



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国彩电市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006年中国彩电市场市场分析及发展趋势研究报告》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/42786.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

第一章 我国彩电业发展概述

第一节 行业背景分析

第二节 行业特征分析

- 一、彩电市场高度成熟但产品开发能力依然不足
- 二、具备了一定的国际竞争力出口不断增长
- 三、产品价格逐渐走低行业盈利水平下降

第三节 行业存在问题分析

- 一、缺乏核心技术产品创新受制于人
- 二、存在严重的同质同构的现象
- 三、产能过剩供求关系严重失衡
- 四、市场秩序混乱不断升级的价格战导致行业崩盘

第二章 当前我国彩电业发展值得关注的几个问题分析

第一节 当前彩电工业发展中出现的新特点分析

- 一、生产能力过剩，增长速度放慢
- 二、市场竞争加剧，产业利润率下降
- 三、行业重新洗牌，集中度有所提高
- 四、高端产品成为热点，技术难度加大
- 五、外资压力加大，改变产销格局
- 六、竞合模式多样，营造产业链条
- 七、出口注入活力，拉动产销增长
- 八、存在深层问题，亟待分析解决

第二节 当前中国彩电业发展中值得关注问题的思考

- 一、彩电工业步入一个新的发展时期，要有新的理念
- 二、彩电进出口贸易成为制约产业产销波动和不稳定性的因素
- 三、行业发展中出现企业并购、联合合作的，新熟潮，行业出现重新洗牌新格局
- 四、发挥行业协会作用，促进彩电行业发展

第三节 抓住数字电视发展机遇，加快彩电工业战略调整

第三章 2004-2005年我国彩电业运行状况分析

第一节 2004年我国彩电产业发展分析

第二节 2005年我国彩电产业发展分析

一、2005年产销情况

二、发展特点

三、2006年发展展望

第三节 2005年1-5月平板彩电零售市场分析

一、平板彩电市场的销售增长速度较快

二、2005年1—5月重点城市平板彩电整体销售状况分析

三、品牌竞争

四、几个值得注意的问题

第四节 彩电行业市场前景展望

一、行业供求结构分析

二、市场竞争分析

三、市场前景展望

第四章 2005年我国彩电产量

第一节 全国彩电产量

第二节 我国东部地区彩电产量

一、天津

二、辽宁

三、上海

四、浙江

五、江苏

六、福建

七、山东

八、广东

第三节 我国中部地区彩电产量

一、内蒙古

二、吉林

三、黑龙江

四、安徽

五、江西

六、河南

第四节 我国西部地区彩电产量

一、四川

二、贵州

三、陕西

第五章 我国彩电消费分析

第一节 中国彩电消费行为分析

一、质量、价格、品牌三因素共同作用消费者购买行为

二、价格障碍逐渐减小，高端电视价格有待进一步突破

三、文化程度、家庭收入等因素影响消费者对信息获取方式和购买渠道选择

四、消费者受教育程度与其对彩电要求成正比

五、品牌格局稳定，日资品牌优势明显

第二节 彩电消费品牌特征鲜明

一、新技术产品趋势明显

二、三类企业构建竞争格局

第三节 2005—2006年中国平板彩电消费趋势分析

一、平板彩电成彩电消费主流

二、道向家电连锁集中，二级市场消费力逐步涌现

三、性价比仍为消费者选购平板的关注焦点

四、平板彩电选购尺寸趋“大”

