



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国家庭影音设备市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国家庭影音设备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/66207.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

第一部分 家电行业现状	1
第一章 2006年中国家电市场分析及发展趋势研究报告	2
第一节 2006年度家电行业景气状况	2
第二节 中国家电业的整体竞争力状况	4
一、具备相当国际竞争力	4
二、中国家电业存在的主要问题	5
三、解决中国家电业主要问题的途经	5
（一）国内外市场要协调发展	5
（二）产业整合重在投入效率	6
（三）共同维护产业安全	6
（四）努力提高自主创新能力	7
第三节 2007年家电业发展趋势展望	8
一、家电产品出口形势严峻	8
二、城镇化进程加快背景分析	9
三、农村家电市场分析	9
四、家电产品技术升级趋势分析	10
第四节 中国家电业“十一五”期间发展战略思考	10
一、中国家电业国内外环境	10
二、“十一五”期间行业发展	14
第二章 2006年中国彩电市场运行分析	21
第一节 2006年彩电市场盘点	21
一、产销情况	21
二、发展特点	22
（一）平板电视--经济增长点	22
（二）平板电视--市场份额	23
（三）竞争合作分析	23
（四）研发情况分析	23
（五）出口情况分析	24
（六）自主能力分析	24
第二节 中国大陆彩电市场发展趋势	25

第三节 中国彩电业存在的主要问题	26
第三章 平板电视发展趋势分析	33
第一节 2006年平板彩电市场状况分析	33
一、整体市场分析	33
(一) 销售量及市场比例变化	33
(二) 国产外资品牌市场占有率对比	34
(三) 平均零售价格	35
(四) 2006年度LCD、PDP 整体市场基本特征	36
二、区域市场分析	37
(一) PDP电视区域特点	37
(二) LCD 区域市场特点	38
三、品牌竞争分析	41
(一) 外资品牌与国产品牌竞争分析	41
(二) 市场占有率分析	43
(三) 畅销型号	44
(四) 新产品开发与推广	45
四、价格变动趋势	46
五、经销渠道特征	48
六、2007年市场预测	50
第二节 2006年平板电视消费者需求状况报告	51
一、平板电视拥有群体消费行为及使用状况研究	51
(一) 平板电视家庭拥有率变化	52
(二) 平板电视拥有家庭使用特征	52
(三) 平板电视拥有家庭使用满意度变化	54
(四) 城市消费者预期购买决策特征	54
二、未来平板电视市场发展趋势判断	56
(一) 趋势一	56
(二) 趋势二	57
(三) 趋势三	57
(四) 趋势四	57
三、平板电视的主流之争	57
第三节 中国平板电视市场及行业发展趋势及预测	59

第四节 平板电视市场竞争策略分析 63

第四章 液晶电视发展趋势分析 68

第一节 2006年液晶电视市场分析及发展趋势研究报告 68

一、行业发展概况 68

二、液晶电视市场情况分析 69

(一) 产品产量 69

(二) 市场特点 69

(三) 液晶电视行业市场情况分析 71

三、液晶彩电面板需求分析 72

(一) 液晶面板供应分析 72

(二) 液晶电视需求量分析 72

(三) 液晶电视需求结构 73

(四) 面板供货国家和地区 73

1. 韩国 73

2. 台湾 74

3. 日本 75

(五) 主要液晶面板供应商 76

(六) 生产方式 77

(七) 产品价格 77

(八) 2008液晶彩电面板行业预测 78

四、液晶电视关键IC市场分析 79

(一) 市场增长 79

(二) 市场特点 80

(三) 控制IC市场特点 81

(四) 2008年市场规模预测 82

第二节 2006年液晶电视价格情况分析 82

第二部分 家庭音响市场 93

第五章 音响市场发展趋势分析 94

第一节 2006年音响市场运行情况分析 94

一、2006年音响市场情况 94

(一) 影碟机 94

(二) “家庭影院” 94

(三) 汽车音响	94
(四) MP3、MP4	95
(五) 其他产品	95
二、市场存在问题	95
三、市场2008年展望	96
第二节 2006年家庭影院音响市场透视	97
一、需求分析	98
(一) 产品需求	98
(二) 价格需求	99
(三) 渠道需求	100
(四) 购买行为分析	101
(五) 目标消费者特征分析	102
二、供给分析	105
(一) 产品供给	105
(二) 价格供给	105
(三) 渠道供给	106
(四) 促销供给	107
第三节 2006-2007年家用音响设备制造合计	107
一、2007年1-2月家用音响设备制造业运行状况	108
二、2006年家用音响设备制造业运行情况	116
三、2006-2007年组合音响生产统计	124
第四节 2006年音箱用户关注度分析	126
一、品牌关注度分析	127
二、产品关注度分析	128
三、最受用户关注的音箱产品分析	129
(一) 2006年第1季度最受用户关注的前十款音箱	129
(二) 2006年9月最受关注的十款音箱	130
(三) 2006年9月最受用户关注的十大音箱品牌	131
(四) 2006年10月中国市场最受用户关注十款音箱	132
(五) 2006年10月最受用户关注十大音箱品牌	133
第六章 DVD市场发展趋势分析	135
第一节 2006年中国DVD影碟机市场发展分析	135

