艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国家庭影院市场分析及投资策略研究报告

艾凯咨询网
www.icandata.com

一、调研说明

《2017-2022年中国家庭影院市场分析及投资策略研究报告》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/282578.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

我国有线电视用户已超过2亿，但近年来用户数到达瓶颈以及受新媒体抢占市场等因素，用户增速已放缓。经国家广电总局统计，2014年底有线电视用户数量达到2.31亿，较上年增加为0.87%。而前几年的增速则在6%左右，呈现明显放缓趋势。 2010-2014年中国有线电视用户数及增长情况

随着中国经济规模的快速增长，居民可支配收入亦呈现快速增长势头，我国家电市场规模的扩大和居民消费能力的增强，带动家庭影院市场保持增长的态势，家庭影院音响系统逐步独立并发展成为音响产业的支柱之一。2014年我国家庭影院音响产值达到115.81亿元。 中国家庭影院产值

随着中国经济规模的继续增长、数字电视的不断普及以及居民消费能力的不断增强，中国家庭影院市场将继续保持稳定增长的态势。 中国组合音响及家庭影院音响产值增长预测

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　家庭影院相关概述
1.1　家庭影院简介
1.1.1家庭影院的定义
1.1.2　家庭影院的特点
1.1.3　家庭影院放声系统的多模式介绍
1.1.4　家庭影院的空间规律
1.2　投影机相关概述
1.2.1　投影机简介
1.2.2　投影机的分类
1.2.3　投影机主流技术分析

1.2.4　微型投影机的意义及优势
1.3　音响的相关简介
1.3.1　音响的概念及组成
1.3.2　音响的发展历史
1.3.3　音响的主要技术指标
1.3.4　家庭组合音响的分类
1.3.5　家庭影院中迷你音响
1.4　音箱相关介绍
1.4.1　音箱的概念
1.4.2　音箱的结构组成
1.4.3　音箱分类及特点
1.4.4　家庭影院系统中的音箱

第二章　2013-2015年家庭影院市场分析
2.1　2013-2015年家庭影院发展环境
2.1.1宏观经济环境
2.1.2　我国家庭住房条件明显改善
2.1.3　我国影视产业迎来良好发展时机
2.1.4　中国家庭影院的产业发展环境
2.2　家庭影院行业综述
2.2.1　中国家庭影院发展的形势与任务
2.2.2　我国家庭影院逐步普及
2.2.3　家庭影院产业化发展探析
2.2.4　传统家庭影院的进化
2.2.5　世界杯带暖家庭影院行业
2.3　2013-2015年中国家庭影院行业的发展
2.3.1　2013年我国家庭影院市场发展状况
2.3.2　2014年我国家庭影院市场分析
2.3.3　2015年我国家庭影院市场动态
2.4　2013-2015年3D时代家庭影院的发展
2.4.1　行业标准为3D家庭影院发展指明方向
2.4.2　浅析3D家庭影院中磁性元器件的需求

2.4.3　3D电视推广需要解决的难题
2.4.4　3D电视前景看好
2.4.5　3D家庭影院投影机的发展
2.4.6　3D蓝光播放器增长势头强劲
2.5　2013-2015年无线传输技术在家庭影院中的应用发展
2.5.1　无线家庭影院的信号传输方式
2.5.2　无线家庭影院的组成部分
2.5.3　无线家庭影院的具体产品应用
2.5.4　家庭影院无线传输技术日趋成熟
2.6　家庭影院市场问题与策略
2.6.1　阻碍国内家庭影院市场做大的因素
2.6.2　家庭影院质量及售后问题亟待解决
2.6.3　家庭影院企业应树立品牌形象
2.6.4　家庭影院市场发展的建议

第三章　中国家用视听设备制造行业相关经济数据分析
3.1　中国家庭影院影视设备制造行业财务状况
3.1.1　2011-2015年9月家庭影院影视设备制造行业经济规模
3.1.2　2011-2015年9月家庭影院影视设备制造行业盈利能力指标分析
3.1.3　2011-2015年9月家庭影院影视设备制造行业营运能力指标分析
3.1.4　2011-2015年9月家庭影院影视设备制造行业偿债能力指标分析
3.1.5　2011-2015年9月家庭影院影视设备制造行业财务状况综合分析
3.2　中国家庭影院音响设备制造行业财务状况
3.2.1　2011-2015年9月家庭影院音响设备制造行业经济规模
3.2.2　2011-2015年9月家庭影院音响设备制造行业盈利能力指标分析
3.2.3　2011-2015年9月家庭影院音响设备制造行业营运能力指标分析
3.2.4　2011-2015年9月家庭影院音响设备制造行业偿债能力指标分析
3.2.5　2011-2015年9月家庭影院音响设备制造行业财务状况综合分析

