



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国4k电视行业 市场全景评估及发展趋势研究预 测报告

一、调研说明

《2017-2022年中国4k电视行业市场全景评估及发展趋势研究预测报告》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/28500/>

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

4K电视是屏幕的物理分辨率高的电视，4K电视是能接收、解码、显示相应分辨率视频信号的电视。

4K电视指的是3840×2160像素分辨率的电视机，它的分辨率是2K电视的4倍，在此分辨率下，观众将可以看清画面中的每一个细节，每一个特写，得到一种身临其境的观感体验。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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：

第一部分 4k电视行业发展现状

第一章 2014-2016年全球4k电视产业发展分析 1

第一节 国外4k电视 节目业发展要素分析 1

一、政策环境和历史背景 1

二、资本运营 2

三、经营理念 3

四、新产品开发 3

五、产权保护 4

第二节 全球4k电视产业发展分析 4

一、欧债危机对4k电视的影响 4

二、2014-2016年美国4k电视市场分析 5

三、2014-2016年英国4k电视发展分析 5

四、2014-2016年俄罗斯4k电视发展分析 6

五、2014-2016年澳大利亚4k电视分析 6

六、2014-2016年法国4k电视的发展分析 7

七、2014-2016年日本4k电视的发展分析 7

八、日本有望推出4k电视服务 8

第三节 西方4k电视产业走势分析 9

- 一、内容为王 9
- 二、全媒体争夺战 10

第二章 中国4k电视产业发展现状 11

第一节 4k电视产业发展概况 11

- 一、4k电视发展概况 11
- 二、4k电视发展的新方式 18
- 三、4k电视渐成市场热点，内容仍是普及短板 20
- 四、媒体竞合下的4k电视业前景分析 22

第二节 2014-2016年4k电视产业发展现状 24

- 一、2014-2016年4k电视市场分析 24
- 二、创维打响4k电视普及战 25
- 三、2016年成4k电视元年 26
- 四、智能电视开打4k大战 27
- 五、4k电视品牌价值的市场解析 28

第三节 4k电视价格分析 30

- 一、2016年4k电视价格分析 30
- 二、2016年4k电视价格下降的原因分析 30
- 三、2017-2022年4k电视价格发展趋势分析 30

第三章 2014-2016年中国4k电视产业链分析 32

第一节 4k电视发展现状与格局 32

- 一、3d电视对4k电视影响 32
- 二、2016年4k电视实践亮点分析 32
- 三、2014-2016年中国电视市场发展现状 33
- 四、2014-2016年中国4k电视发展现状 35
- 五、广播电视新媒体的发展情况 36

第二节 4k电视发展预测 37

- 一、2016年中国4k电视用户规模预测 37
- 二、2016年中国4k电视市场销量预测 38
- 三、2017-2022年中国4k电视市场消费需求预测 39

第三节 中国4k电视产业链结构 39

- 一、4k电视的价值链 39
- 二、中国电视剧产业价值链分析 40
- 三、2014-2016年4k电视"一头一尾"产业链分析 41

第四节 4k电视片源发展情况 42

- 一、4k电视片源供应状况分析 42
- 二、4k电视片源的需求量分析 43
- 三、4k电视片源对4k电视产业的影响 43
- 四、2017-2022年4k电视片源发展趋势 43

第四章 影响中国4k电视产业发展因素 45

第一节 有利因素分析 45

- 一、4k电视的优势分析 45
- 二、体制改革与消费升级因素 47

第二节 不利因素分析 49

- 一、进入威胁因素 49
- 二、替代产品压力 49
- 三、买方侃价能力 50
- 四、供方侃价能力 50
- 五、法律政策因素 51
- 六、人力资本因素 52
- 七、现有竞争对手的竞争 53

