



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国3D电视市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2015-2020年中国3D电视市场发展现状及战略咨询报告》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/271402.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

3D (three-dimensional) 就是三维立体图形。由于人的双眼观察物体的角度略有差异，因此能够辨别物体远近，产生立体的视觉。三维立体影像电视正是利用这个原理，把左右眼所看到的影像分离，经由大脑处理后形成有景深感的立体影像。

在3D电影的促动下，3D市场已于2010年开始起飞。而且随着全球消费电子厂商陆续推出一批包括电视机、监视器、笔记本电脑、蓝光盘播放器、数码相机、摄像机、电子相框等3D相关产品进军家庭市场，加上原有的广告、公共显示牌和医疗等专业应用，3D正在推动一场从平板显示转向立体显示的技术革命。当然，革命性的新技术在提高人类生活质量的同时，往往也会产生庞大的应用市场。2012年国内3D电视销量达1875万台。2013年，我国3D电视在平板电视中的渗透率达到441%。2014年8月，中国3D电视市场上市售产品数量共计940款，分属27家不同的电视厂商。从整体市场来看，在智能电视和4K电视的冲击下，3D电视的关注优势已极其微弱，仅为51.0%。从品牌关注格局来看，三星、海信和创维依旧占据着市场近半的消费者关注度。

中国的3D电视产业发展备受业内外人士关注，不仅彩电企业纷纷加入，产业链上下游企业也不断发力，在3D电视机核心芯片方面，海信、TCL、上海华亚等企业已取得一定的成果。天津大学、清华大学、北京大学、南京大学、浙江大学等高校都已开展3D立体显示方面的研究。我国开展3D技术研究和产品研发的企业已有几十家，在3D编解码算法、芯片、系统、应用、测试等技术方面拥有多项自主知识产权。目前国内3D技术水平与国外的差距越来越小，甚至还有领先于国外的地方。

随着产业规模不断扩大，生产成本不断降低，3D电视的价格已经不再如当初面市时那般“奢侈”，3D电视将成为电视市场新的增长点。随着3D电视概念的普及以及相关产品的扩充，可以预见市场会快速增长。在未来几年内，无论是在欧洲、美洲和亚洲，3D电视技术都会得到长足的发展。

3D电视在经过2010年的市场培育后，不仅消费者的认知度超过了80%，其技术也日益成熟，价格趋向平民化。随着3D电视价格日益平民化，3D技术的改进完善，3D电视销量将持续攀升，3D功能将成为主流中高档彩电的标配。

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。

数据显示，随着3D电视价格不断下滑，3D电视的渗透率一直在攀升，在2011年3月初3D电视销售额占比达到12%，预计在2011年五•一前后会有一大批3D电视新品上市，3D电视在新品中的渗透率将达到25%。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 3D电视基本概述

