



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009年中国家庭影院市场分析及 投资前景预测报告

## 一、调研说明

《2009年中国家庭影院市场分析及投资前景预测报告》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/29469.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

### 目录

#### 第一章 家庭影院的相关概述

##### 一、家庭影院的介绍

- (一) 家庭影院的定义
- (二) 家庭影院的特点
- (三) 家庭影院的空间规律
- (四) 家庭影院放声系统的多模式介绍

##### 二、家庭影院技术的概述

- (一) 家庭影院的四种主要技术
- (二) 无线家庭影院技术
- (三) 虚拟环绕声技术

#### 第二章 2008年中国家庭影院市场发展环境

##### 一、2008年中国经济发展环境

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

##### 二、2008年中国家庭影院市场发展政治环境

- (一) 《高密度激光视盘系统技术规范》颁布
- (二) 国家广电总局称有线电视数字化将分四阶段
- (三) 国家数字电视标准出台缓慢85项标准仅6项获批

##### 三、2008年中国家庭影院市场发展社会环境

- (一) 中国居民生活水平提高
- (二) 中国家庭住房条件的改善

##### 四、2008年中国家庭影院市场发展技术环境

- (一) EVD技术对家庭影院的影响
- (二) 蓝光光盘技术对家庭影院的影响
- (三) DVD相关技术的近期发展
- (四) 家庭影院环绕声技术

### 第三章 2008年中国家庭影院市场发展态势

#### 一、2008年国外家庭影院市场概况

- (一) 全球家庭影院市场概况
- (二) DVD带动美国家庭影院系统销量节节攀升
- (三) 日本DVD普及情况
- (四) 德国家庭影院市场看好
- (五) 全球家庭影院市场发展的启示

#### 二、2008年中国家庭影院市场发展概要

- (一) 家庭影院市场需求保持增长态势，国内仍拥有巨大潜在市场
- (二) 品牌集中度有所提高，品牌竞争日益加剧
- (三) 产品线不断丰富化，产品个性化、时尚化、小型化特征越来越明显
- (四) 价格继续呈现下降趋势，中低端市场竞争激烈
- (五) 销售渠道多元化，特许经营迅速扩张

#### 三、2008年中国家庭影院市场品牌

- (一) 国内家庭影院专业品牌三强出炉
- (二) 中国居民家庭影院产品品牌偏好解析
- (三) 中国家庭影院的品牌之争日益激烈

#### 四、2008年中国家庭影院市场存在的问题

- (一) 品牌良莠不齐导致缺乏全球市场竞争能力
- (二) 核心技术受制于人难免一直处于被动状态
- (三) 市场秩序混乱致使行业产品出现“鱼龙混杂”的局面

#### 五、2008年中国家庭影院发展制约因素

- (一) 家庭影院概念在中国消费者中尚未形成统一的认知标准
- (二) 家庭影院整体价格过高
- (三) 家庭影院的主要配套产品迫切需要发展
- (四) 广告的作用被忽略

### 第四章 2008年中国家庭影院子行业的发展态势——彩电

#### 一、2008年中国彩电行业发展概况

- (一) 中国彩电行业进入转型升级新阶段
- (二) 中国彩电行业整体业绩稳中有升
- (三) 中国彩电行业发展综述

## 二、2008年中国彩电市场发展状态

- (一) 中国彩电市场的现状
- (二) 中国彩电市场迈入新品并行时期
- (三) 中国彩电市场规模与结构

## 三、2008年中国平板电视市场的发展形势

- (一) 中国平板电视消费迈入普及期
- (二) 中国平板电视城市消费者需求
- (三) 中国平板电视向二三级市场迈进

## 四、2008年中国彩电的出口态势

- (一) 中国彩电出口势头不减
- (二) 中国彩电出口的特点
- (三) 中国彩电出口结构升级风险增加
- (四) 中国彩电出口亟需树立科学的发展观
- (五) 中国彩电扩大出口的方法

