



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国会议电视产品 行业市场发展现状调研及投资趋 势前景报告

一、调研说明

《2018-2024年中国会议电视产品行业市场发展现状调研及投资趋势前景报告》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/292100.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

报告目录：

第一章 2017年中国会议电视产品行业整体局势发展综述 24

第一节 中国会议电视产品行业发展形势情况 24

一、中国会议电视产品行业发展周期 24

二、中国会议电视产品行业产业链分析 27

三、中国会议电视产品行业发展swotw分析 28

第二节 近几年中国会议电视产品行业运行状况研究 29

一、2012-2017年中国会议电视产品行业产量统计 29

二、2012-2017年中国会议电视产品行业需求量走势 31

三、2012-2017年中国会议电视产品行业进出口分析 32

四、2012-2017年中国行业整体供需状况 32

第二章 2015-2017年当前经济形势对行业发展环境的影响 34

第一节 2015-2017年中国会议电视产品行业经济环境展望 34

一、2017年中国国民经济分析 34

二、2017年中国固定资产投资情况分析 35

三、2017年中国恩格尔系数分析 37

四、2018-2024年中国宏观经济发展预测 37

第二节 中国会议电视产品行业社会环境分析 41

一、居民消费水平分析 41

二、城镇人员从业状况 46

第三节 中国会议电视产品行业政策法规解读 47

一、产业振兴规划 47

二、产业发展规划 49

三、行业标准政策 49

四、市场应用政策 50

五、财政税收政策 51

第四节 中国会议电视产品行业国际贸易环境研究 52

第五节 当前经济形势对行业发展环境的影响 52

第三章 2012-2017年中国会议电视产品行业数据情报跟踪监测 54

第一节 2012-2017年中国会议电视产品行业规模分析 54

一、企业数量增长分析	54
二、从业人数增长分析	54
三、资产规模增长分析	55
第二节 2017年中国会议电视产品行业结构分析	56
一、企业数量结构分析	56
(一)、不同类型分析	56
(二)、不同所有制分析	57
二、销售收入结构分析	58
(一)、不同类型分析	58
(二)、不同所有制分析	58
第三节 2012-2017年中国我国会议电视产品行业产值分析	59
一、产成品增长分析	59
二、工业销售产值分析	60
三、出货值分析	61
第四节 2012-2017年中国我国会议电视产品行业成本费用分析	62
一、销售成本统计	62
二、费用统计	63
第五节 2012-2017年中国我国会议电视产品行业盈利能力分析	64
一、主要盈利指标分析	64
二、主要盈利能力指标分析	65
第四章 2018-2024年中国会议电视产品行业区域市场需求状况预测	67
第一节 2018-2024年华北地区会议电视产品市场需求状况	67
一、2017年行业发展现状分析	67
二、2017年市场规模情况分析	68
三、2017年市场需求情况	68
四、2018-2024年会议电视产品行业发展前景预测	69
第二节 2018-2024年东北地区会议电视产品市场规模研究	70
一、2017年会议电视产品行业发展现状	70
二、2017年市场规模情况分析	70
三、2017年市场需求情况	71
四、2018-2024年会议电视产品行业发展前景预测	72
第三节 2018-2024年华东地区会议电视产品行业前景展望	73