第四章　2013-2015年平板电视发展分析
4.1　平板电视市场综述
4.1.1中国平板电视行业的发展现状

4.1.2　平板电视市场格局分析
4.1.3　中国平板电视逐步形成三大新特点
4.1.4　中国平板电视业步入消费普及期
4.1.5　中国平板彩电产业高速增长
4.1.6　网络与平板电视融合成为市场新卖点
4.2　2013-2015年中国平板电视的发展
4.2.1　2013年中国平板电视市场的发展
4.2.2　2014年中国平板电视市场发展状况
4.2.3　2015年中国平板电视市场发展态势
4.3　2013-2015年中国液晶电视市场透析
4.3.1中国液晶电视发展总析
4.3.2　中国液晶电视市场发展的特征
4.3.3　2013年中国液晶电视市场热点透视
4.3.4　2014年中国液晶电视市场解析
4.3.5　2015年中国液晶电视市场动态
4.3.6　中国液晶电视品牌的SWOT分析
4.3.7　中国液晶电视市场发展建议
4.4　2013-2015年中国等离子电视市场状况
4.4.1　等离子电视市场再次崛起
4.4.2　等离子电视出货量迅猛增长
4.4.3　等离子电视销量呈上升态势
4.4.4　离子电视将雄霸大屏幕电视市场
4.4.5　3D促等离子电视市场阵营扩大
4.5　2013-2015年中国平板电视的SWOT分析
4.5.1　优势（Strength）
4.5.2　劣势（Weakness）
4.5.3　机会（Opportunity）
4.5.4　威胁（Threat）
4.6　平板电视发展存在的问题
4.6.1　平板电视发展的瓶颈
4.6.2　中国平板电视节能发展中的不足
4.6.3　企业忽视平板电视可靠性

4.6.4　中国平板电视质量及售后问题亟待解决
4.7　中国平板电视发展策略分析
4.7.1　政策利好平板电视产业发展
4.7.2　基于市场调查平板电视行业发展策略总结
4.7.3　发展环保技术助平板电视产业走"绿色"之道
4.7.4　中国平板电视企业开农村市场的策略
4.8　平板电视趋势解析
4.8.1　未来平板电视发展的产业环境
4.8.2　深度探析家用平板电视的发展趋向
4.8.3　中国平板电视市场面临的主要机遇
4.8.4　中国平板电视行业面临的风险
4.8.5　未来十年中国平板电视行业的战略布局
4.8.6　中国平板电视企业有望赢得下一个十年

第五章　2013-2015年投影机发展分析
5.1　2013-2015年国际投影机市场总析
5.1.1全球投影机市场规模透析
5.1.2　全球微型投影机发展态势良好
5.1.3　全球投影机产销预测
5.2　2013-2015年中国投影机行业综述
5.2.1　中国投影机业的发展历程
5.2.2　我国投影机行业标准状况
5.2.3　我国发展投影机产业有巨大优势
5.2.4　我国投影机行业进入成熟期
5.3　中国投影机市场全面解析
5.3.1　中国投影机市场渠道模式的演变
5.3.2　我国投影机品牌分化加快
5.3.3　中国投影机消费市场解析
5.3.4　投影机市场呈多元化竞争格局
5.3.5　中国投影机市场的"短焦之战"
5.3.6　新技术引领投影机市场前行
5.4　2013-2015年中国投影机市场剖析

5.4.1　2013年中国投影机市场发展回顾
5.4.2　2014年中国投影机市场状况
5.4.3　2015年中国投影机市场发展形势
5.5　2013-2015年中国家用投影机市场发展状况
5.5.1　家庭影院投影机对比度的发展
5.5.2　家用投影机市场剖析
5.5.3　家庭影院投影机市场定位日趋明晰
5.5.4　中国高端家用投影机市场悄然兴起
5.5.5　从电影院线市场管窥家用投影机的发展路线
5.5.6　家用投影机市场前景广阔

第六章　2013-2015年其他家庭影院显示设备市场探析
6.1　投影屏幕市场
6.1.1中国投影屏幕市场综述
6.1.2　中国投影屏幕市场品牌深入分析
6.1.3　中国投影屏幕市场机遇和挑战并存
6.1.4　中国投影幕市场向中高端发展
6.1.5　中国投影屏幕市场进入品牌竞争阶段
6.1.6　未来中国投影屏幕的方向
6.2　家庭影院投影屏幕发展概况
6.2.1　投影屏幕是家庭影院的重要组成部分
6.2.2　家用投影机降价给投影屏幕带来无限商机
6.2.3　新认证标准为家庭影院投影屏幕提供品质规范
6.3　背投电视
6.3.1　背投电视的优势
6.3.2　背投电视成家庭影院建设的首选
6.3.3　背投电视市场的竞争状况
6.3.4　LCoS背投电视面临的考验和出路
6.3.5　LCoS背投电视市场潜力无限

