



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国彩电行业发展预测和 市场竞争分析市场分析及发展趋 势研究报告

一、调研说明

《2006年中国彩电行业发展预测和市场竞争分析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/42850.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

【 描述 】

前言

2005年，我国彩电产业共生产彩电8283.22万台，同比增长13.02%；销售彩电8044.7万台，同比增长10.69%；出口彩电3974.65万台，同比增长43.36%，出口金额505084.52万美元，同比增长57.55%。从2000年以来的彩电生产、销售和出口情况来看，我国彩电产业自2003年以来增速开始逐年回落，但至今仍保持了两位数的增长，经受住了行业发展波动的考验。

2005年我国彩电产品出口转向高端，彩电产品迎来新的发展机。2005年，我国彩电出口回到了快速增长轨道。1-12月，我国出口彩电3974.65万台，同比增长43.36%，出口金额505084.52万美元，同比增长57.55%。其中，CRT彩电出口2564.29万台，出口金额223016.2万美元，减少1.62%；液晶彩电出口729.08万台，出口金额210279.25万美元，同比增长237.97%；等离子彩电出口24.3万台，出口金额28703.95万美元，同比增长91.84%。平板电视的出口数量占全部出口数量的18.95%，但出口金额却占了全部彩电出口金额的47.32%，出口一台平板电视的价值约相当于3.6台CRT彩电的价值。

在未来5年内，彩电市场将真正步入“扁平化”时代，2003年后，CRT(显像管)电视在全球呈明显下降趋势，传统的CRT模拟彩电将逐步退出城市市场，估计未来其增长率也不会超过2%，2007年后将逐步萎缩。与此相反，平板电视的年复合增长率将超过70%，其中，30寸以上大屏幕增长幅度超过100%。从长远发展看，平板电视最终竞争的是规模致胜和技术创新。产品性能不断改进和升级是需求增长的驱动力。

从彩电市场消费者意见回馈监测过程来看，消费者对平板彩电满意度呈下降的趋势，我们分析主要原因不仅是平板技术本身的不成熟性因素之外，还有产品制造过程中的质量管理体系不严格及偷工减料带来的质量问题，将来一旦平板电视的售后服务形成法规，企业将为产品的高返修率承担巨额的售后服务成本，并失去消费者对品牌的信誉，这无疑将是平板彩电产业共同面临的问题。

应广大的电视生产商、销售商、批发商和终端商场商家的建议下，家电研究部具有丰富的行业及市场的经验，于2006年2月份推出《2006年中国彩电行业发展预测和市场竞争分析研究

报告》，本研究报告依据国家统计局、国家海关总署、国务院发展研究中心、信息产业部、全国中华商业信息中心、中国家电协会、国内外几百种相关报纸杂志的信息以及研究部对厂家、商朝做实地的调研而获得的第一手资料，在这过程中并对消费者进行问卷调研，及时了解消费者的心理、行为和认知等消费模式的变化，企业可以及时掌握品牌动向、市场契机、市场盲点等信息，对我国彩电行业的市场规模与前景、供给与需求状况、进出口情况、销售渠道及模式、高端彩电市场等进行了分析，并重点分析了2004年、2005年彩电市场状况，探讨了高端彩电竞争激烈的成因和存在的商机，剖析了我国彩电消费需求和营销模式，并对行业内优势品牌的经营策略和发展动向进行了深入分析，对彩电行业的技术发展趋势进行了研判，是彩电生产企业、科研单位、经销企业等单位准确了解目前彩电行业发展动态，把握企业定位和发展战略不可多得的精品参考。