1.1 3D电视的概念及发展历程

1.1.1 3D电视的概念

1.1.2 3D电视的发展史

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 2012-2014年平板电视产业

2.1 2012-2014年全球平板电视产业现状

2.1.1 世界平板电视市场出货状况

2.1.2 日本平板电视市场分析

2.1.3 印度平板电视市场竞争格局分析

2.2 2012-2014年中国平板电视产业的发展

2.2.1 我国平板电视产业发展概况

2.2.2 2012年国内平板电视市场简析

2.2.3 2013年国内平板电视市场发展现状

2.2.4 2014年我国平板电视市场发展动向

2.2.5 能效新政对平板电视市场的影响剖析

2.3 2012-2014年中国平板电视行业的竞争分析

2.3.1 我国平板电视市场的竞争格局

2.3.2 平板电视市场中外品牌竞争态势

2.3.3 平板电视新品竞争呈现差异化

2.3.4 中国平板电视企业的竞争优势

2.4 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

第三章 2012-2014年全球3D电视产业状况

3.1 全球3D电视的发展综述

3.1.1 国际3D电视市场发展概述

3.1.2 全球3D电视产业发展特点

3.1.3 全球3D电视市场的格局分布

3.2 美国

3.2.1 美国3D电视产业发展简况

3.2.2 美国3D电视市场的销售格局

3.2.3 美国大尺寸3D电视销售占主流

3.3 日本

3.3.1 日本3D电视产业发展概况

3.3.2 日本3D电视市场销售情况

3.3.3 日本出台新规完善3D电视市场

3.4 其他国家或地区

3.4.1 韩国3D电视市场发展面临挑战

3.4.2 新加坡积极推进3D电视配套服务

第四章 2012-2014年中国3D电视产业发展分析

4.1 2012-2014年3D电视产业发展概况

4.1.1 中国3D电视发展现状综述

4.1.2 3D电视产业技术概况

4.1.3 3D电视产业发展局势分析

4.2 2012-2014年3D电视市场分析

4.2.1 我国3D电视市场销售情况简述

4.2.2 3D电视市场份额状况

4.2.3 我国3D电视市场的品牌格局

4.3 2012-2014年3D电视市场价格分析

4.3.1 3D电视价格分析

4.3.2 3D电视价格下降的原因剖析

4.3.3 我国3D电视市场价格形势展望

4.4 2012-2014年3D电视产业政策环境

4.4.1 国际3D产业标准化进展

4.4.2 中国3D产业标准总体概况

4.4.3 我国3D电视的标准化进展

4.4.4 我国3D产业的政策环境综述

4.5 3D电视产业发展面临的挑战及对策

4.5.1 3D电视产业发展存难点

4.5.2 3D电视发展亟需统一标准

4.5.3 中国3D电视产业的发展策略

第五章 2012-2014年3D电视产业竞争分析

5.1 3D电视技术两大阵营竞争剖析

5.1.1 竞争形势

5.1.2 两大技术各有优劣

5.1.3 消费市场两极分化

5.2 3D电视市场竞争格局

5.2.1 3D电视企业竞争加剧

5.2.2 3D电视市场竞争局势及走向分析

5.2.3 3D智能电视将掀起彩电产业新一轮竞争

5.2.4 国内3D电视企业竞争策略分析

5.3 中日韩三国3D电视竞争局势剖析

5.3.1 日本的竞争优势及局面

5.3.2 韩国的竞争优势及局面

5.3.3 中国的竞争优势及局面

第六章 2012-2014年3D电视产业链其它环节

6.1 3D面板市场分析

- 6.1.1 国际龙头企业纷纷发力3D面板
- 6.1.2 全球3D电视面板市场现状分析
- 6.1.3 全球3D液晶电视面板市场分析
- 6.2 国际3D电视内容及服务的发展
 - 6.2.1 美国3D卫星服务开展近况
 - 6.2.2 日本卫星3D电视服务开展近况
 - 6.2.3 韩国3D互动电视业务启动
 - 6.2.4 欧洲地区加强卫星3D电视服务
- 6.3 中国3D电视内容制作及3D频道建设
 - 6.3.1 我国3D内容发展现况
 - 6.3.2 3D电视企业在内容方面的推进情况
 - 6.3.3 我国3D电视节目发展取得新进展
 - 6.3.4 "十二五"期间我国3D电视频道推进规划
- 第七章 2012-2014年国外3D电视重点企业财务状况分析
 - 7.1 三星
 - 7.1.1 企业简介
 - 7.1.2 2012年三星电子经营状况
 - 7.1.3 2013年三星电子经营状况
 - 7.1.4 2014年三星电子经营状况
 - 7.1.5 三星3D电视业务发展概况
 - 7.1.6 三星3D电视在欧美地区的市占率
 - 7.2 索尼
 - 7.2.1 企业简介
 - 7.2.2 2012财年索尼经营状况
 - 7.2.3 2013财年索尼经营状况
 - 7.2.4 2014财年索尼经营状况
 - 7.3 松下
 - 7.3.1 企业简介
 - 7.3.2 2012财年松下经营状况
 - 7.3.3 2013财年松下经营状况
 - 7.3.4 2014财年松下经营状况
 - 7.4 LG