第三节 网络多媒体对4k电视的影响 54

- 一、发挥4k电视优势分析 54
- 二、4k电视数字化原则 55
- 三、未来10年新技术对4k电视的影响 55

第五章 2014-2016年4k电视产业渠道分析 56

第一节 2016年国内4k电视产品的营销模式 56

第二节 4k电视行业国际化营销模式分析 57

第三节 2016年国内4k电视产品生产及销售投资运作模式分析 59

- 一、国内生产企业投资运作模式 59
- 二、国内营销企业投资运作模式 59

三、外销与内销优势分析 61

第六章 2014-2016年4k电视行业相关产业分析 64

第一节 4k电视行业产业链概述 64

第二节 4k电视行业上游运行分析 67

一、4k电视行业上游介绍 67

二、4k电视行业上游发展状况分析 68

三、4k电视行业上游对4k电视行业影响力分析 70

第三节 4k电视行业下游运行分析 71

一、4k电视行业下游介绍 71

二、4k电视行业下游发展状况分析 71

三、4k电视行业下游对4k电视行业影响力分析 71

第二部分 4k电视行业竞争格局

第七章 4k电视行业竞争分析 72

第一节 4k电视竞争状况 72

一、网络媒体对4k电视的冲击 72

二、2013年3d电视与4k电视竞争格局 74

三、2013-2016年4k电视与4k电视的竞争 75

第二节 电视传媒竞争的方向分析 76

一、媒体后时代的发展 76

二、电视竞争新格局 78

三、媒体后时代的生存法则 79

四、4k电视的竞争力 84

第三节 省级卫视竞争分析 85

一、我国省级卫视的市场竞争环境分析 85

二、省级卫视竞争格局分析 90

三、2016年省级卫视全国收视分析 92

四、2016年各地晚间黄金段电视剧收视率 93

第四节 2014-2016年中国4k电视行业竞争分析及预测 94

一、2016年4k电视市场竞争情况分析 94

二、2016年4k电视市场竞争形势分析 94

- 三、2017-2022年集中度分析及预测 95
- 四、2017-2022年swot分析及预测 95
- 五、2017-2022年进入退出状况分析及预测 96
- 六、2017-2022年生命周期分析及预测 96

第八章 4k电视企业竞争策略分析 98

第一节 4k电视市场竞争策略分析 98

- 一、2016年4k电视市场增长潜力分析 98
- 二、2016年4k电视主要潜力项目分析 98
- 三、现有4k电视竞争策略分析 98
- 四、4k电视潜力项目竞争策略选择 98
- 五、典型企业项目竞争策略分析 99

第二节 4k电视企业竞争策略分析 99

- 一、欧债危机对4k电视行业竞争格局的影响 99
- 二、欧债危机后4k电视行业竞争格局的变化 99
- 三、2017-2022年我国4k电视市场竞争趋势 99
- 四、2017-2022年4k电视行业竞争格局展望 100
- 五、2017-2022年4k电视行业竞争策略分析 100
- 六、2017-2022年4k电视企业竞争策略分析 100

第九章 国内外4k电视重点企业分析 102

第一节 三星 102

- 一、基本概况 102
- 二、竞争优势分析 105
- 三、2014-2016年经营状况 108
- 四、2017-2022年发展战略 109

第二节 索尼 110

- 一、基本概况 110
- 二、竞争优势分析 112
- 三、2013-2016年经营状况 113
- 四、2017-2022年发展战略 117

第三节 东芝 119

- 一、 基本情况 119
- 二、 竞争优势分析 123
- 三、 2013-2016年经营状况 125
- 四、 2017-2022年发展战略 127
- 第四节 lg 127
 - 一、 基本情况 127
 - 二、 竞争优势分析 129
 - 三、 2013-2016年经营状况 131
 - 四、 2017-2022年发展战略 135
- 第五节 夏普 136
 - 一、 基本情况 136
 - 二、 竞争优势分析 140
 - 三、 2014-2016年经营状况 141
 - 四、 2017-2022年发展战略 144
- 第六节 TCL集团 144
 - 一、 基本情况 144
 - 二、 竞争优势分析 145
 - 三、 2014-2016年经营状况 147
 - 四、 2017-2022年发展战略 155
- 第七节 四川长虹 157
 - 一、 基本情况 157
 - 二、 竞争优势分析 158
 - 三、 2014-2016年经营状况 159
 - 四、 2017-2022年发展战略 166
- 第八节 康佳集团 168
 - 一、 基本情况 168
 - 二、 企业竞争优势分析 171
 - 三、 2014-2016年经营状况 172
 - 四、 2017-2022年发展战略 178
- 第九节 海信电视 180
 - 一、 基本情况 180
 - 二、 竞争优势分析 180