第七章　2013-2015年影碟机发展分析
7.1　2013-2015年全球影碟机行业分析

7.1.1全球DVD市场简况
7.1.2　国外蓝光影碟机市场发展态势良好
7.1.3　全球蓝光影碟机出货量预测
7.2　2013-2015年中国影碟机市场状况
7.2.1　我国DVD影碟机产业基本状况
7.2.2　中国DVD影碟机行业总体分析
7.2.3　中国DVD影碟机市场危机四伏
7.2.4　中国影碟机产业朝"低碳互联网时代"迈进
7.3　中国影碟机产业的问题及对策
7.3.1　制约我国影碟机市场发展的因素
7.3.2　影碟机行业的进入壁垒
7.3.3　我国影碟机产业处境尴尬
7.3.4　我国影碟机存在技术升级难题
7.3.5　透析中国DVD产业产权纠纷问题及建议
7.3.6　影碟机产品走低端路线求发展

第八章　2013-2015年音响发展分析
8.1　中国音响市场发展透析
8.1.1中国音响行业总况
8.1.2　中国音响市场格局分析
8.1.3　中国音响消费市场深度解析
8.2　2013-2015年中国音响市场的发展
8.2.1　2013年中国音响市场热点解析
8.2.2　2014年我国迷你音响市场格局剖析
8.2.3　2014年我国迷你音响市场发展状况
8.2.4　2015年我国迷你音响市场发展现状
8.3　2013-2015年全国及主要省份组合音响产量分析 2015年1-10月全国组合音响产量集中度分析
8.3.1　2014年1-12月全国及主要省份组合音响产量分析
8.3.2　2015年1-9月全国及主要省份组合音响产量分析 2015年1-10月全国组合音响产量分省市统计表　地区　10月(台)　1-10月止累计（台）　10月同比增长（%）　1-10月累计同比增长（%）　全国　8,899,366.00　82,575,571.00　-18.91　-20.58　北京　-　-　-　-　天津　-　-　-　-

河北 - - - - 山西 - - - - 内蒙古 - - - - 辽宁 5,691.00 91,606.00 -55.76 -34.86 吉林 - - - - 黑龙江 - - - - 上海 389,266.00 2,935,942.00 100.6 12.41 江苏 429,997.00 3,660,339.00 14.19 6.58 浙江 249,868.00 2,289,443.00 24.22 10.1 安徽 217,375.00 1,737,743.00 91.82 18.24 福建 - - - - 江西 39,160.00 275,761.00 - - 山东 - - - - 河南 - 44,507.00 - -98.67 湖北 - - - - 湖南 - - - - 广东 7,546,017.00 71,347,244.00 -24.53 -21.35 广西 - - - - 海南 - - - - 重庆 - - - - 四川 21,992.00 192,986.00 -9.85 4.15 贵州 - - - - 云南 - - - - 西藏 - - - - 陕西 - - - - 甘肃 - - - - 青海 - - - - 宁夏 - - - - 新疆 - - - -

8.3.3 2015年1-9月全国及主要省份组合音响产量分析

8.4 2013-2015年家庭影院音响市场解析

8.4.1中国家庭影院音响市场供需回顾

8.4.2 超薄家庭影院音响层出不穷

8.4.3 家庭组合音响的趋向

8.5 2013-2015年音响区域市场分析

8.5.1 北京音响市场进入"三化"时代

8.5.2 上海地区音响市场消费特点剖析

8.5.3 长沙音响市场开发空间大

8.5.4 成都地区音响业市场状况

8.5.5 海南音响市场概况

8.6 音响行业发展问题

8.6.1 我国音响行业缺失核心技术和标准

8.6.2 中国音响业特许经营存在四大问题

8.6.3 中国音响市场"先天缺钙"企业面临危机

8.6.4 中国音响行业存在的缺陷

8.6.5 中国音响企业亟待向"中国创造"转型

8.7 音响行业发展策略

8.7.1 中国音响行业应走创新之路

8.7.2 中国音响业需要良性互动

8.7.3 中国音响进入国外市场的策略

8.7.4 音响企业发展的建议

8.8 音响行业投资及展望

8.8.1 国外风险投资"抢食"中国音响市场

8.8.2　中国音响产业发展的新方向
8.8.3　中国平板音响市场前景看好

第九章　2013-2015年音箱发展分析
9.1　中国音箱市场发展综述
9.1.1中国多媒体音箱行业现状
9.1.2　中国多媒体音箱行业特点
9.1.3　制约国内音箱行业发展的五大因素
9.2　2013-2015年中国音箱市场剖析
9.2.1　市场规模
9.2.2　技术水平
9.2.3　竞争水平
9.3　2013-2015年音箱市场回顾
9.3.1　2013年中国音箱市场发展回顾
9.3.2　2014年中国音箱市场运行状况
9.3.3　2015年中国音箱市场发展动态
9.4　中国音箱市场趋势分析
9.4.1　中国音箱市场预测
9.4.2　未来中国多媒体音箱的发展
9.4.3　中国多媒体音箱的技术方向

