响因素	172
四、消费者购买渠道分析	173
五、消费者了解产品方式	173
六、高端消费者购买预算	174
第六节 彩电行业产品的品牌市场调查	175
一、消费者对行业品牌关注度调查	175
二、行业主流品牌的市场情况调查	176
三、消费者行业高端品牌认知调查	178
四、消费者对国内外品牌选择倾向	179
五、消费者对行业品牌的认知渠道	180
六、高端消费者产品购买倾向调查	180
第九章 彩电行业营销策略分析	182
第一节 彩电行业营销策略分析	182
一、彩电厂家经销渠道策略分析	182
二、面对专利费、反倾销的策略	184
第二节 中国彩电企业营销策略及战略创新	185
一、企业战略概念	185
二、中国彩电企业营销策略分析	185
第三节 彩电行业发展模式分析	189
一、彩电整机厂新模式分析	189
二、彩电的创新模式	190
三、彩电行业4C融合下的运营新模式	191
第四节 中外彩电战略分析	192
一、洋品牌彩电中国战略大调整	192
二、国产彩电尚需掌握核心技术	192
第十章 2014年中国彩电行业竞争格局分析	194
第一节 彩电行业竞争结构分析	194
一、现有企业间竞争	194
二、潜在进入者分析	195
三、替代品威胁分析	195
四、供应商议价能力	197

五、客户议价能力	197
第二节 行业集中度分析	198
一、资产集中度分析	198
二、销售集中度分析	198
三、利润集中度分析	199
第三节 中国彩电行业SWOT分析	199
一、彩电行业竞争优势分析	199
二、彩电行业竞争劣势分析	200
三、彩电行业竞争机会分析	201
四、彩电行业竞争威胁分析	202
第四节 2014年彩电行业竞争格局分析	202
一、2014年中国彩电市场外资竞争分析	202
二、2014年中国彩电市场竞争分析	204
三、2014年中国主要彩电企业竞争格局	205
四、2015-2020年中国主要彩电企业动向	206
第十一章 彩电企业竞争策略分析	207
第一节 彩电市场竞争策略分析	207
一、彩电市场增长潜力分析	207
二、彩电主要潜力品种分析	208
三、中国彩电领导企业竞争策略	208
第二节 领先者市场竞争策略	209
一、维护高质量形象	209
二、扩大市场需求总量	209
三、保护市场份额	210
四、扩大市场份额	210
第三节 挑战者市场竞争策略	211
一、正面进攻	211
二、侧翼攻击	211
三、包围进攻	211
四、迂回攻击	211
五、游击战	211
第四节 追随者的市场竞争策略	212

一、紧密追随策略	212
二、距离追随策略	212
三、选择追随策略	212
第五节 补缺者的市场竞争策略	212
一、市场补缺者的特征	212
二、市场补缺者的策略	213
第十二章 2014年重点彩电企业竞争分析	214
第一节 长虹	214
一、企业基本情况	214
二、企业经营情况分析	214
三、企业经济指标分析	215
四、企业盈利能力分析	216
五、企业偿债能力分析	216
六、企业运营能力分析	217
七、企业成本费用分析	217
第二节 康佳集团	218
一、企业基本情况	218
二、企业经营情况分析	219
三、企业经济指标分析	220
四、企业盈利能力分析	221
五、企业偿债能力分析	221
六、企业运营能力分析	221
七、企业成本费用分析	222
第三节 TCL	223
一、企业基本情况	223
二、企业经营情况分析	224
三、企业经济指标分析	225
四、企业盈利能力分析	225
五、企业偿债能力分析	225
六、企业运营能力分析	226
七、企业成本费用分析	226
第四节 海信	227