7.4.1 企业简介

7.4.2 2012年LG电子经营状况

7.4.3 2013年LG电子经营状况

7.4.4 2014年LG电子经营状况

7.4.5 LG发力智能3D电视市场

7.5 夏普

7.5.1 企业简介

7.5.2 2012财年夏普经营状况

7.5.3 2013财年夏普经营状况

7.5.4 2014财年夏普经营状况

第八章 2012-2014年国内3D电视重点企业财务状况分析

8.1 TCL集团

8.1.1 公司简介

8.1.2 企业核心竞争力

8.1.3 经营效益分析

8.1.4 业务经营分析

8.1.5 财务状况分析

8.1.6 未来前景展望

8.2 四川长虹

8.2.1 公司简介

8.2.2 企业核心竞争力

8.2.3 经营效益分析

8.2.4 业务经营分析

8.2.5 财务状况分析

8.2.6 未来前景展望

8.3 康佳集团

8.3.1 公司简介

8.3.2 企业核心竞争力

8.3.3 经营效益分析

8.3.4 业务经营分析

8.3.5 财务状况分析

8.3.6 未来前景展望

8.4 海信电器

8.4.1 公司简介

8.4.2 企业核心竞争力

8.4.3 经营效益分析

8.4.4 业务经营分析

8.4.5 财务状况分析

8.4.6 未来前景展望

8.5 创维集团

8.5.1 公司简介

8.5.2 企业核心竞争力

8.5.3 经营效益分析

8.5.4 业务经营分析

8.5.5 财务状况分析

8.5.6 未来前景展望

8.6 青岛海尔

8.6.1 公司简介

8.6.2 企业核心竞争力

8.6.3 经营效益分析

8.6.4 业务经营分析

8.6.5 财务状况分析

8.6.6 未来前景展望

第九章 对3D电视产业投资分析及前景展望

9.1 投资机会分析

9.1.1 未来3D电视市场商机广泛

9.1.2 彩电业面临的3D机遇及机会把握分析

9.1.3 我国将积极推进3D电视产业发展

9.2 投资风险及建议

9.2.1 中国平板电视面临的投资风险与危机

9.2.2 未来我国平板电视业需规避的三大风险

9.2.3 3D电视产业的投资风险及建议

9.3 前景预测

9.3.1 3D电视未来发展形势分析

9.3.2 全球3D电视市场前景广阔

9.3.3 中国3D电视产业发展展望

9.3.4 2015-2020年中国3D电视产业预测分析

9.3.5 智能3D电视未来发展前景透析

图表目录：

图表 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 我国3D电视零售规模增长趋势

图表 2011-2012年三星电子销售主要财务指标

图表 2012年三星电子不同地区收入细分情况

图表 2012-2013年三星电子销售额及营业利润细分情况

图表 2013-2014年三星电子销售额及营业利润细分情况

图表 2011-2013财年索尼公司合并损益表

图表 2011-2012财年索尼公司不同业务部门营业收入细分情况

图表 2011-2013财年索尼公司消费，专业和部件部门外部收入细分情况

图表 2011-2013财年索尼公司网络产品和服务部门外部收入细分情况

图表 2011-2013财年索尼公司不同地区销售额和营业收入细分情况

图表 2012-2013财年索尼公司合并损益表

图表 2012-2013财年索尼公司不同业务部门销售额和营业收入细分情况

图表 2012-2013财年索尼公司不同地区销售额和营业收入细分情况

图表 2013-2014财年索尼公司不同业务部门销售额和营业收入细分情况

图表 2013-2014财年索尼公司不同地区销售额和营业收入细分情况

图表 2011-2012财年松下综合损益表

图表 2011-2012财年松下不同部门销售额情况

图表 2011-2012财年松下不同地区销售额情况

图表 2012-2013财年松下综合损益表

图表 2012-2013财年松下不同部门销售额情况

图表 2013-2014财年松下综合损益表

图表 2013-2014财年松下不同部门销售额情况

图表 2011-2012年LG电子综合损益表

图表 2011-2012年LG电子不同部门销售额及营业利润情况

图表 2011-2012年LG电子不同地区外部销售额情况

图表 2012-2013年LG电子综合损益表

图表 2013-2014年LG电子综合损益表

图表 2011-2012财年夏普不同产品集团销售额情况

图表 2011-2012财年夏普不同产品集团销售额情况

图表 2011财年夏普不同区域销售额情况

图表 2012-2013财年夏普不同产品集团销售额情况

图表 2012-2013财年夏普不同产品集团销售额情况

图表 2012-2013财年夏普不同区域销售额情况

图表 2013-2014财年夏普不同产品集团销售额情况

图表 2013-2014财年夏普不同产品集团销售额情况

图表 2013-2014财年夏普不同区域销售额情况

图表 2012-2014年11月末TCL集团总资产和净资产

图表 2012-2013年TCL集团营业收入和净利润

图表 2014年1-12月TCL集团营业收入和净利润

图表 2012-2013年TCL集团现金流量

图表 2014年1-12月TCL集团现金流量

图表 2013年TCL集团主营业务收入分行业

图表 2013年TCL集团主营业务收入分产品

图表 2013年TCL集团主营业务收入分区域

图表 2012-2013年TCL集团成长能力

图表 2014年1-12月TCL集团成长能力

图表 2012-2013年TCL集团短期偿债能力

图表 2014年1-12月TCL集团短期偿债能力