第十章　2013-2015年家庭影院行业重点企业分析
10.1　TCL集团
10.1.1公司简介
10.1.2　2013年1-12月TCL集团经营状况分析
10.1.3　2014年1-12月TCL集团经营状况分析
10.1.4　2015年1-9月TCL集团经营状况分析
10.2　创维
10.2.1　公司简介
10.2.2　2013年1-12月创维经营状况分析
10.2.3　2014年1-12月创维经营状况分析
10.2.4　2015年1-9月创维经营状况分析

10.2.5　创维向3D LED电视产业跨越
10.2.6　创维领跑"世界杯高清"市场
10.3　CAV丽声
10.3.1　公司简介
10.3.2　文化成就CAV音响基业
10.3.3　CAV丽声音响注重细节
10.3.4　CAV理性发展成就未来
10.4　威莱
10.4.1　公司简介
10.4.2　"威莱数码"大举进军二、三线市场
10.4.3　威莱音响的发展策略
10.5　步步高
10.5.1　公司简介
10.5.2　步步高"平板影院"受青睐
10.5.3　步步高家庭影院实现"人性化"
10.6　万利达
10.6.1　公司简介
10.6.2　万利达领跑"数字家庭"新潮流
10.6.3　万利达自主创新谋发展

第十一章　家庭影院投资及前景
11.1　家庭影院投资分析
11.1.1我国电子产品走俏家庭影院市场潜力巨大
11.1.2　"低音炮家庭影院"成投资新宠
11.1.3　迷你家庭影院迅速发展为行业带来机会
11.1.4　影响家庭影院投资规模的因素
11.1.5　家庭影院的投资建议
11.2　中国家庭影院行业展望
11.2.1　中国家庭影院行业前景看好
11.2.2　家庭影院市场发展趋势
11.2.3　未来中国家庭影院市场竞争特点
11.3　2017-2022年中国家庭影院相关设备业预测分析

11.3.1　2017-2022年家庭影院影视设备制造行业预测
11.3.2　2017-2022年家庭影院音响设备制造行业预测

图表目录：

图表　中国最受用户关注的10大家庭影院品牌排名
图表　中国最受用户关注的10大家庭影院品牌比例分布
图表　飞利浦、先锋、索尼、三星家庭影院品牌关注比例走势
图表　中国家庭影院市场品牌关注排名
图表　中国家庭影院品牌关注比例分布
图表　中国家庭影院品牌关注排名对比
图表　不同价位段家庭影院关注份额
图表　中国家庭影院产品关注排名
图表　先锋家庭影院产品关注排名
图表　飞利浦家庭影院产品关注排名
图表　惠威家庭影院产品关注排名
图表　先锋、飞利浦、惠威家庭影院关注比例走势
图表　先锋、飞利浦、惠威家庭影院品牌重合度对比
图表　2011-2015年9月家庭影院影视设备制造业销售收入
图表　2012-2015年家庭影院影视设备制造业销售收入增长趋势图
图表　2013-2015年9月家庭影院影视设备制造业不同规模企业销售额
图表　2014年1-12月家庭影院影视设备制造业不同规模企业销售额对比图
图表　2015年1-9月家庭影院影视设备制造业不同规模企业销售额
图表　2015年1-9月家庭影院影视设备制造业不同规模企业销售额对比图
图表　2013-2015年9月家庭影院影视设备制造业不同所有制企业销售额
图表　2014年1-12月家庭影院影视设备制造业不同所有制企业销售额对比图
图表　2015年1-9月家庭影院影视设备制造业不同所有制企业销售额
图表　2015年1-9月家庭影院影视设备制造业不同所有制企业销售额对比图
图表　2011-2015年9月家庭影院影视设备制造业利润总额
图表　2012-2015年家庭影院影视设备制造业利润总额增长趋势图
图表　2013-2015年9月家庭影院影视设备制造业不同规模企业利润总额
图表　2014年1-12月家庭影院影视设备制造业不同规模企业利润总额对比图
图表　2015年1-9月家庭影院影视设备制造业不同规模企业利润总额