一、企业基本情况	227
二、企业经营情况分析	228
三、企业经济指标分析	229
四、企业盈利能力分析	230
五、企业偿债能力分析	230
六、企业运营能力分析	230
七、企业成本费用分析	231
第五节 海尔集团	231
一、企业基本情况	231
二、企业经营情况分析	233
三、企业经济指标分析	234
四、企业盈利能力分析	235
五、企业偿债能力分析	235
六、企业运营能力分析	236
七、企业成本费用分析	236
第六节 厦华电子	237
一、企业基本情况	237
二、企业经营情况分析	237
三、企业经济指标分析	239
四、企业盈利能力分析	240
五、企业偿债能力分析	240
六、企业运营能力分析	240
七、企业成本费用分析	241
第七节 创维	241
一、企业基本情况	241
二、企业经营情况分析	242
三、企业经济指标分析	243
四、企业盈利能力分析	244
五、企业偿债能力分析	244
六、企业运营能力分析	244
七、企业成本费用分析	245
第八节 三星	246

- 一、企业基本情况 246
- 二、企业主要产品介绍 247
- 三、企业经营情况分析 247
- 第九节 松下 248
 - 一、企业基本情况 248
 - 二、企业主要产品介绍 248
 - 三、企业经营情况分析 249
- 第十节 索尼 249
 - 一、企业基本情况 249
 - 二、企业主要产品介绍 250
 - 三、企业经营情况分析 251
- 第十三章 2015-2020年中国彩电行业发展趋势分析 253
 - 第一节 中国彩电行业前景与机遇分析 253
 - 一、经济政策带来机遇分析 253
 - 二、三屏合一带来机遇分析 253
 - 三、三网融合带来机遇分析 254
 - 第二节 2015-2020年中国彩电市场趋势分析 254
 - 一、2015-2020年彩电产业链发展趋势 254
 - 二、2015-2020年行业商业模式发展趋势 254
 - 三、2015-2020年彩电行业渠道发展趋势 255
 - 四、2015-2020年彩电行业品牌发展趋势 255
 - 五、2015-2020年全球地位发展趋势分析 256
- 第十四章 未来彩电行业发展预测 257
 - 第一节 未来彩电需求与消费预测 257
 - 一、2015-2020年彩电产品消费预测 257
 - 二、2015-2020年彩电行业销售收入预测 257
 - 三、2015-2020年彩电行业销售产值预测 258
 - 四、2015-2020年彩电行业利润总额预测 258
 - 五、2015-2020年彩电行业总资产预测 258
 - 第二节 2015-2020年中国彩电行业供需预测 259
 - 一、2015-2020年中国彩电供给预测 259
 - 二、2015-2020年中国城镇居民彩电拥有量 259

三、2015-2020年中国农村居民彩电拥有量	260
四、2015-2020年中国彩电供需平衡预测	260
五、2015-2020年中国彩电产品价格预测	261
六、2015-2020年中国彩电产品进出口预测	261
第十五章 2011-2014年彩电行业投资现状分析	262
第一节 2011-2014年彩电行业投资情况分析	262
一、总体投资及结构	262
二、投资规模情况	262
三、建设规模情况	263
四、分性质投资分析	263
五、分资金来源投资分析	263
第二节 2014年彩电行业投资动态分析	264
一、厦华造最大平板彩电基地	264
二、节省成本LG整合电视产线	265
三、海信彩电完善智能化产品线	265
四、康佳建中国最大液晶模组基地	265
五、友达与TCL及海尔合资设立后段模块厂	266
第十六章 2011-2014年彩电行业投资环境分析	267
第一节 2014年中国宏观经济发展环境分析	267
一、2014年中国GDP增长情况分析	267
二、2014年工业经济发展形势分析	268
三、2014年全社会固定资产投资分析	269
四、2014年社会消费品零售总额分析	272
五、2014年城乡居民收入与消费分析	273
六、2014年对外贸易的发展形势分析	275
第二节 政策法规环境分析	278
一、家电下乡政策解读	278
二、关于鼓励数字电视产业发展的若干政策	279
三、数字电视与数字家庭产业十二五规划	279
第三节 技术发展环境分析	280
一、国内彩电技术现状	280
二、2014年彩电技术发展分析	282