- 一、2017年 会议电视产品行业发展回顾 73
- 二、2017年 市场规模情况分析 73
- 三、2017年 市场需求情况 74
- 四、2018-2024年会议电视产品行业发展前景预测 75
- 第四节2018-2024年华南地区会议电视产品市场需求预测 76
 - 一、2017年 会议电视产品行业发展局势分析 76
 - 二、2017年 市场规模情况分析 76
 - 三、2017年 市场需求格局 77
 - 四、2018-2024年会议电视产品行业发展前景预测 78
- 第五节2018-2024年华中地区会议电视产品行业发展潜力分析 78
 - 一、2017年 会议电视产品行业发展情况 78
 - 二、2017年 市场规模研究 79
 - 三、2017年 市场需求情况 80
 - 四、2018-2024年会议电视产品行业发展前景预测 81
- 第六节2018-2024年西南地区会议电视产品市场规模预测 81
 - 一、2017年 会议电视产品行业发展形势 81
 - 二、2017年 市场规模情况 82
 - 三、2017年 市场需求预测 83
 - 四、2018-2024年会议电视产品行业发展前景预测 84
- 第七节2018-2024年西北地区会议电视产品行业发展预测 85
 - 一、2017年 会议电视产品行业发展现状分析 85
 - 二、2017年 市场规模情况分析 85
 - 三、2017年 会议电视产品行业市场需求状况 86
 - 四、2018-2024年会议电视产品行业发展前景预测 87
- 第五章 2012-2017年 中国会议电视产品行业成本费用统计分析 88
 - 第一节2012-2017年 会议电视产品行业产品销售成本分析 88
 - 一、2012-2017年 会议电视产品行业销售成本总额分析 88
 - 二、不同规模企业销售成本比较分析 89
 - 三、不同所有制企业销售成本比较分析 90
 - 第二节2012-2017年 会议电视产品行业营业费用分析 90
 - 一、2012-2017年 会议电视产品行业营业费用总额分析 90
 - 二、不同规模企业营业费用比较分析 91

三、不同所有制企业营业费用比较分析	92
第三节2012-2017年 会议电视产品行业管理费用分析	92
一、2012-2017年 会议电视产品行业管理费用总额分析	92
二、不同规模企业管理费用比较分析	93
三、不同所有制企业管理费用比较分析	94
第四节2012-2017年 会议电视产品行业财务费用分析	94
一、2012-2017年 会议电视产品行业财务费用总额分析	94
二、不同规模企业财务费用比较分析	95
三、不同所有制企业财务费用比较分析	96
第六章 中国会议电视产品产业市场营销策略竞争深度研究	97
第一节 不同规模企业市场营销策略竞争分析	97
一、不同规模企业市场产品策略	97
二、不同规模企业市场渠道策略	97
三、不同规模企业市场价格策略	99
四、不同规模企业广告媒体策略	99
五、不同规模企业客户服务策略	104
第二节 不同所有制企业市场营销策略竞争分析	105
一、不同所有制企业市场产品策略	105
二、不同所有制企业市场渠道策略	106
三、不同所有制企业市场价格策略	107
四、不同所有制企业广告媒体策略	108
五、不同所有制企业客户服务策略	108
第三节 不同规模企业/所有制企业市场营销策略专家观点	109
第七章2017年 中国会议电视产品行业营销策略和销售渠道考察	111
第一节 中国会议电视产品行业目前主要营销渠道分析	111
第二节 中国会议电视产品行业重点企业营销策略	114
第三节 中国会议电视产品行业产品营销策略建议	116
一、产品功效优先策略	116
二、产品品牌提升策略	116
三、产品价格杠杆策略	117
四、产品媒体组合策略	117
五、产品个性推介策略	119

六、产品层次营销策略	119
第四节 中国会议电视产品行业营销渠道变革专家研究	119
一、会议电视产品行业营销渠道新理念	119
二、会议电视产品行业渠道管理新发展	121
三、当前中国中小企业的外部营销环境	123
四、中小企业营销渠道存在的问题和不足	124
第五节 中国会议电视产品行业营销渠道发展趋势点评	126
一、营销渠道结构扁平化	126
二、营销渠道终端个性化	127
三、营销渠道关系互动化	127
四、营销渠道商品多样化	130
第八章2017年 中国会议电视产品行业需求用户调研结果	132
第一节2017年 会议电视产品行业用户认知程度分析	132
一、不同收入用户认知程度分析	132
二、不同年龄用户认知程度分析	132
三、不同地区用户认知程度分析	132
四、不同学历用户认知程度分析	133
第二节2017年 中国会议电视产品行业用户需求特点	133
一、不同收入用户需求特点分析	133
二、不同年龄用户需求特点分析	133
三、不同地区用户需求特点分析	134
四、不同学历用户需求特点分析	134
第三节2017年 中国会议电视产品行业用户关注因素分析	134
一、功能多样性	134
二、质量可靠性	136
三、价格合理性	137
四、外型美观性	137
五、服务便捷性	137
第四节2017年 会议电视产品行业其它用户特征分析	138
第九章 2017年 中国会议电视产品行业整体竞争格局形势剖析	140
第一节 2017年 中国会议电视产品行业集中度分析	140
一、行业集中度分析	140