五、服务成为消费者关切问题

六、假日仍为平板彩电市场高峰

第四节 高清彩电城市消费市场现状分析

第五节 高端电视消费行业分析

一、消费者品牌形象定位

二、高端电视联想研究

三、消费行为研究

四、电视机配件研究

第六节 彩电消费应避免冲动

第六章 我国彩电市场的实证分析及对策分析

第一节 市场结构分析

一、市场主体

二、市场格局

三、市场集中度

第二节 市场行为分析

一、价格行为

二、创新行为

三、多元化行为

第三节 市场绩效分析

一、生产的相对效率

二、产业的技术进步

三、产业的利润水平

第四节 对策建议

第七章 我国彩电业竞争分析

第一节 我国彩电业竞争现状分析

一、彩电市场进入竞合时代

二、彩电业进入超竞争时代

三、彩电行业酝酿新竞争格局

四、彩电业技术竞争渐成风潮

五、彩电市场竞争新特点：合资彩电争低端市场

第二节 中外品牌彩电竞争现状分析

一、国产品牌整体占优

二、中外巨头力拼高端

第三节 彩电市场品牌竞争向高新技术及个性化发展

第四节 彩电竞争的下一个焦点

一、降低成本，启动市场

二、掌握核心，占领市场

三、抢占市场，引导消费

第五节 我国彩电业价格竞争与产业绩效分析

一、价格战的历程及原因分析

二、价格竞争对产业的影响

三、几点思考

第六节 数字技术成为彩电市场竞争焦点

第八章 我国彩电业发展趋势分析

第一节 我国彩电工业呈现六大发展趋势

第二节 从产业结构升级角度看我国彩电行业发展趋势

一、经济运行与产业升级

二、彩电业竞争态势与产业升级

三、彩电产业发展趋势

第三节 变频彩电的四大发展趋势

第四节 彩电技术发展的五大趋势

第五节 彩电市场新趋势：从城市到农村

第六节 彩电未来发展方向的三大趋势

一、彩电走定平板路

二、平板走定流媒体路

三、价格走定下坡路

第九章 失效的康佳低价液晶彩电策略分析

第一节 中国液晶彩电市场回顾

第二节 康佳失利分析

图表目录

图表1 我国彩电行业发展历史阶段

图表2 2001-2003年各月彩电生产增长速度

图表3 2000—2004年我国彩电产品产销和出口情况

图表4 2003年彩电企业研发（R&D）投入占销售收入的比例

图表5 2004年12月主要品牌彩电零售量及销售额占有率

图表6 2004年12月主要品牌彩电零售量结构——分规格

图表7 2000-2005年我国彩电产品生产、销售情况

图表8 2000-2005年我国彩电产品出口情况

图表9 2003-2005年我国平板电视出口情况

图表10 2003-2005年我部重点监测企业平板电视生产、销售增长情况

图表11 2005年1-5月国内重点城市平板电视零售额变化趋势

图表12 2005年1-5月国内重点城市平板彩电分类产品零售额占有比例变化趋势

图表13 2005年1-5月国内重点城市平板彩电分品牌零售额前15名市场占有率

图表14 2005年1-5月液晶彩电销售额排行前10位品牌月度市场占有率变化

图表15 2005年1-5月等离子彩电销售额排行前10位品牌月度市场占有率变化

图表16 2005年1-5月液晶彩电指定品牌重点尺寸销售额市场占有率对比

图表17 2005年1-5月等离子彩电指定品牌重点尺寸销售额市场占有率对比

图表18 2005年1-5月平板彩电生产企业新型号产品推出数量对比

图表19 2005年1-5月国内重点城市平板彩电分品牌零售额前15名市场占有率

图表20 2005年1-5月国内重点城市平板彩电平均零售价月度变化

图表21 2005年1—5月国内重点城市液晶彩电分尺寸零售价格月度变化情况

图表22 2005年1—5月国内重点城市等离子彩电分尺寸零售价格月度变化情况

图表23 2005年全国彩电产量

图表24 2005年天津彩电产量

图表25 2005年辽宁彩电产量

图表26 2005年上海彩电产量

图表27 2005年浙江彩电产量

图表28 2005年江苏彩电产量

图表29 2005年福建彩电产量

图表30 2005年山东彩电产量

图表31 2005年广东彩电产量

图表32 2005年内蒙古彩电产量

图表33 2005年吉林彩电产量

图表34 2005年黑龙江彩电产量

图表35 2005年安徽彩电产量

图表36 2005年江西彩电产量

图表37 2005年河南彩电产量

图表38 2005年四川彩电产量

图表39 2005年贵州彩电产量

图表40 2005年陕西彩电产量

图表41 高端电视消费者品牌形象定位

图表42 高端电视联想研究

图表43 高端电视消费行为研究

图表44 电视机配件研究

图表45 彩电产业的利税率与全国平均利税率的对比表

图表46 2003-2004年主要液晶彩电品牌零售量占有率

图表47 康佳各尺寸液晶彩电相对价格指数

图表48 主要液晶彩电品牌零售量占有率

图表49 中国液晶彩电市场竞争品牌数量图表50 英寸液晶彩电市场竞争者比较

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42786.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。