三、2015-2020年彩电技术发展趋势分析	287
第四节 社会发展环境分析	287
一、人口环境分析	287
二、科技环境分析	290
三、中国城镇化率	291
四、居民彩电拥有量	291
第五节 电子信息产业振兴规划	292
一、电子信息产业振兴规划概述	292
二、电子信息产业振兴规划目标	293
三、电子信息产业振兴规划主要任务	294
四、电子信息产业振兴规划主要工程	296
五、电子信息产业振兴规划主要措施	297
六、电子信息产业振兴规划的意义与作用	299
七、电子信息产业振兴规划对彩电行业的影响	300
第十七章 2015-2020年彩电行业投资机会与风险	302
第一节 行业活力系数比较及分析	302
一、2014年中国家电业景气指数	302
二、2014年中国彩电出口景气指数	304
第二节 彩电行业投资壁垒分析	306
一、规模经济壁垒	306
二、必要资本量壁垒	306
三、产品差异化壁垒	306
四、退出壁垒	307
第三节 彩电行业投资效益分析	307
一、2015-2020年中国彩电行业毛利率分析	307
二、2015-2020年彩电行业成本费用利润率	307
三、2015-2020年彩电行业销售利润率分析	308
四、2015-2020年彩电行业资产利润率分析	308
第四节 影响彩电行业发展的主要因素	309
一、2015-2020年影响彩电行业运行的有利因素分析	309
二、2015-2020年影响彩电行业运行的稳定因素分析	309
三、2015-2020年影响彩电行业运行的不利因素分析	310

四、2015-2020年中国彩电行业发展面临的挑战分析	310
五、2015-2020年中国彩电行业发展面临的机遇分析	311
第五节 彩电行业投资风险及控制策略分析	312
一、2015-2020年彩电行业市场风险及控制策略	312
二、2015-2020年彩电行业政策风险及控制策略	312
三、2015-2020年彩电行业出口风险及控制策略	313
四、2015-2020年彩电行业技术风险及控制策略	314
第十八章 彩电行业投资战略研究	316
第一节 彩电行业发展战略研究	316
一、战略综合规划	316
二、技术开发战略	317
三、业务组合战略	317
四、区域战略规划	317
五、产业政策规划	318
六、竞争战略规划	318
第二节 对中国彩电品牌的战略思考	318
一、企业品牌的重要性	318
二、彩电实施品牌战略的意义	319
三、彩电企业品牌的现状分析	319
四、中国彩电企业的品牌战略	321
五、彩电品牌战略管理的策略	322
第三节 彩电企业经营管理策略	323
一、成本控制策略	323
二、定价策略	325
三、竞争策略	331
四、并购重组策略	336
五、人力资源	341
六、财务管理	341
七、国际化策略	343
第四节 彩电行业投资战略研究	346
一、2014年家电行业投资战略	346
二、2014年彩电行业投资战略	347