- 一、市场容量 135
- 二、需求结构 135
- 三、技术应用 136
- 四、市场竞争 137
- 第二节 中国大陆地区DVD影碟机消费者状况研究 144
 - 一、品牌认知度分析 144
 - 二、消费行为和消费习惯分析 144
 - (一) 拥有及使用情况分析 144
 - (二) 购买时间和购买渠道分析 145
 - (三) 购买价格分析 147
 - (四) 已购消费者考虑因素分析 147
 - (五) 产品满意度分析 148
- 第三节 DVD影碟机主力厂商竞争分析 149
 - 一、产品竞争力 150
 - 二、价格竞争力 150
 - 三、渠道竞争力 151
 - 四、促销竞争力 151
 - 五、服务竞争力 152
 - 六、品牌竞争力 152
- 第七章 MP3市场发展趋势分析 153
 - 第一节 2006年MP3市场总结 153
 - 一、技术发展： 153
 - (一) OLED彩屏的普及 153
 - (二) 更强解码芯片的推出 154
 - 二、品牌兴衰： 154
 - (一) 一夜成名的品牌--OPPO 154
 - (二) 稳妥进步的品牌--蓝魔 154
 - (三) 风光不再--艾利合 154
 - 三、重点机型 155
 - 第二节 2006年四季度MP3市场分析 156
 - 一、季度热点事件分析 156
 - 二、产品市场规模情况 158

(一) 销售量规模及变化	158
(二) 销售额规模及变化	158
三、产品市场结构情况	159
(一) 产品结构	159
(二) 品牌市场结构	159
四、2008年MP3趋势预测	160
第三节 2006-2007年MP3市场关注度分析	162
一、2006年第四季度MP3市场关注度报告	162
二、2007年第一季度MP3市场关注度报告	166
三、2007年1月最受网友关注MP3行业研究及市场发展趋势分析报告	170
四、2007年2月最受网友关注MP3行业研究及市场发展趋势分析报告	173
(一) 最受关注品牌	174
(二) . 最受关注型号	175
(三) . 最受关注产品	176
六、2007年4月最受网友关注MP3行业研究及市场发展趋势分析报告	181
七、2007年5月最受网友关注MP3行业研究及市场发展趋势分析报告	186

图表目录

图表1-1 2006年全年我国主要家电的产量统计	3
图表2-1 2001-2006年我国彩电产品生产、销售情况	21
图表2-2 2001-2006年我国彩电产品出口情况	22
图表2-3 2004-2006年我国平板电视出口情况	22
图表2-4 2004-2006年我部重点监测企业平板电视生产、销售增长情况	23
图表3-2 2006年度LCD、PDP分月销售量比例图示	34
图表3-3 2006年度进口、国产品牌市场占有率对比	35
图表3-4 国产品牌、外资品牌、国际市场LCD、PDP平均零售价格对比	35
图表3-5 等离子电视分地区销售量比例	37
图表3-6 分地区PDP电视进口、国产品牌市场占有率对比	38
图表3-7 2006年度LCD分地区销售量占有率	38
图表3-10 2006年度部分二、三级城市PDP销售量占有率	40
图表3-11 2006年度部分一级城市LCD销售量占有率	41
图表3-12 2006年度部分二、三级城市LCD销售量占有率	41
图表3-13 2006年度按品牌国别LCD、PDP销售量市场占有率	42