## 五、2008年中国彩电行业存在的问题及对策

- (一) 影响中国彩电发展的六大因素
- (二) 中国彩电产业已经"高危"政策密集抵抗技术密集
- (三) 中国彩电产业加快产品创新的问题及对策
- (四) 中国彩电屡遭反倾销的原因及对策
- (五) 技术创新和工业设计是中国彩电突围的必由之路
- (六) 中国彩电企业应对库存的策略

## 第五章 2008年中国家庭影院子行业的发展态势——音响

### 一、2008年中国音响行业的发展概况

- (一) 中国音响产业的发展历程及回顾
- (二) 音响行业进入品牌竞合时代
- (三) 中国专业音响产业发展的影响因素
- (四) 中国大陆专业音响的波特模型及SWOT模型
- (五) 中国民用音响企业战略转型行为浅析

### 二、2008年中国音响市场状态

- (一) 中国家庭影院音响市场供需透析
- (二) 中国音响市场品牌集中度不断提高

(三) 中国音响市场冰火两重天

### 三、2008年中国音响行业存在的问题

(一) 中国音响产业特许经营存在的四大问题

(二) 中国音响市场先天性缺钙企业面临危机

(三) 中国音响行业展览及设备制造的怪状

### 四、2008年中国音响行业的发展对策

(一) 中国音响行业应改变观念应对生存危机

(二) 打造中国音响品牌的注意事项

(三) 中国音响成为全球名牌的三条路

(四) 出口远洋是中国音响产业发展的新道路

## 第六章 2008年中国家庭影院子行业的发展态势——影碟机

### 一、2008年中国影碟机市场的总体概况

(一) 中国影碟机市场的特点

(二) 中国影碟机市场的博弈

(三) 韩流本土化袭击中国影碟机市场

### 二、2008年中国影碟机市场发展状况

(一) 中国DVD影碟机市场的供需

(二) 中国DVD影碟机市场的发展特点

### 三、2008年中国影碟机发展存在的问题

(一) 制约中国影碟机市场发展的四个因素

(二) 中国影碟机产业面临的突出问题

(三) 中国DVD播放机走在三岔路口上

(四) 中国影碟机存在的技术难题

### 四、2008年中国影碟机的发展对策

(一) 中国影碟机发展的三点建议

(二) 中国影碟机的众厂商应团结

(三) 中国影碟机发生嬗变谋求产业扩展

## 第七章 2008年中国家庭影院子行业的发展态势——音箱

### 一、音箱的相关概述

(一) 音箱的定义

(二) 音箱的分类

(三) 音箱的性能指标

(四) 音箱的分频网络

## 二、2008年中国音箱市场的发展

(一) 中国音箱市场的关注度及价格

(二) 中国多媒体音箱市场

## 第八章 2008年中国家庭影院子行业的发展态势——投影机

### 一、2008年中国投影机行业的发展概述

(一) 中国投影机产业概况

(二) 投影机功能的发展

(三) 家庭影院投影机的六大技术特征

(四) 家用投影机的优势

### 二、2008年中国投影机市场发展局势

(一) 中国投影机市场概况

(二) 中国投影机市场用户关注度

### 三、2008年中国投影机市场竞争

(一) 中国投影机的市场竞争加剧

(二) 服务及品质监控成为投影机竞争的新热点

(三) 中国投影机在竞争中的不足与危机

(四) 中国投影机的竞争优势

### 四、2008年中国投影机面临的问题及对策

(一) 中国投影机市场虚标性能参数成风需统一规范

(二) 阻碍家用投影机成为热点的因素

(三) 中国投影机的正确出路

(四) 中国家庭影院投影市场的发展"选择"