三、2015-2020年彩电行业投资战略 348

图表目录：

图表 1 彩电产业链构成情况 29

图表 2 2014年Q4全球彩电按技术类别出货量 34

图表 3 2011-2014年全球LCD TV电视出货量变化趋势图 34

图表 4 2011-2014年全球LCD电视销售收入变化趋势图 35

图表 5 2011-2013年全球LCD电视市场平均尺寸情况 35

图表 6 2014年全球平板电视品牌按营收占比排名 36

图表 7 2014年彩色电视机十大品牌 43

图表 8 中国彩电消费特点统计 45

图表 9 彩电消费用途构成比例 46

图表 10 2012年中国彩电所属行业经济指标统计 48

图表 11 2013年中国彩电所属行业经济指标统计 49

图表 12 2013年中国彩电所属行业前五省区企业数量排名 50

图表 13 2013年中国彩电所属行业前五省区资产总计排名 50

图表 14 2013年中国彩电所属行业前五省区销售收入排名 51

图表 15 2013年中国彩电所属行业前五省区利润总额排名 51

图表 16 2014年中国彩电所属行业经济指标统计 52

图表 17 2014年中国彩电所属行业前五省区企业数量排名 53

图表 18 2014年中国彩电所属行业前五省区资产总计排名 53

图表 19 2014年中国彩电所属行业前五省区销售收入排名 53

图表 20 2014年中国彩电所属行业前五省区利润总额排名 54

图表 21 2011-2014年中国彩电市场销量变化趋势图 55

图表 22 2011-2014年中国彩电所属行业企业数量增长趋势图 59

图表 23 2013年中国各省区彩电所属行业企业数量比较 59

图表 24 2014年中国各省区彩电所属行业企业数量比较 60

图表 25 2011-2014年中国彩电所属行业销售收入统计 61

图表 26 2011-2014年中国彩电所属行业销售收入增长趋势图 61

图表 27 2013年中国各省区彩电所属行业销售收入比较 61

图表 28 2014年中国各省区彩电所属行业销售收入比较 62

图表 29 2011-2014年中国彩电所属行业利润总额统计 63

图表 30 2011-2014年中国彩电所属行业利润增长趋势图 63

图表 31 2013年中国各省区彩电所属行业利润总额比较 64

图表 32 2014年中国各省区彩电所属行业利润总额比较 64

图表 33 2008-2014年中国彩电产量变化趋势图 73

图表 34 2008-2014年中国彩电产量统计情况 73

图表 35 2014年中国彩电产品产量比例 74

图表 36 2011-2014年中国彩电所属行业产成品统计 74

图表 37 2011-2014年中国彩电所属行业产成品增长趋势图 75

图表 38 2013年中国主要省区彩电所属行业产成品比较 75

图表 39 2014年中国主要省区彩电所属行业产成品比较 76

图表 40 2011-2014年中国彩电所属行业销售产值统计 77

图表 41 2011-2014年中国彩电所属行业销售产值增长趋势图 77

图表 42 2014年中国主要省区彩电所属行业销售产值比较 77

图表 43 2011-2014年中国彩电所属行业出口交货值统计 78

图表 44 2011-2014年中国彩电所属行业出口交货值增长趋势图 79

图表 45 2014年中国主要省区彩电所属行业出口交货值比较 79

图表 46 2011-2014年中国彩电所属行业资产总额统计 80

图表 47 2011-2014年中国彩电所属行业资产增长趋势图 80

图表 48 2013年中国各省区彩电所属行业资产总额比较 80

图表 49 2014年中国各省区彩电所属行业资产总额比较 81

图表 50 2011-2014年彩电所属行业毛利率情况 82

图表 51 2010-2014年彩电所属行业不同规模企业销售毛利率比较 83

图表 52 2010-2014年彩电所属行业不同性质企业销售毛利率比较 83

图表 53 2014年彩电所属行业各省区企业销售毛利率比较 83

图表 54 2011-2014年彩电所属行业成本费用利润率情况 84

图表 55 2014年彩电所属行业各省区企业成本费用利润率比较 84

图表 56 2011-2014年中国彩电所属行业销售利润率情况 85

图表 57 2014年彩电所属行业各省区企业销售利润率比较 85

图表 58 2011-2014年中国彩电所属行业总资产利润率情况 86

图表 59 2014年彩电所属行业各省区企业总资产利润率比较 87

图表 60 2011-2014年中国彩电所属行业应收账款周转率情况 88

图表 61 2014年彩电所属行业各省区企业应收账款周转率比较 88

图表 62 2011-2014年中国彩电所属行业流动资产周转率情况 89

图表 63 2014年彩电所属行业各省区企业流动资产周转率比较 89

图表 64 2011-2014年彩电所属行业总资产周转率情况 90

图表 65 2014年彩电所属行业各省区总资产周转率比较 90