二、不同所有制企业市场份额调查	141
三、不同规模企业市场份额调查	141
四、不同类型市场主要企业分析	142
第二节2017年中国区域竞争格局深度剖析	143
一、主要生产区域	143
二、主要消费区域	144
三、主要产销区市场对接分析	145
第三节2017年中国会议电视产品行业与替代品行业市场占有率分析	146
第四节2018-2024年中国会议电视产品行业市场竞争趋势预测	146
第十章2017年中国会议电视产品标杆企业竞争力指标分析	149
第一节 华为技术有限公司	149
一、企业发展概况	149
二、企业主要经济指标分析	150
三、企业盈利能力分析	151
四、企业偿债能力分析	152
五、企业运营能力分析	154
六、企业成长能力分析	156
第二节 朗新科技股份有限公司	157
一、企业发展概况	157
二、企业主要经济指标分析	158
三、企业盈利能力分析	159
四、企业偿债能力分析	160
五、企业运营能力分析	162
六、企业成长能力分析	164
第三节 沈阳金海洲数码有限公司	165
一、企业发展概况	165
二、企业主要经济指标分析	165
三、企业盈利能力分析	166
四、企业偿债能力分析	167
五、企业运营能力分析	169
六、企业成长能力分析	171
第四节 朗景信息技术有限公司	172

一、企业发展概况	172
二、企业主要经济指标分析	172
三、企业盈利能力分析	173
四、企业偿债能力分析	174
五、企业运营能力分析	176
六、企业成长能力分析	178
第五节 厦门音视频会议系统工程有限公司	179
一、企业发展概况	179
二、企业主要经济指标分析	179
三、企业盈利能力分析	179
四、企业偿债能力分析	180
五、企业运营能力分析	182
六、企业成长能力分析	184
第十一章 2018-2024年中国会议电视产品行业市场盈利预测与投资潜力	186
第一节 2018-2024年中国会议电视产品行业重点企业投资行为研究	186
第二节 2018-2024年中国会议电视产品行业市场规模预测	188
第三节 2018-2024年中国会议电视产品行业盈利水平分析	189
第四节 2018-2024年中国会议电视产品投资机会分析	191
一、细分市场机会	191
二、新进入者投资机会	192
三、产业链投资机会	195
第五节 2018-2024年中国会议电视产品总体机会专家评价	196
第十二章 2018-2024年中国会议电视产品行业前景展望及对策分析	198
第一节 2018-2024年中国会议电视产品行业发展前景展望	198
一、会议电视产品行业市场发展前景分析	198
二、会议电视产品行业市场蕴藏的商机探讨	199
三、会议电视产品行业"十三五"规划解读	200
第二节 2018-2024年中国行业发展对策研究	201
一、把握国家投资的契机	201
二、竞争性战略联盟的实施	201
三、市场重点客户战略实施	202
第十三章 2018-2024年中国会议电视产品产业未来发展预测及投资风险	205