三、2014-2016年经营状况 181

四、2014-2016年经营状况 188

第十节 创维集团 189

一、基本情况 189

二、企业竞争优势分析 190

三、2016-2021企业经营状况分析 191

四、2016-2021企业发展战略分析 195

第十一节 海尔集团 197

一、基本情况 197

二、企业竞争优势分析 198

三、2016-2021企业经营状况分析 199

四、2016-2021企业发展战略分析 207

第十章 2014-2016年中国4k电视区域发展透析 212

第一节 东北地区 212

一、辽宁 212

二、吉林 212

第二节 华北沿海地区 212

一、北京 212

二、天津 213

三、河北 213

四、山东 213

第三节 黄河中游地区 213

一、河南 213

二、山西 214

三、陕西 214

四、内蒙古 214

第四节 华东沿海地区 215

一、上海 215

二、江苏 215

三、浙江 216

第五节 华南沿海地区 216

一、福建 216

二、广东 216

三、广西 217

第六节 长江中游地区 218

一、湖北 218

二、湖南 218

三、江西 218

四、安徽 219

第七节 西南地区 219

一、重庆 219

二、四川 219

三、贵州 220

四、云南 220

第八节 西北地区 220

一、甘肃 220

二、青海 221

三、宁夏 221

第三部分 4k电视市场趋势调查

第十一章 中国4k电视产业趋势分析 222

第一节 2016年4k电视产业发展趋势 222

一、中国电视传媒发展的方向分析 222

二、2011-2016年4k电视发展趋势 223

三、2016年电视广告形势的预测 223

四、“十三五”广电行业规划及影响 225

第二节 4k电视产业走向分析 228

一、电视传媒产业动力机制 228

二、---创新趋势 231

三、---策划趋势 233

四、电视新闻发展趋势 234

第三节 4k电视产业运行趋势 238

一、传播趋势 238

- 二、运营的创新 238
- 三、营销方式 239
- 四、产业链模式 239
- 五、开展业务策略 240
- 六、节目体系的创新 240
- 第四节 中国4k电视的转型与创新 242
 - 一、影响4k电视转型的因素 242
 - 二、4k电视转型的内涵 244

第十二章 4k电视行业发展趋势预测 245

第一节 2017-2022年4k电视市场趋势分析 245

- 一、2014-2016年4k电视市场总结 245
- 二、2017-2022年4k电视发展趋势分析 246
- 三、2017-2022年4k电视市场发展空间 247
- 四、2017-2022年4k电视产业政策趋向 248
- 五、2017-2022年4k电视价格走势分析 249

第二节 2017-2022年4k电视市场预测 252

- 一、2017-2022年4k电视市场结构预测 252
- 二、2017-2022年4k电视市场需求前景 253
- 三、2017-2022年4k电视市场价格预测 254
- 四、2017-2022年4k电视行业集中度预测 255

第四部分 4k电视行业投资规划建议研究

第十三章 4k电视行业投资现状分析 256

第一节 2015-2016年4k电视行业投资情况分析 256

- 一、2015年总体投资及结构 256
- 二、2015年投资规模情况 256
- 三、2015年投资增速情况 256
- 四、2015年分行业投资分析 256
- 五、2015年分地区投资分析 256
- 六、2015年外商投资情况 257

第二节 2016年1季度4k电视行业投资情况分析 257

- 一、2016年1季度总体投资及结构 257
- 二、2016年1季度投资规模情况 257
- 三、2016年1季度投资增速情况 257
- 四、2016年1季度分地区投资分析 258
- 五、2016年1季度外商投资情况 258

第十四章 4k电视行业投资环境分析 259

第一节 经济发展环境分析 259

- 一、2014-2016年我国宏观经济运行情况 259
- 二、2017-2022年我国宏观经济形势分析 272
- 三、2017-2022年投资趋势及其影响预测 275

第二节 政策法规环境分析 277

- 一、2016年4k电视行业政策环境 277
- 二、2016年4k电视评判依据出台 277
- 三、2016年国内宏观政策对其影响 278
- 四、2016年行业产业政策对其影响 279