## 第九章 2008年中国家庭影院市场消费者调研

### 一、2008年中国家庭影院消费者心理

(一) 不同年龄消费者心理

(二) 不同性别消费者心理

(三) 不同收入层次消费者心理

## 二、2008年中国家庭影院消费者行为

- (一) 不同类型消费者对产品类型的选择
- (二) 不同类型消费者对产品价格的选择

## 三、2008年影响中国家庭影院消费者购买行为的因素

- (一) 品牌
- (二) 价格
- (三) 购买便利性
- (四) 售后服务

## 第十章 2008年中国家庭影院行业竞争格局剖析

### 一、2008年中国家庭影院品牌阵营

- (一) 专业品牌——爱浪、CAV、威莱、先驱
- (二) 国内影碟机品牌——步步高、新科、TCL、厦新、万利达为代表的多元化厂家
- (三) 其他品牌

### 二、2008年中国家庭影院竞争格局

- (一) 市场藩篱打破
- (二) 洋土品牌大比拼
- (三) 家庭影院进入品牌竞争时代
- (四) 真假品牌大战
- (五) 组装家庭影院与套装家庭影院的竞争
- (六) 不同的市场理念

### 三、2008年中国家庭影院行业竞争特点

- (一) 品牌
- (二) 产品
- (三) 价格
- (四) 营销渠道

## 第十一章 中国家庭影院重点企业

### 一、创维

- (一) 公司简介
- (二) 技术创新推动创维彩电价格高



(三) 创维成功突围的秘诀

## 二、TCL

(一) 公司简介

(二) TCL引领中国彩电业回归价值战

(三) TCL彩电退出欧洲市场全球化道路曲折

(五) TCL彩电设计创新增强全球竞争力

## 三、CAV丽声

(一) 公司简介

(二) CAV丽声的成功之道

(三) CAV引领音响消费品牌化

(四) CAV音响的文化营销概述

## 四、爱浪

(一) 公司简介

(二) 爱浪音响进入专业音响市场

(三) 爱浪实施影音一体化

## 五、威莱

(一) 公司简介

(二) 威莱数码音响市场营销方案

(三) 威莱音响的成功之道

## 六、步步高

(一) 公司简介

(二) 步步高从5万到20亿的成功秘诀及公司展望

(三) 步步高平板影院成为中国市场的新热点

(四) 步步高公司的竞争策略

(五) 步步高公司推出音翔引擎家庭影院迈向智能化

## 七、万利达

(一) 公司简介

(二) 万利达集团的"升级电视"引领市场新思潮

(三) 创新成就万利达集团的六大产业群

(四) 万利达集团转型盯上液晶电视

- 一、2009-2012年中国家庭影院的发展预测
  - (一) 融合型家庭影院将主导中国视听产品的消费
  - (二) 中国家庭影院市场的未来观望
- 二、2009-2012年中国家庭影院产品的前景预测
  - (一) 中国彩电市场的前景展望
  - (二) 中国电子音响的发展方向
  - (三) 中国DVD影碟机市场发展趋势
- 三、2009-2012年中国家庭影院投资背景
  - (一) A标出台各大企业抢家庭影院大蛋糕
  - (二) 中国家庭影院市场悄然变局
  - (三) 中国家庭影院市场进入新一轮的洗牌
  - (四) 家庭影院成为众厂商争夺的重点
- 四、2009-2012年中国家庭影院投资机会
  - (一) 中国电子产品走俏家庭影院市场潜力大
  - (二) 低音炮家庭影院成为家庭新宠
  - (三) 中国迷你家庭影院市场发展迅速
  - (四) TI新型数字放大器为家庭影院助力
- 五、2009-2012年中国家庭影院投资风险
  - (一) 中国家庭影院市场扑朔迷离
  - (二) 中国家庭影院产品消费者与厂商的错位
  - (三) 中国影碟机的市场投资风险
  - (三) 金融危机对中国家庭影院的影响
- 六、2009-2012年中国家庭影院投资建议
  - (一) 彩电企业打开农村彩电市场的策略
  - (二) 音响企业应在生存中求思变
  - (三) 音箱厂商取胜的策略
  - (四) 影碟机企业闯出重围打开市场的方法

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/29469.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](http://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。