图表　2015年1-9月家庭影院影视设备制造业不同规模企业利润总额对比图
图表　2013-2015年9月家庭影院影视设备制造业不同所有制企业利润总额
图表　2015年1-9月家庭影院影视设备制造业不同所有制企业利润总额
图表　2015年1-9月家庭影院影视设备制造业不同所有制企业利润总额对比图
图表　2011-2015年9月家庭影院影视设备制造业资产总额
图表　2012-2015年家庭影院影视设备制造业总资产增长趋势图
图表　截至2014年12月底家庭影院影视设备制造业不同规模企业总资产
图表　截至2014年12月底家庭影院影视设备制造业不同规模企业总资产对比图
图表　截至2014年12月底家庭影院影视设备制造业不同所有制企业总资产
图表　截至2014年12月底家庭影院影视设备制造业不同所有制企业总资产对比图
图表　2011-2015年9月家庭影院影视设备制造业亏损面
图表　2011-2015年9月家庭影院影视设备制造业亏损企业亏损总额
图表　2012-2015年家庭影院影视设备制造业销售毛利率趋势图
图表　2010-2015年1-9月家庭影院影视设备制造业成本费用率
图表　2012-2015年家庭影院影视设备制造业成本费用利润率趋势图
图表　2012-2015年家庭影院影视设备制造业销售利润率趋势图
图表　2012-2015年家庭影院影视设备制造业应收账款周转率对比图
图表　2012-2015年家庭影院影视设备制造业流动资产周转率对比图
图表　2012-2015年家庭影院影视设备制造业总资产周转率对比图
图表　2012-2015年家庭影院影视设备制造业资产负债率对比图
图表　2011-2015年9月家庭影院影视设备制造业利息保障倍数对比图
图表　2011-2015年9月家庭影院音响设备制造业销售收入
图表　2012-2015年家庭影院音响设备制造业销售收入增长趋势图
图表　2013-2015年9月家庭影院音响设备制造业不同规模企业销售额
图表　2014年1-12月家庭影院音响设备制造业不同规模企业销售额对比图
图表　2015年1-9月家庭影院音响设备制造业不同规模企业销售额
图表　2015年1-9月家庭影院音响设备制造业不同规模企业销售额对比图
图表　2013-2015年9月家庭影院音响设备制造业不同所有制企业销售额
图表　2014年1-12月家庭影院音响设备制造业不同所有制企业销售额对比图
图表　2015年1-9月家庭影院音响设备制造业不同所有制企业销售额
图表　2015年1-9月家庭影院音响设备制造业不同所有制企业销售额对比图
图表　2011-2015年9月家庭影院音响设备制造业利润总额

图表　2012-2015年家庭影院音响设备制造业利润总额增长趋势图
图表　2013-2015年9月家庭影院音响设备制造业不同规模企业利润总额
图表　2014年1-12月家庭影院音响设备制造业不同规模企业利润总额对比图
图表　2015年1-9月家庭影院音响设备制造业不同规模企业利润总额
图表　2015年1-9月家庭影院音响设备制造业不同规模企业利润总额对比图
图表　2013-2015年9月家庭影院音响设备制造业不同所有制企业利润总额
图表　2015年1-9月家庭影院音响设备制造业不同所有制企业利润总额
图表　2015年1-9月家庭影院音响设备制造业不同所有制企业利润总额对比图
图表　2011-2015年9月家庭影院音响设备制造业资产总额
图表　2012-2015年家庭影院音响设备制造业总资产增长趋势图
图表　截至2014年12月底家庭影院音响设备制造业不同规模企业总资产
图表　截至2014年12月底家庭影院音响设备制造业不同规模企业总资产对比图
图表　截至2014年12月底家庭影院音响设备制造业不同所有制企业总资产
图表　截至2014年12月底家庭影院音响设备制造业不同所有制企业总资产对比图
图表　2011-2015年9月家庭影院音响设备制造业亏损面
图表　2011-2015年9月家庭影院音响设备制造业亏损企业亏损总额
图表　2012-2015年家庭影院音响设备制造业销售毛利率趋势图
图表　2010-2015年1-9月家庭影院音响设备制造业成本费用率
图表　2012-2015年家庭影院音响设备制造业成本费用利润率趋势图
图表　2012-2015年家庭影院音响设备制造业销售利润率趋势图
图表　2012-2015年家庭影院音响设备制造业应收账款周转率对比图
图表　2012-2015年家庭影院音响设备制造业流动资产周转率对比图
图表　2012-2015年家庭影院音响设备制造业总资产周转率对比图
图表　2012-2015年家庭影院音响设备制造业资产负债率对比图
图表　2011-2015年9月家庭影院音响设备制造业利息保障倍数对比图
图表　中国平板电视市场销售情况
图表　中国液晶电视销售量与销售额
图表　中国等离子电视销售量与销售额
图表　国有品牌平板电视厂商新建投资项目
图表　2017-2022年中国平板电视销售量预测
图表　中国平板电视市场销售情况
图表　中国液晶电视市场销售量变化