图表 2012-2013年TCL集团长期偿债能力

图表 2014年1-12月TCL集团长期偿债能力

图表 2012-2013年TCL集团运营能力

图表 2014年1-12月TCL集团运营能力

图表 2012-2013年TCL集团盈利能力

图表 2014年1-12月TCL集团盈利能力

图表 2012-2014年11月末四川长虹总资产和净资产

图表 2012-2013年四川长虹营业收入和净利润

图表 2014年1-12月四川长虹营业收入和净利润

图表 2012-2013年四川长虹现金流量
图表 2014年1-12月四川长虹现金流量
图表 2013年四川长虹主营业务收入分行业
图表 2013年四川长虹主营业务收入分产品
图表 2013年四川长虹主营业务收入分区域
图表 2012-2013年四川长虹成长能力
图表 2014年1-12月四川长虹成长能力
图表 2012-2013年四川长虹短期偿债能力
图表 2014年1-12月四川长虹短期偿债能力
图表 2012-2013年四川长虹长期偿债能力
图表 2014年1-12月四川长虹长期偿债能力
图表 2012-2013年四川长虹运营能力
图表 2014年1-12月四川长虹运营能力
图表 2012-2013年四川长虹盈利能力
图表 2014年1-12月四川长虹盈利能力
图表 2012-2014年11月末康佳集团总资产和净资产
图表 2012-2013年康佳集团营业收入和净利润
图表 2014年1-12月康佳集团营业收入和净利润
图表 2012-2013年康佳集团现金流量
图表 2014年1-12月康佳集团现金流量
图表 2013年康佳集团主营业务收入分行业
图表 2013年康佳集团主营业务收入分产品
图表 2013年康佳集团主营业务收入分区域
图表 2012-2013年康佳集团成长能力
图表 2014年1-12月康佳集团成长能力
图表 2012-2013年康佳集团短期偿债能力
图表 2014年1-12月康佳集团短期偿债能力
图表 2012-2013年康佳集团长期偿债能力
图表 2014年1-12月康佳集团长期偿债能力
图表 2012-2013年康佳集团运营能力
图表 2014年1-12月康佳集团运营能力
图表 2012-2013年康佳集团盈利能力

图表 2014年1-12月康佳集团盈利能力

图表 2012-2014年11月末海信电器总资产和净资产

图表 2012-2013年海信电器营业收入和净利润

图表 2014年1-12月海信电器营业收入和净利润

图表 2012-2013年海信电器现金流量

图表 2014年1-12月海信电器现金流量

图表 2013年海信电器主营业务收入分行业

图表 2013年海信电器主营业务收入分产品

图表 2013年海信电器主营业务收入分区域

图表 2012-2013年海信电器成长能力

图表 2014年1-12月海信电器成长能力

图表 2012-2013年海信电器短期偿债能力

图表 2014年1-12月海信电器短期偿债能力

图表 2012-2013年海信电器长期偿债能力

图表 2014年1-12月海信电器长期偿债能力

图表 2012-2013年海信电器运营能力

图表 2014年1-12月海信电器运营能力

图表 2012-2013年海信电器盈利能力

图表 2014年1-12月海信电器盈利能力

图表 2012-2014年11月末创维数码总资产和净资产

图表 2012-2013年创维数码营业收入和净利润

图表 2014年1-12月创维数码营业收入和净利润

图表 2012-2013年创维数码现金流量

图表 2014年1-12月创维数码现金流量

图表 2013年创维数码主营业务收入分行业

图表 2013年创维数码主营业务收入分产品

图表 2013年创维数码主营业务收入分区域

图表 2012-2013年创维数码成长能力

图表 2014年1-12月创维数码成长能力

图表 2012-2013年创维数码短期偿债能力

图表 2014年1-12月创维数码短期偿债能力

图表 2012-2013年创维数码长期偿债能力

图表 2014年1-12月创维数码长期偿债能力
图表 2012-2013年创维数码运营能力
图表 2014年1-12月创维数码运营能力
图表 2012-2013年创维数码盈利能力
图表 2014年1-12月创维数码盈利能力
图表 2012-2014年11月末青岛海尔总资产和净资产
图表 2012-2013年青岛海尔营业收入和净利润
图表 2014年1-12月青岛海尔营业收入和净利润
图表 2012-2013年青岛海尔现金流量
图表 2014年1-12月青岛海尔现金流量
图表 2013年青岛海尔主营业务收入分行业
图表 2013年青岛海尔主营业务收入分产品
图表 2013年青岛海尔主营业务收入分区域
图表 2012-2013年青岛海尔成长能力
图表 2014年1-12月青岛海尔成长能力
图表 2012-2013年青岛海尔短期偿债能力
图表 2014年1-12月青岛海尔短期偿债能力
图表 2012-2013年青岛海尔长期偿债能力
图表 2014年1-12月青岛海尔长期偿债能力
图表 2012-2013年青岛海尔运营能力
图表 2014年1-12月青岛海尔运营能力
图表 2012-2013年青岛海尔盈利能力
图表 2014年1-12月青岛海尔盈利能力
图表 对2015-2020年全球3D电视出货量预测
图表 对2015-2020年中国3D电视销量预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/271402.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提供投资咨询报告、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。