【 目录 】

前 言

第一章 我国彩电行业经济属性分析

第一节 彩电行业周期性分析

一、1990-2005年彩电产量、规模波动

二、1990-2005年彩电市场容量波动

三、彩电行业周期性的判断和界定

第二节 行业发展阶段和现阶段的特征分析

一、行业发展阶段的划分

二、行业进入、退出壁垒及风险分析

三、行业盈利状况

四、2005年人民币升值对彩电行业的影响分析

第三节 行业区域分布

第四节 行业地位

第五节 行业政策动向

第六节 彩电行业的关联性分析

第二章 彩电行业经济运行状况分析

第一节 2004年彩电产业结构运行状况分析

一、2004年1-12月彩电产销出口及库存统计

二、2004年1-4季度彩电产销出口统计

三、2004年1-12月彩电生产量变化

四、2004年背投电视机的产量

五、2004年液晶电视机的产量

六、2004年等离子电视机的产量

七、2004年各省市彩电产量变化

第二节 2004年彩电产品结构分析

一、14英寸彩电销量分析

二、21英寸彩电销量分析

三、25英寸彩电销量分析

四、29英寸彩电销量分析

五、34英寸彩电销量分析

六、38英寸彩电销量分析

七、背投彩电销量分析

八、液晶彩电销量分析

九、等离子彩电销量分析

第三节 2004年彩电企业产销分析

一、2004年20家企业主要彩电企业销售出口统计

二、2004年20家主要彩电企应收账款和产品产值统计

三、2004年20家主要彩电企销售收入和利润分析

第四节 2004年彩电企业高端市场选择分析

一、等离子阵营

二、液晶彩电挤压等离子市场

三、等离子仍具市场潜力

四、索尼、东芝重心转向液晶

五、东芝挺进SED电视

六、索尼倾向于OLED

七、本土彩电企业切入等离子市场

(一) 斯威特8000万购得PDP专利

(二) 彩虹22亿建PDP屏生产线

(三) 长虹再掀等离子普及风暴

八、等离子电视坚守者

- (一) 三星推出全球最大等离子
- (二) 102 英寸新品2005年可量产
- (三) 42 英寸等离子降价促销

第三章 2005年彩电行业经济运行状况分析

第一节 2005年我国彩电生产总体状况分析

- 一、2005年彩电总量月度统计分析
- 二、2005年背投电视机产量
- 三、2005年份液晶电视机产量
- 四、2005年1等离子电视机的产量
- 五、2005年彩电产量区域分布的变化
- 六、2005-2009年彩电产量变化预测

第二节 2005年我国彩电产业结构一、彩电产销情况分析

- 二、彩电库存情况分析
- 三、彩电进出口情况分析

第三节 2005年20家主要彩电企业产销状况分析

- 一、20家主要彩电企业产量统计分析
- 二、20家主要彩电企业销量分析

第四节 2005年彩电市场主要特点一、市场结构特征

- 二、品牌市场占有率情况
- 三、市场价格走势

第五节 彩电高端市场的变化分析

- 一、高端电视市场规模与变化
- 二、高端电视市场结构与变化
 - (一) 产品类型市场结构
 - (二) 品牌结构

第六节 2006-2010年彩电产品销售规模预测

- 一、影响未来彩电市场需求主要因素
- 二、2006年彩电供需预测
- 三、彩电未来5年发展空间分析

第四章 彩电行业贸易状况分析

第一节 近年我国彩电进出口概况

- 一、2003年彩电进出口整体
- 二、2004年彩电进出口情况分析
- 三、2005年彩电进出口情况

第二节 我国彩电出口形势探析

- 一、世界彩电市场容量分析
- 二、我国彩电出口主要特点
- 三、影响我国彩电出口的主要障碍
- 四、开拓国际市场策略分析

第五章 彩电终端市场调研分析

第一节 调研中涉及到的品牌

TCL王牌、金星、创维、康佳、长虹、松下、日立、乐声、牡丹、海尔、索尼、乐华、三洋、新科、东芝、海信、飞利浦、LG、厦华、三星、熊猫、长城、夏普、海虹、上海、黄河、高路华、金凤。

第二节 主要城市彩电市场特征分析

- 一、主要城市居民彩电拥有量分析
- 二、主要城市居民彩色电视机的购买时间（1990-2004年）
- 三、主要城市居民购买彩色电视机的价格
- 四、主要城市居民购买彩色电视机的尺寸