图表　中国液晶电视市场销售额变化
图表　中国等离子电视市场销售量变化
图表　中国等离子电视市场销售额变化
图表　中国平板电视市场平均价格变化
图表　中国液晶电视市场平均价格变化
图表　中国等离子电视市场平均价格变化
图表　中国平板电视区域市场结构
图表　中国液晶电视区域市场结构
图表　中国等离子电视区域市场结构
图表　中国平板电视市场屏幕尺寸结构
图表　中国液晶电视市场屏幕尺寸结构
图表　中国等离子电视市场屏幕尺寸结构
图表　中国液晶电视市场品牌销售量结构
图表　中国液晶电视品牌销售额结构
图表　中国液晶电视价格段品牌销售量结构
图表　中国液晶电视产品规格品牌销售量结构
图表　中国等离子电视市场品牌销售量结构
图表　中国等离子电视市场品牌销售额结构
图表　中国等离子电视市场价格段品牌销售量结构
图表　中国等离子电视市场产品规格品牌销售量结构
图表　海信市场竞争策略SWOT分析
图表　创维市场竞争策略的SWOT分析
图表　TCL市场竞争策略的SWOT分析
图表　康佳市场竞争策略的SWOT分析
图表　三星市场竞争策略的SWOT分析
图表　松下市场竞争策略SWOT分析
图表　日立市场竞争策略SWOT分析
图表　长虹市场竞争策略SWOT分析
图表　中国平板电视消费需求增长趋势
图表　中国平板电视市场需求量增长情况
图表　液晶电视、等离子电视出口量变化趋势
图表　不同城市级别平板电视需求比重变化

图表　消费者预期购买平板电视主要考虑产品因素
图表　五大类别平板电视竞争格局
图表　中国彩电出口统计
图表　城市市场分品牌阵营LCD比重走势
图表　农村市场分品牌阵营LCD比重走势
图表　国内外品牌LCD市场零售份额变化
图表　各尺寸LED与CCFL价格倍数关系
图表　中国最受用户关注的15大液晶电视品牌排名
图表　中国最受用户关注的15大液晶电视品牌比例分布
图表　中国最受用户关注的10大液晶电视品牌对比
图表　中国最受用户关注的前15大液晶电视品牌走势
图表　中国最受用户关注的前10款液晶电视产品排名
图表　创维、海信、LG、夏普液晶电视品牌关注比例走势
图表　度创维液晶电视品牌关注度流失状况
图表　海信液晶电视品牌关注度流失状况
图表　LG液晶电视品牌关注度流失状况
图表　度夏普液晶电视品牌关注度流失状况
图表　创维、海信、LG、夏普品牌重合度对比
图表　中国最受用户关注的10大国产液晶电视品牌排名
图表　中国最受用户关注的10大国产液晶电视品牌比例分布
图表　创维、海信液晶电视在国产品牌中关注比例走势
图表　中国最受用户关注的10大国外液晶电视品牌排名
图表　中国最受用户关注的10大国外液晶电视品牌比例分布
图表　Q1-Q4LG、夏普、三星液晶电视在国外品牌中关注比例走势
图表　中国最受用户关注的7大LED背光液晶电视品牌排名
图表　中国最受用户关注的7大LED背光液晶电视品牌比例分布
图表　三星、索尼、海信、夏普LED背光液晶电视品牌关注比例走势
图表　中国液晶电视品牌关注排名
图表　液晶电视品牌关注比例分布
图表　液晶电视品牌关注度排行
图表　中国液晶电视国际品牌关注排名
图表　中国液晶电视国际品牌关注比例分布

图表　中国液晶电视国内品牌关注排名
图表　中国液晶电视国内品牌关注比例分布
图表　不同价位段液晶电视关注份额
图表　不同背光方式液晶电视关注份额
图表　不同屏幕尺寸液晶电视关注份额
图表　中国液晶电视产品关注排名
图表　创维液晶电视产品关注排名
图表　海信液晶电视产品关注排名
图表　索尼液晶电视产品关注排名
图表　LG液晶电视产品关注排名
图表　创维、海信、索尼、LG液晶电视关注比例走势
图表　创维、海信、索尼、LG液晶电视不同价位段产品数量占比
图表　创维、海信、索尼、LG液晶电视品牌重合度对比
图表　平板电视主要购买对象年龄区间分布
图表　用户获取平板电视相关资讯途径
图表　厂商宣传推广平板电视产品的途径
图表　平板电视主要购买对象月收入水平分布
图表　经销商认为平板电视销售情况最好的时期
图表　经销商认为平板电视节庆日销量和平时相比的调查
图表　用户认为平板电视最有诱惑力的促销方式
图表　经销商认为平板电视最有效的促销方式
图表　用户优先购买平板电视的途径
图表　厂商认为平板电视产品保持竞争优势需要具备的条件
图表　经销商认为平板电视宣传推广中要强调的产品优势
图表　LED和CCFL对比
图表　全球投影机市场销售情况
图表　全球投影机市场销售额情况
图表　中国投影机市场规模发展状况
图表　中国投影机市场规模发展状况
图表　中国投影机市场品牌销量结构
图表　中国投影市场整体竞争格局
图表　中国投影机市场品牌排行榜