第三节 社会发展环境分析 280

- 一、国内社会环境发展现状 280
- 二、2016年社会环境发展分析 281
- 三、2017-2022年社会环境对行业的影响分析 289

第十五章 4k电视行业投资机会与风险

第一节 4k电视行业投资效益分析 290

- 一、2014-2016年4k电视行业投资状况分析 290
- 二、2014-2016年4k电视行业投资效益分析 290
- 三、2017-2022年4k电视行业投资趋势预测 290
- 四、2017-2022年4k电视行业的投资方向 290
- 五、2017-2022年4k电视行业投资的建议 292
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析 293

第二节 影响4k电视行业发展的主要因素 293

- 一、2017-2022年影响4k电视行业运行的有利因素分析 293
- 二、2017-2022年影响4k电视行业运行的稳定因素分析 294

三、2017-2022年影响4k电视行业运行的不利因素分析	296
四、2017-2022年我国4k电视行业发展面临的挑战分析	296
五、2017-2022年我国4k电视行业发展面临的机遇分析	297
第三节 4k电视行业投资前景及控制策略分析	297
一、2017-2022年4k电视行业市场风险及控制策略	297
二、2017-2022年4k电视行业政策风险及控制策略	299
三、2017-2022年4k电视行业经营风险及控制策略	299
四、2017-2022年4k电视同业竞争风险及控制策略	301
五、2017-2022年4k电视行业其他风险及控制策略	301

第十六章 4k电视行业投资规划建议研究(AK WZY)

第一节 4k电视行业发展战略研究 307

- 一、战略综合规划 307
- 二、技术开发战略 307
- 三、区域战略规划 310
- 四、产业战略规划 320
- 五、营销品牌战略 322
- 六、竞争战略规划 324

第二节 对4k电视品牌的战略思考 327

- 一、企业品牌的重要性 327
- 二、4k电视实施品牌战略的意义 328
- 三、4k电视企业品牌的现状分析 331
- 四、4k电视企业的品牌战略 332
- 五、4k电视品牌战略管理的策略 335

第三节 4k电视行业投资规划建议研究 337

- 一、2016年电视行业投资规划建议 337
- 二、2016年4k电视行业投资规划建议 338
- 三、2017-2022年4k电视行业投资规划建议 339
- 四、2017-2022年细分行业投资规划建议 341