第三节 消费者购买彩色电视机的类型分析

- 一、普通屏幕
- 二、平面直角
- 三、超平
- 四、纯平
- 五、数字
- 六、背投
- 七、其他

第四节 消费购买电视机考虑的因素

- 一、品牌形象
- 二、外型

- 三、价格
- 四、功能齐备
- 五、图象清晰度
- 六、图象色彩
- 七、音响效果
- 八、售后服务
- 九、其他

第五节 主要城市消费者未来一年购买彩电消费心理分析

- 一、 打算购买的规模
- 二、 打算购买的品牌排名
- 三、打算购买的尺寸
- 四、打算购买的价格

第五节 选择彩色电视机时不同角色的人口特征

- 一、选择彩色电视机时不同角色的性别、年龄特征
- 二、选择彩色电视机时不同角色性别、收入特征

第六节 农村彩电市场主要特征分析

第六章 2005年高端彩电市场分析

第一节 背投彩电市场

- 一、背投彩电的技术演变
- 二、2006年背投彩电市场容量及发展预测
- 三、背投彩电市场竞争态势

第二节 液晶彩电市场

- 一、市场容量
- 二、优势分析及发展前景
- 三、 液晶彩电价格走势
- 四、2006年中国液晶电视市场预测

第三节 等离子彩电市场

- 一、等离子彩电行业环境的综合分析
- 二、2006年等离子彩电市场发展状况及预测
- 三、等离子体显示技术的基本原理
- 四、等离子、液晶关系分析

第四节 数字电视

- 一、 数字电视概念、特征及产业链
- 二、 2004年国际数字电视发展概况
- 三、 2004年我国数字电视研究开发及产业化情况
- 四、 发展规划及各阶段产业特点
- 五、 未来5-10年国内外数字电视市场发展预测

第五节 我国平板电视机市场特征分析

- 一、 2002-2005年平板电视机销量和销售额
- 二、 2003-2005年平板电视机销量结构
- 三、 2004-2005年40英寸以上平板电视机销量结构
- 四、 2004-2005年40英寸以上平板电视机销量结构

第七章 彩电产品营销模式和特点分析

第一节 彩电市场销售渠道分析

- 一、 彩电销售渠道发展情况
- 二、 彩电渠道变革方向
- 三、 乐华渠道变革透视

第二节 彩电品牌广告投放分析

- 一、 2004年彩电市场广告投放分析
- 二、 2005年彩电市场广告投放分析

第三节 2005中国家电营销九大趋势

- 一、 强强联手，共创辉煌
- 二、 渠道整合渐成风尚
- 三、 职业经理人“枯木逢春”
- 四、 高端产品引领消费潮流
- 五、 结果导向大行其势
- 六、 二三四级市场成为新的主战场
- 七、 淡旺季不分家
- 八、 厂商博弈加剧
- 九、 队伍建设列入重点

第四节 高科技产品的营销趋势分析

- 一、 市场细分进一步深化

- 二、 城镇市场渐成新宠
- 三、 洋品牌加速本土化
- 四、 价格战转向品牌营销
- 五、 消费渠道加速变革
- 六、 企业品牌整合和集中趋势明显
- 七、 本土品牌加速国际化

