



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007 - 2008年中国平板电视 市场研究年度报告

一、调研说明

《2007 - 2008年中国平板电视市场研究年度报告》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/42274.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

2007年，外资品牌凭借产业链的优势大幅降价，抢占市场份额，国产品牌利润稀薄，中外品牌竞争白热化。一方面中小尺寸液晶面板上游面板供货紧缺导致的中小尺寸液晶电视价格下降空间大幅减少，价格稳中有升。另一方面32寸等离子推出弥补了等离子产品线，大尺寸等离子价格的下降也刺激了终端需求，等离子市场回暖。中国平板电视市场的竞争格局将面临着洗牌。海信液晶模组和长虹等离子面板生产线也打破了中国平板电视上游完全依赖进口的现状，中国平板电视市场走向理性发展和整合。

从市场结构来看，液晶电视远超等离子电视占有平板电视市场的绝对份额，40寸及以上大尺寸平板电视成为市场宠儿，中小尺寸液晶电视价格稳中有升，国美并购大中进一步巩固了家电连锁渠道在一线城市的强势地位，消费者对平板电视的选择则更为理性和成熟……

面对竞争与市场的变化和挑战，《2007 - 2008年中国平板电视市场研究年度报告》，将帮助业界厂商、投资者、产业人士更精确地把握中国平板电视市场发展规律、更深入地梳理应用价值迁移轨迹——

深入、翔实的市场研究数据。基于重点厂商重点产品型号的深度研究，提供对产品结构、价格段、区域、渠道等多个角度市场变化的生动描绘，清晰发展方向。

全面、深刻的品牌竞争分析。从细分市场格局、竞争策略等多个维度总结企业表现，并依托对消费电子市场的深刻理解，建立CPM矩阵体系，评点市场成功要素。

科学、完整的未来发展预测。建立在各重点细分市场上的建模回归与专家校验，并与相关产业环节进行关联分析，确保给出有价值的趋势分析与定量预测结果。

【 目录 】

一、2007年全球平板电视市场概述

(一) 市场规模与增长

- 1、2005 - 2007年市场规模与增长

- 2、新技术应用

(二) 基本特点

(三) 主要国家与地区

- 1、日本

- 2、美国

- 3、欧洲

二、2007年中国平板电视市场概述

(一) 市场规模与增长

- 1、2005 - 2007年市场规模与增长

- 2、价格走势

(二) 基本特点

(三) 市场结构分析

- 1、产品结构

- 2、价格段结构

- 3、区域结构

- 4、渠道结构

- 5、平行结构

(四) 2006 - 2007年品牌市场份额分析

- 1、2006 - 2007年整体份额

- 2、2007年价格段份额

- 3、2007年区域份额

- 4、2007年渠道份额

三、2008 - 2012年中国平板电视市场发展预测

(一) 2008 - 2012年中国平板电视市场规模预测

(二) 2008 - 2012年中国平板电视市场结构预测

- 1、产品结构

- 2、价格段结构

- 3、区域结构

- 4、渠道结构

5、平行结构

四、2008 - 2012年中国平板电视市场趋势分析

- (一) 产品与技术
- (二) 价格
- (三) 渠道
- (四) 服务

五、细分市场研究

- (一) 家用市场
 - 1、竞争格局
 - 2、驱动力
 - 3、阻碍因素
- (二) 商用市场
 - 1、竞争格局
 - 2、驱动力
 - 3、阻碍因素

六、中国平板电视市场竞争分析

- (一) 竞争态势
 - 1、现有厂商间竞争
 - 2、潜在进入者与替代产品
- (二) 重点厂商竞争策略与SWOT分析
 - 1、主要液晶电视厂商的竞争策略与SWOT分析
 - 2、主要等离子电视厂商的竞争策略与SWOT分析

七、中国平板电视用户需求研究

- (一) 品牌倾向
- (二) 产品功能
- (三) 价格期望
- (四) 促销推广
- (五) 购买渠道

八、建议

表目录

 2005 - 2007年全球平板电视市场销售情况
 2005 - 2007年全球液晶电视市场销售情况
 2005 - 2007年全球等离子电视市场销售情况
 2005 - 2007年中国平板电视市场销售情况
 2007年中国平板电视季度销售情况对比
 2007年中国平板电视市场销售尺寸结构
 2007年中国平板电视市场销售价格段结构
 2007年中国平板电视市场销售区域结构
 2007年中国平板电视市场销售品牌结构
 2007年中国平板电视市场销售渠道结构


图目录

 2005 - 2007年全球平板电视市场平均价格的变化
 2005 - 2007年全球液晶电视市场平均价格的变化
 2005 - 2007年全球等离子电视市场平均价格的变化
 2005 - 2007年中国平板电视市场平均价格的变化
 2007年中国平板电视市场平均价格季度变化情况
 2005 - 2007年中国液晶电视市场销售量情况
 2005 - 2007年中国液晶电视市场销售额情况
 2005 - 2007年中国等离子电视市场销售量情况
 2005 - 2007年中国等离子电视市场销售额情况


详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42274.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。