



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2006中国数字生活消费需求调查报告-平板电视篇(全套六册)

## 一、调研说明

《2006中国数字生活消费需求调查报告-平板电视篇(全套六册)》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/40334.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

1月31日前订购此报告可以享受2折优惠

中国政府除宣示在2008年以数字讯号向全球转播奥运节目，相关数字化政策时程亦将2010年数字电视节目全面开播、2015年全面停止模拟电视转播列为长程目标。在后续十年内，将目前全国家庭电视机（数量约为3.4亿台）转换成数字电视，预估每年将有10%的模拟电视机被数字电视机所取代，将带来至少1,000亿元人民币（以每台电视人民币5,000元计算）的消费需求。显而易见地，这绝对是一个价值千万亿元的巨大市场，也必定为数字电视产业带来新的契机。面对这波即将席卷中国大陆的电视换机潮，MIC在2005年版的调查报告即开始以北京、上海、广深等中国大型都会城市的消费者对大尺寸数字电视的需求为核心，建构中国消费者的数字生活型态。今年，MIC又推出「2006中国数字生活消费需求调查报告—平板电视篇」，除了持续针对北京、上海、广州等大型都会区进行消费者调查，更特别新增成都、沈阳等二级城市做为调查区域，以了解二级城市与一级城市的差别，更有助于决策制定的参考。

2006中国数字生活消费需求调查报告让您在前进中国市场时，深入了解个人与家庭对数字影音产品的潜在需求，掌控最佳商机。本调查报告中揭露中国消费者选购理想家庭数字影音产品的心理面向，更深入剖析其对数字产品、服务及品牌的需求与体认，分析中国一级城市以及二级城市数字家庭影音产品市场特性与潜力，主要内容涵盖：平板电视购买者的消费需求、购买决策历程、购买者对价格与品牌认知、平板电视产品的认知、购买通路的分析、消费者的生活形态、数字家庭产品市场特性和潜力分析。

为了让此次调查研究的精准度更加显著，本研究亦根据市场变化筛选受访者，锁定的目标消费者必须拥有高度购买意愿与足够的消费财力，并具备主动积极搜寻平板电视产品的相关信息，加以对市场行情的深入了解，加以筛选，以达最具效益的样本接触。本调查研究以华北、华中、华南三大地区代表性都市：北京、上海、广州，以及西南地区及东北地区的代表性都市：成都、沈阳，做完整的大尺寸平板电视消费者需求调查。分别以产品购买群体的年龄、家庭月收入，购买产品类别等三个影响购买之重要变量进行样本分群，并从不同的面向作深而广的切入，为您建构中国大陆数字生活趋势，与消费群体市场区隔的利基。本研究调查收录了超过2,000张图表，勾勒出目标消费者对产品、品牌与行销通路的偏好，详细地建构

出中国大陆最具代表性的平板电视消费群体的购买型态。

MIC为了维持调查研究的高度精确性，与全球前十大市调公司合作，取得高准确性与可信度的数字数据，让内容更臻完备，给予您更详尽精准的市场分析数据与服务，让您在经营市场上立于不败之地。

本报告共六册，分别对北京、上海、广州、沈阳、成都进行了深入的平板电视消费者调查与分析，对中国的消费者进行汇总分析。

## 第一章 研究设计与样本分布

### 1.1 研究设计

### 1.2 样本分布

### 1.3 样本分群分析

## 第二章 中国调查结果分析

### 2.1 购买决策历程

### 2.2 价格认知

### 2.3 产品认知

### 2.4 品牌认知

### 2.5 生活型态

### 2.6 样本基本数据

## 第三章 北京地区调查结果分析

### 3.1 购买决策历程

### 3.2 价格认知

### 3.3 产品认知

### 3.4 品牌认知

### 3.5 生活型态

### 3.6 样本基本数据

## 第四章 上海地区调查结果分析

### 4.1 购买决策历程

### 4.2 价格认知

### 4.3 产品认知

### 4.4 品牌认知

### 4.5 生活型态

### 4.6 样本基本数据

## 第五章 广州地区调查结果分析

### 5.1 购买决策历程

### 5.2 价格认知

### 5.3 产品认知

### 5.4 品牌认知

### 5.5 生活型态

### 5.6 样本基本数据

## 第六章 成都地区调查结果分析

### 6.1 购买决策历程

### 6.2 价格认知

### 6.3 产品认知

### 6.4 品牌认知

### 6.5 生活型态

### 6.6 样本基本数据

## 第七章 沈阳地区调查结果分析

### 7.1 购买决策历程

### 7.2 价格认知

### 7.3 产品认知

### 7.4 品牌认知

### 7.5 生活型态

### 7.6 样本基本数据

## 第八章 研究方法介绍与样本分析

## 第九章 中国数字家庭产品调查结果分析

- 9.1 数字家庭产品或服务普及率
- 9.2 数字家庭产品或服务知名度
- 9.3 目标潜在消费者之比例
- 9.4 数字家庭产品或服务之感兴趣程度
- 9.5 数字家庭产品或服务之购买意愿
- 9.6 3C 相关的产品或服务的购买地点
- 9.7 3C 相关产品或服务的购买地点之考虑因素

## 第十章 北京地区数字家庭产品调查结果分析

- 10.1 数字家庭产品或服务普及率
- 10.2 数字家庭产品或服务知名度
- 10.3 目标潜在消费者之比例
- 10.4 数字家庭产品或服务之感兴趣程度
- 10.5 数字家庭产品或服务之购买意愿
- 10.6 3C 相关的产品或服务的购买地点
- 10.7 3C 相关产品或服务的购买地点之考虑因素

## 第十一章 上海地区数字家庭产品调查结果分析

- 11.1 数字家庭产品或服务普及率
- 11.2 数字家庭产品或服务知名度
- 11.3 目标潜在消费者之比例
- 11.4 数字家庭产品或服务之感兴趣程度
- 11.5 数字家庭产品或服务之购买意愿
- 11.6 3C 相关的产品或服务的购买地点
- 11.7 3C 相关产品或服务的购买地点之考虑因素

## 第十二章 广州地区数字家庭产品调查结果分析

- 12.1 数字家庭产品或服务普及率
- 12.2 数字家庭产品或服务知名度

12.3 目标潜在消费者之比例

12.4 数字家庭产品或服务之感兴趣程度

12.5 数字家庭产品或服务之购买意愿

12.6 3C 相关的产品或服务的购买地点

12.7 3C 相关产品或服务的购买地点之考虑因素

### 第十三章 成都地区数字家庭产品调查结果分析

13.1 数字家庭产品或服务普及率

13.2 数字家庭产品或服务知名度

13.3 目标潜在消费者之比例

13.4 数字家庭产品或服务之感兴趣程度

13.5 数字家庭产品或服务之购买意愿

13.6 3C 相关的产品或服务的购买地点

13.7 3C 相关产品或服务的购买地点之考虑因素

### 第十四章 沈阳地区数字家庭产品调查结果分析

14.1 数字家庭产品或服务普及率

14.2 数字家庭产品或服务知名度

14.3 目标潜在消费者之比例

14.4 数字家庭产品或服务之感兴趣程度

14.5 数字家庭产品或服务之购买意愿

14.6 3C 相关的产品或服务的购买地点 14.7 3C 相关产品或服务的购买地点之考虑因素

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/40334.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。