第一节 当前行业存在的问题解决	205
第二节 中国会议电视产品行业发展预测与投资前景	205
第三节 中国会议电视产品产业投资风险	206
一、政策风险	206
二、技术风险	206
三、市场风险	206
四、财务风险	207
五、经营管理风险	207
第四节 当前经济不景气环境下会议电视产品企业防范措施及策略	208
第十四章 2018-2024年中国会议电视产品行业投资风险策略探讨	209
第一节 产品定位与定价	209
第二节 成本控制建议	211
第三节 技术创新研究	212
第四节 投资策略解析	215
第五节 如何应对当前经济形势	217
第十五章 项目投资注意事项(专家点评)	219
第一节 中国会议电视产品行业投资环境考察	219
一、经济因素	219
二、政策因素	220
三、人口因素	221
四、社会发展因素	221
第二节 中国会议电视产品行业投资风险控制策略	221
一、行业投资风险控制及策略研究	221
二、建立健全投资风险预警机制	223
三、建立完善的质量管理体系(提高产品市场竞争力)	227
四、建立健全企业内控机制(降低投资风险的可能性)	230
第三节 会议电视产品行业技术应用注意事项	235
第四节 会议电视产品行业项目投资注意事项	236
一、注意选择好项目实施团队	236
二、注意对项目的前期分析	237
三、注意与企业现有产业相衔接	237
四、注意与所在地区产业相连接	237

- 五、注意与现有营销体系相连接 238
- 六、注意对项目投资总额的控制 238
- 第五节 会议电视产品行业生产开发注意事项 239
 - 一、产品开发与品牌路线相吻合，战线统一 239
 - 二、开发新产品要差异化，拥有个性 239
 - 三、注产现场管理，精益化生产 242
- 第六节 会议电视产品行业销售注意事项 244

图表目录：

- 图表 1 我国会议电视产品行业所处生命周期示意图 24
- 图表 2 行业生命周期、战略及其特征 25
- 图表 3 2012-2017年 我国会议电视产品行业工业销售产值及增长对比 29
- 图表 4 2012-2017年 我国会议电视产品行业销售收入及增长对比 31
- 图表 5 2004年ii季度-2017年2季度国内生产总值季度累计同比增长率（%） 34
- 图表 6 2004年-2017年 下图未显示数据固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%） 35
- 图表 7 2004年-2017年社会消费品零售总额月度同比增长率（%） 41
- 图表 8 2017年居民消费价格主要数据 42
- 图表 9 2004年-2017年居民消费价格指数（上年同月=100） 44
- 图表 10 2012-2017年 我国会议电视产品行业规模企业个数 54
- 图表 11 2012-2017年 我国会议电视产品行业从业人员 54
- 图表 12 2012-2017年 我国会议电视产品行业资产合计及增长情况 55
- 图表 13 2012-2017年 我国会议电视产品行业资产合计及增长对比 55
- 图表 14 2015-2017年我国会议电视产品行业不同规模企业数量对比 56
- 图表 15 2015-2017年我国会议电视产品行业不同所有制企业数量对比 57
- 图表 16 2015-2017年我国会议电视产品行业不同规模企业销售收入对比 58
- 图表 17 2015-2017年我国会议电视产品行业不同所有制企业销售收入对比 58
- 图表 18 2012-2017年 我国会议电视产品行业产成品及增长情况 59
- 图表 19 2012-2017年 我国会议电视产品行业产成品及增长对比 59
- 图表 20 2012-2017年 我国会议电视产品行业工业销售产值及增长情况 60
- 图表 21 2012-2017年 我国会议电视产品行业工业销售产值及增长对比 60
- 图表 22 2012-2017年 我国会议电视产品行业出货值及增长情况 61
- 图表 23 2012-2017年 我国会议电视产品行业出货值及增长对比 61

图表 24 2012-2017年 我国会议电视产品行业主营业务成本及增长情况	62
图表 25 2012-2017年 我国会议电视产品行业主营业务成本及增长对比	62
图表 26 2012-2017年 我国会议电视产品行业营业费用及增长情况	63
图表 27 2012-2017年 我国会议电视产品行业营业费用及增长对比	63
图表 28 2012-2017年 我国会议电视产品行业利润总额及增长情况	64
图表 29 2012-2017年 我国会议电视产品行业利润总额及增长对比	64
图表 30 2012-2017年 我国会议电视产品行业销售收入及增长情况	65
图表 31 2012-2017年 我国会议电视产品行业销售收入及增长对比	65

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/292100.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。