第八章 彩电业的市场竞争态势

第一节 彩电市场价格战剖析

- 一、 彩电业的六次价格战
- 二、 价格战的动因及其效果评估
- 三、 彩电企业如何超越价格战

第二节 彩电市场竞争格局分析

- 一、 高端彩电成为新的利润增长点
- 二、 彩电巨头强化高端产品市场战略
- 三、 谁将在新竞争格局中胜出
- 四、 中国彩电未来格局将形成四个级差

第九章 彩电行业优势企业分析

第一节 长虹

第二节 TCL

第三节 创维

第四节 康佳

第五节 海信

第六节 索尼

第七节 松下

第八节 三星

第九节 LG

第十章 我国彩电产业发展趋势分析

第一节 彩电市场发展趋势

- 一、 品牌集中进一步加强

二、技术竞争成主流

三、多元化经营找出路

四、家电维修服务成新兴行业

五、今后彩电企业最多只剩15家

第二节 2005年彩电行业走势分析

一、行业已有转暖迹象

二、平板电视需求大增

三、数字电视商机逼近

第二节 彩电行业的技术发展趋势

一、彩电工业技术呈现六大发展趋势

二、全球彩电显示技术的发展情况

三、彩电新产品市场前景

四、彩电节能标准颁布产生的影响

第十一章 彩电行业SWOT分析

第一节 当前彩电企业发展的优劣势

一、彩电企业发展优势分析

二、彩电企业发展存在的劣势

第二节 我国彩电企业的机会与威胁

一、彩电企业发展的市场机会分析

二、彩电企业发展面临威胁分析

第十二章 彩电企业发展策略建议

第一节 彩电企业市场竞争策略

一、瞄准高端市场，实施差异化营销

二、有效启动农村市场

三、多元化发展：以主业为基础

第二节 彩电企业发展路线的选择

第三节 我国彩电企业加快产品创新的对策

一、我国彩电行业产品创新的发展历程

二、产品创新中存在的主要问题

三、加快产品创新的对策

第四节 家电企业如何获得商业信贷

一、银行对贷款风险点和防范措施的把控

二、银行在信贷时会关注的其他问题

第五节 中国彩电企业的战略选择

一、提高技术创新能力是关键

二、加强彩电企业及与相关企业之间的各项合作

三、优化企业和政府之间的关系

附录

2005年液晶电视主要规格的平均价格

2005年国内品牌32英寸液晶和32英寸宽屏价格比较

2005年国内品牌32英寸液晶和32英寸纯屏价格比较

2005年国内品牌34英寸宽屏价格和34英寸纯屏价格比较

2005年国内品牌40英寸液晶与42英寸SD等离子

1990-2005年我国彩电产量、厂商数和市场集中度

1995-2004年我国彩电产销量、进出口及市场容量

2004年1-12月全国主要家电产品产量统计

2005年全国主要家电产品产量统计

2004年彩电的生产、销售与产销率2

2004年1-12月全国彩电产量统计

2004年全国分地区彩电生产情况及所占比例

2004年全国彩电生产区域分布

2004年彩电产品销售结构

2005年主要品牌彩电零售量及销售额占有率

2000-2004年我国彩电产品产销和出口情况

2005年全国彩色电视机生产量

2005年全国背投电视机生产量

2005年等离子电视机生产量

2005年液晶电视机生产量

2005年三十六个大中城市居民家庭设备用品消费价格走势

2005年彩色电视机(包括整套散件)出口金额(千美元)

2005年彩色电视机(包括整套散件)出口数量(万台)

2005年彩色电视机(包括整套散件)进口金额(千美元)

2005年彩色电视机(包括整套散件)进口数量(万台)

2005年全国彩电生产区域分布

2002-2005年平板电视机销量和销售额

2003-2005年平板电视机销量结构

2004-2005年40英寸以上平板电视机销量结构

2004-2005年40英寸以上平板电视机销量结构

2004-2005年14"彩电销量

2004-2005年21"彩电销量

2004-2005年25"彩电销量

2004-2005年29"彩电销量

2004-2005年34"彩电销量

2004-2005年38"彩电销量

2004-2005年背投彩电销量

2004-2005年液晶彩电销量

2004-2005年等离子彩电销量

2005年20家主要彩电企业产量

2005年20家主要彩电企业销量

2004-2005年主要城市居民彩电拥有量分析

1990-2004年主要城市居民彩色电视机的购买时间

2004-2005年主要城市居民购买彩色电视机的价格

2004-2005年主要城市居民购买彩色电视机的尺寸

2004-2005年北京消费者购买彩色电视机的类型

2004-2005年上海消费者购买彩色电视机的类型

2004-2005年广州消费者购买彩色电视机的类型

2004-2005年深圳消费者购买彩色电视机的类型

2004-2005年成都消费者购买彩色电视机的类型

2004-2005年重庆消费者购买彩色电视机的类型

2004-2005年武汉消费者购买彩色电视机的类型

2004-2005年西安消费者购买彩色电视机的类型

2004-2005年沈阳消费者购买彩色电视机的类型

2004-2005年南京消费者购买彩色电视机的类型

2004-2005年北京消费者选择该彩电时的考虑因素

2004-2005年上海消费者选择该彩电时的考虑因素

2004-2005年广州消费者选择该彩电时的考虑因素

2004-2005年深圳消费者选择该彩电时的考虑因素

2004-2005年成都消费者选择该彩电时的考虑因素

2004-2005年重庆消费者选择该彩电时的考虑因素

2004-2005年武汉消费者选择该彩电时的考虑因素

2004-2005年西安消费者选择该彩电时的考虑因素

2004-2005年沈阳消费者选择该彩电时的考虑因素

2004-2005年南京消费者选择该彩电时的考虑因素

2005年第二季度中国高端电视市场销售量品牌结构

2005年第二季度中国高端电视销售状况2005年第二季度中国高端电视销售状况

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42850.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。