图表目录：

图表：2015年中国4k电视市场品牌关注比例分布	12
--------------------------	----

图表：2016年中国4k电视市场品牌关注比例对比 12

图表：2016年中国4k电视市场产品关注排名 13

图表：2016年中国4k电视市场最受关注的前10款产品及主要参数 14

图表：2016年中国4k电视市场市售产品数量走势 15

图表：2016年中国4k电视市场不同产品尺寸关注比例分布 16

图表：2016年中国4k电视市场产品屏幕平均尺寸走势 16

图表：2016年全球4k电视出货量国家（地区）分布 30

图表：2016年4k电视零售量规模 39

图表：2016年4k电视零售量渗透率 39

图表：2016年4k2k液晶电视面板出货量 69

图表：2016年各面板厂商4k2k液晶电视面板出货份额 69

图表：2016年各尺寸4k2k液晶电视面板出货份额 70

图表：省级卫视的波特五力模型分析 85

图表：2016年省级卫视收视率排名出炉 93

图表：2016年各地晚间电视剧收视排行 94

图表：2014-2016年索尼公司利润表 116

图表：2014-2016年索尼公司资产负债表 117

图表：2014-2016年索尼公司现金流量表 117

图表：2014-2016年lg资产负债表 134

图表：2014-2016年lg利润表 134

图表：2014-2016年lg现金流量表 135

图表：夏普4k电视lcd-52lx960a主要参数 141

图表：2016年TCL集团主营业务分行业状况 149

图表：2016年TCL集团主营业务分地区状况 149

图表：2016年TCL集团多媒体液晶彩电业务状况 151

图表：2014-2016年TCL集团股份有限公司现金流量表 151

图表：2014-2016年TCL集团股份有限公司利润分配表 152

图表：2014-2016年TCL集团股份有限公司资产负债表 152

图表：2014-2016年TCL集团股份有限公司偿债能力分析 153

图表：2014-2016年TCL集团股份有限公司资本结构分析 153

图表：2014-2016年TCL集团股份有限公司经营效率分析 153

图表：2014-2016年TCL集团股份有限公司获利能力分析 154

图表：2014-2016年TCL集团股份有限公司发展能力分析 154

图表：2014-2016年TCL集团股份有限公司现金流量分析 155

图表：2014-2016年TCL集团股份有限公司投资收益分析 155

图表：2014-2016年四川长虹股份有限公司现金流量表 162

图表：2014-2016年四川长虹股份有限公司利润分配表 162

图表：2014-2016年四川长虹股份有限公司资产负债表 163

图表：2014-2016年四川长虹股份有限公司偿债能力分析 163

图表：2014-2016年四川长虹股份有限公司资本结构分析 164

图表：2014-2016年四川长虹股份有限公司经营效率分析 164

图表：2014-2016年四川长虹股份有限公司获利能力分析 165

图表：2014-2016年四川长虹股份有限公司发展能力分析 165

图表：2014-2016年四川长虹股份有限公司现金流量分析 166

图表：2014-2016年四川长虹股份有限公司投资收益分析 166

图表：2016年1季度康佳集团主营业务状况 173

图表：2014-2016年康佳集团股份有限公司现金流量表 174

图表：2014-2016年康佳集团股份有限公司利润分配表 174

图表：2014-2016年康佳集团股份有限公司资产负债表 175

图表：2014-2016年康佳集团股份有限公司偿债能力分析 175

图表：2014-2016年康佳集团股份有限公司资本结构分析 176

图表：2014-2016年康佳集团股份有限公司经营效率分析 176

图表：2014-2016年康佳集团股份有限公司获利能力分析 177

图表：2014-2016年康佳集团股份有限公司发展能力分析 177

图表：2014-2016年康佳集团股份有限公司现金流量分析 178

图表：2014-2016年康佳集团股份有限公司投资收益分析 178

图表：2016年1季度海信电器主营业务分析 182

图表：2014-2016年海信电器股份有限公司现金流量表 184

图表：2014-2016年海信电器股份有限公司利润分配表 184

图表：2014-2016年海信电器股份有限公司资产负债表 185

图表：2014-2016年海信电器股份有限公司偿债能力分析 185

图表：2014-2016年海信电器股份有限公司资本结构分析 186

图表：2014-2016年海信电器股份有限公司经营效率分析 186

图表：2014-2016年海信电器股份有限公司获利能力分析 187

图表：2014-2016年海信电器股份有限公司发展能力分析 187
图表：2014-2016年海信电器股份有限公司现金流量分析 188
图表：2014-2016年海信电器股份有限公司投资收益分析 188
图表：2014-2016年创维集团股份有限公司主要财务指标 194
图表：2014-2016年创维集团股份有限公司利润表 194
图表：2014-2016年创维集团股份有限公司资产负债表 195
图表：2014-2016年创维集团股份有限公司现金流量表 195
图表：2014-2016年青岛海尔股份有限公司现金流量表 203
图表：2014-2016年青岛海尔股份有限公司利润分配表 203
图表：2014-2016年青岛海尔股份有限公司资产负债表 204
图表：2014-2016年青岛海尔股份有限公司偿债能力分析 204
图表：2014-2016年青岛海尔股份有限公司资本结构分析 205
图表：2014-2016年青岛海尔股份有限公司经营效率分析 205
图表：2014-2016年青岛海尔股份有限公司获利能力分析 206
图表：2014-2016年青岛海尔股份有限公司发展能力分析 206
图表：2014-2016年青岛海尔股份有限公司现金流量分析 207
图表：2014-2016年青岛海尔股份有限公司投资收益分析 207
图表：2013-2016年中国gdp及增长率 261
图表：2013-2016年中国人均gdp及增长率 261
图表：2013-2016年中国居民消费价格指数 264
图表：2016年中国居民消费价格水平 265
图表：2010-2016年中国城镇居民人均总收入及增长 266
图表：2010-2016年中国城镇居民人均可支配收入及增长 267
图表：2016年固定资产投资到位资金情况 268
图表：2010-2016年中国固定资产投资及增长 271
图表：2013-2016年中国进出口总额及增长 272
图表：历年中国大学毕业生数量 285
图表：区域发展投资调研流程图 317
图表：区域swot战略分析图 319

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/28500/>

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。