图表　中国投影机市场重点品牌走势
图表　投影机品牌关注排行榜
图表　中国最受用户关注的15大投影机品牌排名
图表　中国最受用户关注的15大投影机品牌比例分布
图表　中国最受用户关注的10大投影机品牌对比
图表　中国最受用户关注的10大投影机品牌走势
图表　中国最受用户关注的前10款投影机产品排名
图表　中国最受用户关注的15大教育投影机品牌排名
图表　中国最受用户关注的15大教育投影机品牌比例分布
图表　中国最受用户关注的前10款教育投影机产品排名
图表　中国最受用户关注的15大商用投影机品牌排名
图表　中国最受用户关注的15大商用投影机品牌比例分布
图表　中国最受用户关注的前10款商用投影机产品排名
图表　中国市场最受用户关注十大投影机品牌分布
图表　中国投影机市场明基、纽曼等品牌用户关注走势
图表　中国市场最受用户关注十大投影机产品排行
图表　最受关注投影机产品参数及最新报价
图表　中国市场不同类型投影机用户关注比例分布
图表　中国投影机市场不同显示技术产品用户关注分布
图表　中国投影机市场不同投影光源产品用户关注分布
图表　中国投影机市场不同分辨率产品用户关注对比
图表　中国投影机市场不同分辨率产品用户关注走势
图表　中国投影机市场平均价格走势
图表　中国投影机市场不同类型产品均价对比
图表　中国市场最受用户关注十大投影机品牌均价对比
图表　中国市场最受用户关注的十大投影机品牌排名
图表　中国市场最受用户关注的十大投影机品牌分布
图表　中国市场五大投影机品牌关注比例走势
图表　中国市场最受用户关注的十款投影机排行
图表　最受关注投影机产品参数及最新报价
图表　中国市场不同类型投影机用户关注比例分布
图表　中国市场不同投影技术投影机用户关注比例分布

图表　中国市场不同光源投影机用户关注比例分布
图表　中国市场不同分辨率投影机用户关注比例分布
图表　中国市场不同分辨率投影机用户关注比例走势
图表　中国市场不同亮度投影机用户关注比例分布
图表　中国市场不同价格投影机用户关注比例分布
图表　中国投影机市场平均价格走势
图表　爱普生不同技术投影机产品数量及关注比例对比
图表　最受用户关注的十款爱普生投影机部分参数及最新报价
图表　中国最受用户关注的15大家用投影机品牌排名
图表　中国最受用户关注的15大家用投影机品牌比例分布
图表　中国最受用户关注的前10款家用投影机产品排名
图表　各类投影屏幕产品市场销售占比情况
图表　投影屏幕在全国各区域的分布状况
图表　投影屏幕各种规格产品的销售比例
图表　投影电视系统的结构示意图
图表　LcoS器件结构截面图
图表　中国DVD产品生命周期分析
图表　中国DVD产量占影碟机产量比重变动趋势
图表　中国DVD企业及品牌数统计
图表　中国DVD影碟机生产企业地区性分布
图表　中国DVD销售额统计
图表　中国汽车产量
图表　国内DVD主力企业研发能力分析
图表　中国DVD行业进入壁垒分析
图表　中国影碟机总体市场走势
图表　DVD分产品类型同比增长情况
图表　便携式DVD价格走势
图表　蓝光DVD销售趋势
图表　音响品牌关注度排行
图表　音响品牌关注度占比季度变化
图表　关注音响网民的省份分布
图表　中国音响出口状况

图表　中国迷你音响市场品牌关注排名
图表　中国迷你音响品牌关注比例分布
图表　中国迷你音响品牌关注排名对比
图表　不同价位段迷你音响关注份额
图表　中国迷你音响产品关注排名
图表　飞利浦迷你音响产品关注排名
图表　JVC迷你音响产品关注排名
图表　索尼迷你音响产品关注排名
图表　飞利浦、JVC、索尼迷你音响关注比例走势
图表　飞利浦、JVC、索尼迷你音响品牌重合度对比
图表　2013年1-12月全国组合音响产量数据
图表　2013年1-12月四川省组合音响产量数据
图表　2013年1-12月黑龙江省组合音响产量数据
图表　2013年1-12月上海市组合音响产量数据
图表　2013年1-12月天津市组合音响产量数据
图表　2013年1-12月浙江省组合音响产量数据
图表　2013年1-12月山东省组合音响产量数据
图表　2013年1-12月江苏省组合音响产量数据
图表　2014年1-12月全国组合音响产量数据
图表　2014年1-12月四川省组合音响产量数据
图表　2014年1-12月黑龙江省组合音响产量数据
图表　2014年1-12月上海市组合音响产量数据
图表　2014年1-12月天津市组合音响产量数据
图表　2014年1-12月浙江省组合音响产量数据
图表　2014年1-12月山东省组合音响产量数据
图表　2014年1-12月江苏省组合音响产量数据
图表　2015年1-9月全国组合音响产量数据
图表　2015年1-9月四川省组合音响产量数据
图表　2015年1-9月黑龙江省组合音响产量数据
图表　2015年1-9月上海市组合音响产量数据
图表　2015年1-9月天津市组合音响产量数据
图表　2015年1-9月浙江省组合音响产量数据

