



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007-2008年中国电视机行业研究年度报告（可按客户需求定制）

一、调研说明

《2007-2008年中国电视机行业研究年度报告（可按客户需求定制）》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/42132.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

2006年，业内外盼望已久的高清数字电视国家标准经过信息产业部的审批，得以正式公布。此次公布的与数字电视相关的标准包括《数字电视接收设备术语》等，多达25项，高清数字电视显示器有了统一的技术标准。此举对规范高清数字电视市场、维护消费者的利益、促进我国数字电视产业健康发展有着非常重要的现实意义。此外，2007年3月出台的《电子信息产品污染控制标识要求》规定给电视机行业企业带来不小的成本压力，此前没有出口业务的企业将遭遇“转型”难题。

2004年以来，CRT电视的生存空间越来越小。不仅销量锐减，而且其在所有彩电的市场占有率也迅速下降了一半，而以液晶和等离子为代表的平板电视在一、二级市场迅速普及，逐渐成为彩电销售市场的主力军，尤其是液晶电视销量更是呈爆发式增长。

高清数字电视相应标准的出台实施和推广，促进了高清平板电视的消费，高清、大尺寸成为中国平板电视消费市场需求两大主流趋势。同时，随着消费市场对于高清电视产品的认知程度的提示，高清概念已经深入人心。2008年我国将使用高清信号为世界传输奥运节目，这也成为数字高清电视进一步在消费市场中普及的催化剂。

2008年到来后，数字电视地面传输标准的正式公布，以及信息产业部数字电视接收终端设备行业标准在2007年1月1日正式实施，彩电市场迎来了历史性机遇。电视正朝着数字化方向发展。而伴随着电视数字化进程的加快及网络技术的快速发展，必然使电视向双向交互式、网络化方向发展。

【 目录 】

一、行业简介 8

(一) 行业定义及范围界定 8

1、行业界定及分类 8

2、产业链 9

(二) 发展历史回顾 10

- 1、国产品牌涌现（1982-1985年） 10
- 2、松下、东芝等日本品牌占据绝对优势地位（1986-1992年） 10
- 3、国内品牌大反攻（1993-1998年） 10
- 4、洋品牌反扑高端（1990-2001年） 11
- 5、土洋品牌全面竞争（2002-今） 11

二、宏观环境分析 12

（一）政策法律分析 12

- 1、我国高清电视产业政策 12
- 2、八部委发公告禁用再生显像管做电视机 13
- 3、平板电视机安装服务标准出台 13
- 4、电子信息产品污染控制标识要求3月实施 14

（二）经济分析 15

- 1、经济增长 15
- 2、城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 15
- 3、城镇人员就业状况 16
- 4、存贷款利率变化 17
- 5、财政收支状况 19
- 6、人民币汇率变化 21

（三）技术分析 21

- 1、我国电视机技术发展历程 21
- 2、电视机技术发展趋势 24

（四）社会分析 24

- 1、人口规模分析 24
- 2、年龄结构分析 25
- 3、学历结构分析 25

三、市场分析 27

（一）市场规模 27

（二）产品结构 28

（三）市场结构 29

（四）品牌市场结构 30

（五）消费特征 34

- 1、预期购买平板电视比重迅速攀升 34
- 2、购买平板电视中等收入家庭比重增加 34
- 3、近两年平板电视价格平均降幅45%，中小尺寸贴近普通消费 35
- 4、小尺寸平板电视将逐渐退出市场 36
- 5、平板电视消费热潮带动传统渠道回升 37
- 6、消费者购买平板电视始终不变的四大关注因素 38