图表3-14 2006年度按品牌国别LCD、PDP 销售额市场占有率 42

图表3-16 等离子电视销售量市场占有率（排行前10位品牌） 43

图表3-17 2006年LCD\PDP畅销机型 44

图表3-20 2006年度国产、进口品牌性上市型号数量对比 45

图表3-21 2006年度国产、进口品牌新品销售额贡献率对比 45

图表3-22 2006年PDP电视月度平均价格变化情况 46

图表3-23 2006年PDP电视42英寸月度平均价格变化情况 47

图表3-24 2006年LCD电视月度平均价格变化情况 47

图表3-25 2006年LCD电视32英寸月度平均价格变化情况 48

图表3-27 2006年平板电视城市消费者需求调研最新统计结果 51

图表3-28 平板电视城市家庭拥有率 52

图表3-29 城市消费者家庭平均电视购买时间分布 53

图表3-31 平板电视拥有家庭满意度分析 54

图表3-35 不同阶段彩电销售比重 58

图表3-36 不同阶段电视销售比重 59

图表3-37 2008-2009全球平板电视和CRT电视销量预测 59

图表3-38 全球各个地区平板电视销售量 60

图表3-39 各尺寸平板电视销售额 61

图表4-2 2006年1-9月份我国采购液晶面板主要地区 73

图表4-4 2006年1-9月份从台湾采购液晶面板的尺寸情况 75

图表4-5 2006年1-9月份从日本采购液晶面板的尺寸情况 75

图表4-7 2006年生产液晶电视所用液晶面板的生产方式 77

图表4-8 2006年1-9月份采购液晶面板的平均价格情况 78

图表4-9 2005 - 2006年中国液晶电视用关键IC市场销售额及增长 79

图表4-11 2006年1-7月液晶电视主要规格的价格平均走势 83

图表4-12 2006年1-7月国内32寸彩电价格走势 85

图表4-13 2006年1-7月国内32寸彩电价格对比 86

图表4-15 2007年液晶电视机市场预测图 87

图表4-16 2007年1月份液晶电视机全国最畅销的10个型号 88

图表4-17 液晶电视全国前10个最畅销型号在重要城市的比重分布 88

图表4-19 1月止前6个月宁波市液晶电视产品均价趋势图 90

图表4-20 等离子电视的市场预测（ESTIMATION） 图表 90

图表4-22 2007年1月等离子电视前10个最畅销型号比重分布 91

图表4-23 06年1月等离子电视根据品牌来源地比例结构 92

图表4-24 06年1月止前6个月等离子电视杭州均价趋势图 92

图表5-3 渠道需求结构比例图 100

图表5-4 购买决策人比例图 101

图表5-5 消费者购买诉求分析 102

图表5-6 消费者特征分析 102

图表5-7 消费者婚姻情况分析 103

图表5-8 家庭住房面积与影院音响消费关系 104

图表5-12 2007年1-2月家用音响设备制造业运行状况全国合计 108

图表5-13 2007年1-2月家用音响设备制造业运行状况北京合计 109

图表5-14 2007年1-2月家用音响设备制造业运行状况广东合计 111

图表5-15 2007年1-2月家用音响设备制造业运行状况上海合计 113

图表5-16 2007年1-2月家用音响设备制造业运行状况浙江合计 114

图表5-17 2006年家用音响设备制造业运行情况全国合计 116

图表5-18 2006年家用音响设备制造业运行状况北京合计 118

图表5-19 2006年家用音响设备制造业运行状况广东合计 119

图表5-20 2006年家用音响设备制造业运行状况上海合计 121

图表5-21 2006年家用音响设备制造业运行状况浙江合计 123

图表5-22 2007年组合音响全国合计 125

图表5-23 2006年组合音响全国合计 125

图表5-24 2007年3月家用音响设备制造收入前十家企业 125

图表5-25 2006年12月家用音响设备制造收入前十家企业 126

图表5-26 2006年第1季度最受用户关注的十大音箱品牌 127

图表5-27 2006年第1季度不同价位区间产品关注度比例对比 128

图表5-28 2006年第1季度最受用户关注的前十款音箱 129

图表5-30 2006年9月最受用户关注的十大音箱品牌 131

图表5-31 2006年10月中国市场最受用户关注十款音箱 132

图表5-32 2006年10月最受用户关注十大音箱品牌 134

图表6-11 拥有DVD情况分析 145

图表6-13 已购消费者购买DVD时间分析 146

图表6-14 已购消费者购买DVD渠道分析 146

图表6-15 已购消费者购买DVD价格分析 147

图表6-17 产品满意度分析 148

图表6-18 产品不满意因素分析 149

图表6-19 2005年中国DVD影碟机主力厂商年度市场竞争力比较 149

图表6-20 2005年DVD影碟机主力厂商产品竞争力比较 150

图表6-24 2005年中国DVD影碟机主力厂商服务竞争力比较 152

图表6-25 2005年中国DVD影碟机主力厂商品牌竞争力比较 152

图表7-1 2006年第四季度中国MP3播放机市场销量情况 158

图表7-2 2006年第四季度中国MP3播放机市场销售额情况 159

图表7-3 2006年第四季度中国MP3播放机市场各容量产品构成 159

图表7-4 2006年第四季度中国MP3播放机市场各品牌销售量及销售额 160

图表7-5 2006年第四季度MP3最受关注产品TOP10分析 163

图表7-7 容量比重分析 166

图表7-8 2007年第一季度MP3最受关注产品TOP10分析 167

图表7-9 2007年第一季度MP3最受关注品牌TOP10分析 168

图表7-11 2007年最受关注的MP3前十五个品牌图 170

图表7-12 2007年1月最受网友关注的MP3容量图 171

图表7-13 2007年1月最受关注的前十款产品 172

图表7-16 最受网友关注的256M和512M MP3产品前十位 176

图表7-20 四月主流品牌降价型号一览表 182

图表7-21 2007年4月排名网友关注度前十五位MP3品牌 183

图表7-23 2007年5月MP3价位频比例一览表 186

图表7-24 2007年5月最受网友关注的MP3品牌 188

A004

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/66207.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。