图表　2015年1-9月山东省组合音响产量数据
图表　2015年1-9月江苏省组合音响产量数据
图表　中国每百户家庭影音电器拥有率
图表　中国音响消费者的价格需求
图表　音响市场渠道需求结构比例
图表　音响购买决策人比例
图表　消费者对家庭影院的诉求状况
图表　音响市场目标消费者的特征
图表　婚姻状况与音响消费者购买行为的关系
图表　住房面积与家庭影院音响消费的关系
图表　家庭音响价格需求与供应对比分析
图表　家庭影院市场渠道供应与需求状况分析
图表　家庭影院影响消费者对促销员的认同率
图表　成都市专业家用音响市场具有代表性的品牌
图表　成都市音响市场渠道图示
图表　惠威的市场竞争结构
图表　惠威的SWOT分析
图表　中国市场最受关注的十大音箱品牌
图表　音箱品牌关注排行对比
图表　最受用户关注的前十款音箱
图表　漫步者音箱关注比例走势
图表　漫步者音箱产品线分布
图表　创新音箱关注比例走势
图表　创新音箱产品线分布
图表　麦博音箱关注比例走势
图表　麦博音箱产品线分布
图表　惠威音箱关注比例走势
图表　惠威音箱产品线分布
图表　轻骑兵音箱关注比例走势
图表　度轻骑兵音箱产品线分布
图表　中国市场最受关注的十大音箱品牌
图表　十大音箱品牌关注增长率对比

图表　漫步者音箱关注度走势
图表　主流音箱品牌关注度走势
图表　不同价位音箱关注比例对比
图表　不同声道类型音箱关注比例对比
图表　不同材质音箱关注比例对比
图表　中国音箱市场主流厂商产品线对比
图表　漫步者音箱产品线分布
图表　麦博音箱产品线分布
图表　轻骑兵音箱产品线分布
图表　创新音箱产品线分布
图表　三诺音箱产品线分布
图表　中国五大音箱品牌产品均价对比
图表　主流品牌2.1音箱均价对比
图表　度音箱品牌关注状况分析
图表　度音箱品牌关注度对比分析
图表　关注度前10位音箱品牌排名
图表　不同声道系统音箱产品的关注度对比分析
图表　不同控制类型的音箱产品关注度对比分析
图表　最受关注前20位音箱产品对比分析
图表　音箱产品情况
图表　中国音箱市场品牌排行
图表　中国音箱市场品牌分布
图表　音箱品牌排行榜前五名人气走势
图表　音箱品牌排行榜后五名人气走势
图表　音箱品牌人气排行情况
图表　音箱品牌人气排名对比
图表　音箱品牌人气排行情况
图表　音箱产品人气排行榜
图表　中国AV音箱市场品牌关注排名
图表　中国AV音箱品牌关注比例分布
图表　中国AV音箱品牌关注排名对比
图表　不同价位段AV音箱关注份额

图表　中国AV音箱产品关注排名
图表　B&W品牌AV音箱产品关注排名
图表　山水音箱品牌AV音箱产品关注排名
图表　JBL品牌AV音箱产品关注排名
图表　B&W、山水音箱、JBL的AV音箱关注比例走势
图表　B&W、山水音箱、JBL的AV音箱品牌重合度对比
图表　2012-2015年中国大陆多媒体音箱产品销量预测
图表　2013-2015年12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　2015年1-9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　2015年1-9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　2015年1-9月TCL集团成长能力
图表　2012-2013年TCL集团短期偿债能力
图表　2015年1-9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　2015年1-9月TCL集团长期偿债能力
图表　2012-2013年TCL集团运营能力
图表　2015年1-9月TCL集团运营能力
图表　2012-2013年TCL集团盈利能力
图表　2015年1-9月TCL集团盈利能力
图表　2013年1-12月创维综合损益表
图表　2013年1-12月创维主营业务分行业、产品情况
图表　2013年1-12月创维主营业务分地区情况
图表　2014年1-12月创维综合损益表
图表　2014年1-12月创维主营业务分行业、产品情况
图表　2014年1-12月创维主营业务分地区情况
图表　2015年1-9月创维综合损益表

图表　2015年1-9月创维主营业务分行业、产品情况

详细请访问：https://www.icandata.com/view/282578.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。