（六）市场特征 39

四、市场竞争分析 41

（一）集中度分析 41

- 1、电视机行业集中度 41
- 2、集中度状态描述及趋势 42

（二）价值链分析 42

（三）行业生命周期分析 43

五、主要厂商分析 45

（一）TCL王牌电器（惠州）有限公司 45

- 1、公司简介 45
- 2、近期动态 45
- 3、经营分析 45
- 4、财务分析 47

（二）四川长虹电器股份有限公司 49

- 1、公司简介 50
- 2、经营分析 50
- 3、财务分析 52

（三）青岛海信电器股份有限公司 54

- 1、公司简介 55
- 2、经营分析 55
- 3、财务分析 57

（四）厦门华侨电子有限公司 59

- 1、公司简介 59

- 2、经营分析 59
- 3、财务分析 61
- (五) 创维集团有限公司 64
 - 1、公司简介 64
 - 2、上市公司-创维数码经营分析 64

六、行业发展趋势分析 67

- (一) 行业发展趋势 67
 - 1、产品发展趋势 67
 - 2、技术发展趋势 67
- (二) 行业规模预测 67
- (三) 行业结构预测 72

七、行业发展策略建议 74

- (一) 产品策略 74
- (二) 价格策略 74
- (三) 渠道策略 75
- (四) 服务策略 76
- (五) 行业投资机会建议 77

表目录

- 表 1 LCD电视与PDP电视对比 9
- 表 2 批准发布的数字电视电子行业标准项目中数字电视接收设备--显示器标准相关列表 12
- 表 3 LCD电视销售量前十大厂商集中度 41
- 表 4 LCD电视销售额前十大厂商集中度 41
- 表 5 产业生命周期主要特征列表 43
- 表 6 部分企业现金净流量与净利润状况 44
- 表 7 权威机构对未来五年内GDP的预测 71
- 表 8 2008年-2012年国内生产总值预测值 71
- 表 9 2008-2012年中国电视机产量预测 72
- 表 10 2008年-2012年电视机细分产品比重预测值 72
- 表 11 2008年-2012年电视机细分产品比重预测值 73

图目录

- 图 1 电视机产业链 9
- 图 2 2002-2007年中国国内生产总值及增长情况 15
- 图 3 2002-2007年中国城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 16
- 图 4 2004-2007年中国城镇就业人员数量 17
- 图 5 1997-2007年中国存款利率变动情况 18
- 图 6 1997-2007年中国贷款利率变动情况 18
- 图 7 2001-2007年中国财政收支状况 19
- 图 8 2001-2007年中国财政收支增长状况及财政收入占GDP比重 20
- 图 9 2001-2005年中国财政收支结构 20
- 图 10 1986-2007年中国人口数量与增长率情况 24
- 图 11 2007年末中国人口年龄结构 25
- 图 12 2005年末中国学历结构 26
- 图 13 2001-2007年我国电视机产量及增长率变化分析 27
- 图 14 2002-2007年我国平板电视销量变化图 28
- 图 15 2007年电视机产品结构分析 28
- 图 16 2001-2007年电视机行业市场结构 29
- 图 17 2007年全国CRT电视销量前十名厂商 单位：万台 30
- 图 18 2007年CRT电视销售量前十名厂商比例图 31
- 图 19 2007年我国LCD电视销售量前十名厂商 32
- 图 20 2007年我国LCD电视销售额前十名厂商 33
- 图 21 我国城市居民家庭预期购买彩电选择类型变化 34
- 图 22 购买平板电视城市居民家庭收入结构变化 35
- 图 23 我国市场分尺寸液晶电视价格下降变化趋势 35
- 图 24 我国市场分尺寸等离子电视价格下降变化趋势 36
- 图 25 城市居民家庭购买平板电视选择尺寸变化 37
- 图 26 城市消费者平板电视购买渠道选择 37
- 图 27 消费者对选择电视的主要关注因素 38
- 图 28 液晶电视产业链 42
- 图 29 TCL主营业务收入产品结构变化情况 46
- 图 30 2007年与2006年TCL电视机销售台数比较 46

图 31	2007年与2006年TCL获利能力比较	47
图 32	2007年与2006年TCL偿债能力比较	48
图 33	2007年与2006年TCL偿债能力比较	48
图 34	2007年与2006年TCL发展能力比较	49
图 35	1999年-2007年四川长虹主营营业收入及其增长率变化情况	50
图 36	四川长虹主营营业收入产品结构变化情况	51
图 37	四川长虹主营营业收入区域结构变化情况	51
图 38	2007年与2006年四川长虹获利能力比较	52
图 39	2007年与2006年四川长虹偿债能力比较	53
图 40	2007年与2006年四川长虹营运能力比较	53
图 41	2007年与2006年四川长虹发展能力比较	54
图 42	1999-2007年海信电器主营营业收入及其增长率变化情况	55
图 43	海信电器主营营业收入产品结构变化情况	56
图 44	海信电器主营营业收入市场结构变化情况	56
图 45	2007年与2006年海信电器获利能力比较	57
图 46	2007年与2006年海信电器偿债能力比较	57
图 47	2007年与2006年海信电器营运能力比较	58
图 48	2007年与2006年海信电器发展能力比较	59
图 49	1999-2007年厦华电子主营营业收入及其增长率变化情况	60
图 50	厦华电子主营业务分产品结构变化情况	60
图 51	厦华电子主营营业收入区域结构变化情况	61
图 52	2007年与2006年厦华电子获利能力比较	61
图 53	2007年与2006年厦华电子偿债能力比较	62
图 54	2007年与2006年厦华电子营运能力比较	63
图 55	2007年与2006年厦华电子发展能力比较	63
图 56	创维数码2002-2007年净利润及增长变化图	65
图 57	创维数码主营营业收入产品结构变化情况	65
图 58	创维数码主营营业收入区域结构变化情况	66
图 59	电视机产量与GDP的相关图和散点图	67
图 60	电视机产量与社会人口总数的相关图和散点图	68
图 61	电视机产量与居民消费水平的相关图和散点图	69

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42132.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。