图表 66 2011-2014年中国彩电所属行业资产负债率情况 91

图表 67 2010-2014年彩电所属行业不同规模企业偿债能力比较 92

图表 68 2010-2014年彩电所属行业不同性质企业偿债能力比较 92

图表 69 2014年彩电所属行业各省区企业偿债能力比较 92

图表 70 2011-2014年中国彩电所属行业销售成本统计 93

图表 71 2011-2014年中国彩电所属行业销售成本趋势图 93

图表 72 2011-2014年中国彩电所属行业销售费用统计 94

图表 73 2011-2014年中国彩电所属行业销售费用趋势图 94

图表 74 2011-2014年中国彩电所属行业管理费用统计 95

图表 75 2011-2014年中国彩电所属行业管理费用趋势图 95

图表 76 2011-2014年中国彩电所属行业财务费用统计 95

图表 77 2011-2014年中国彩电所属行业财务费用趋势图 96

图表 78 2011-2014年中国彩电进口数量统计 97

图表 79 2011-2014年中国彩电进口数量增长趋势图 97

图表 80 2011-2014年中国彩电进口金额统计 98

图表 81 2011-2014年中国彩电进口金额增长趋势图 98

图表 82 2010-2014年中国彩电细分产品进口统计情况 98

图表 83 2014年中国彩电进口结构图 99

图表 84 2011-2014年中国彩电出口数量统计 99

图表 85 2011-2014年中国彩电出口数量增长趋势图 100

图表 86 2011-2014年中国彩电出口金额统计 100

图表 87 2011-2014年中国彩电出口金额增长趋势图 100

图表 88 2010-2014年中国彩电细分产品出口统计情况 101

图表 89 2014年中国彩电出口结构图 102

图表 90 2011-2014年中国彩电进出口均价情况 102

图表 91 2011-2014年中国彩电进出口均价趋势图 102

图表 92 2014年中国彩电进口来源地情况 103

图表 93 2014年中国彩电进口来源地结构分布图 103

图表 94 2014年中国彩电出口流向情况 104

图表 95 2014年中国彩电出口流向结构分布图 104

图表 96 2014年中国彩电进口分省市统计 105

图表 97 2014年中国彩电进口分省市结构图 105

图表 98 2014年中国彩电出口分省市统计 106

图表 99 2014年中国彩电出口分省市结构图 106

图表 100 2011-2014年中国CRT电视零售规模变化趋势图 111

图表 101 2011-2014年中国平板电视零售规模变化趋势图 116

图表 102 2014年中国LED背光液晶电视市场品牌关注比例分布 120

图表 103 2014年中国3D液晶电视市场品牌关注比例分布 121

图表 104 2011-2014年中国液晶电视零售规模变化趋势图 121

图表 105 2014年中国液晶电视市场品牌关注比例分布 122

图表 106 2014年中国等离子电视市场不同尺寸产品关注比例分布 125

图表 107 2011-2014年中国等离子电视零售规模变化趋势图 125

图表 108 2014年中国等离子电视市场品牌关注度分布图 126

图表 109 快门和偏光式3D优劣对比 130

图表 110 彩电企业偏光和快门式3D阵营 131

图表 111 2014年中国消费者智能电视预期购买率 134

图表 112 2014年中国消费者获得智能电视信息的方式 135

图表 113 2014年中国消费者期望智能电视价格 136

图表 114 2014年中国消费者智能电视尺寸需求 136

图表 115 2012-2014年中国智能电视产销变化趋势图 137

图表 116 2015-2020年中国智能电视产销预测趋势图 139

图表 117 2012-2014年华北地区彩电所属行业主要经济指标 140

图表 118 2012-2014年华北地区彩电所属行业资产及负债情况 140

图表 119 2008-2014年华北主要省区彩色电视机产量统计情况 140

图表 120 2012-2014年华北地区彩电所属行业收入情况 141

图表 121 2013年华北地区居民平均每百户彩色电视机拥有量 141

图表 122 2012-2014年华北地区彩电所属行业利润情况 141

图表 123 2012-2014年华北地区彩电所属行业盈利能力情况 142

图表 124 2012-2014年东北地区彩电所属行业主要经济指标 142

图表 125 2012-2014年东北地区彩电所属行业资产及负债情况 142

图表 126 2008-2014年东北主要省区彩色电视机产量统计情况 143

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/251010.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。