



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国家庭影音市场分析 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/66209.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 2006-2007年中国家电市场分析及发展趋势研究报告2

第一节 2006-2007家电行业采购分析2

第二节 中国家电业的整体竞争力状况12

一、竞争优势分析12

二、竞争劣势分析14

三、品牌竞争力分析15

四、2007品牌预警分析17

第三节 2008家电业发展趋势展望19

一、产品趋势网络家电19

二、家电产品出口形势严峻21

三、城镇化进程加快为家电行业增长提供持续性的需求支撑21

四、农村家电市场会有所升温22

五、家电产品技术升级趋势将加快22

第四节 中国家电业“十一五”期间发展战略思考23

一、中国家电业国内外环境23

二、“十一五”期间行业发展的思路、目标和战略措施27

第二部分 彩电市场现状34

第二章 2006年中国彩电市场运行分析35

第一节 2006年全球彩电市场分析35

第二节 2006年中国彩电市场分析36

一、总体情况分析37

二、出口情况分析44

三、自主能力分析44

四、市场规模和结构44

五、价格走势45

六、尺寸规格结构45

七、渠道变化46

八、市场细分46

九、发展现状与趋势46

十、2006年中国彩电行业大事记52

十一、2006年中国彩电行业重大事件56

十二、2006年中国彩电市场特征分析56

十三、中国彩电行业十大趋势57

第三节 中国大陆彩电市场发展趋势58

第四节 中国彩电业存在的主要问题59

第三章 平板电视发展趋势分析67

第一节 2006年平板彩电市场状况分析67

一、2006年行业热点不断68

二、平板技术升级69

三、2007品牌集中度提升69

第四章 液晶电视发展趋势分析72

第一节 2006年液晶电视市场分析与发展趋势研究报告72

一、产品发展概况72

二、2006液晶电视市场情况分析76

(一) 产品产量76

(二) 市场规模77

(三) 市场特点77

(四) 市场优势79

(五) 品牌竞争80

三、液晶彩电面板需求分析81

(一) 液晶面板供应分析81

(二) 液晶电视需求量分析81

(三) 液晶电视需求结构82

(四) 面板供货国家和地区82

(五) 主要液晶面板供应商85

(六) 生产方式86

(七) 产品价格87

(八) 2007液晶彩电面板行业预测88

四、液晶电视关键IC市场分析89

(一) 市场增长89

(二) 市场特点90

(三) 控制IC市场特点91

(四) 2008-2010市场规模预测92

第二节 液晶电视价格情况分析93

第三部分 家庭音响市场100

第五章 音响市场发展趋势分析101

第一节 2006年音响市场运行情况分析101

一、音响市场情况101

1、影碟机101

2、“家庭影院”102

3、汽车音响102

4、MP3、MP4102

5、其他产品103

二、市场存在问题103

三、市场展望104

第二节 2006年家庭影院音响市场透视106

一、需求分析106

1、产品需求106

(1) 理论需求106

2、价格需求108

(1) 消费者的价格需求108

3、渠道需求109

4、购买行为分析109

5、目标消费者特征分析111

二、供给分析113

1、产品供给113

2、价格供给114

3、渠道供给115

4、促销供给115

第三节 2006-2007年家用音响设备制造合计116

- 一、2006年1-12月家用音响设备制造业运行状况116
- 二、2007年家用音响设备制造业运行情况126
- 三、2006-2007年组合音响生产统计133
- 四、2005-2006年家用音响设备制造收入前十家企业134

第四节 2006年音箱用户关注度分析135

- 一、市场概述135
 - 1、品牌角度分析：136
 - 2、产品角度分析：136
 - 3、价格角度分析：136
- 二、品牌结构关注调查137
 - 1、整体市场品牌结构137
 - 2、主流厂商年度增长率调查138
 - 3、主流厂商季度增长率调查138
- 三、产品规格关注调查140
 - 1、不同价位关注比例对比140
 - 2、不同声道类型产品关注比例对比141
 - 3、不同材质产品关注比例对比142
- 四、重点厂商产品线结构与价格对比143
 - 1、五大音箱厂商产品线对比143
 - 2、各厂商产品线分析144
 - 3、主流厂商产品均价对比149
- 五、市场预测分析151

第六章 DVD市场发展趋势分析153

第一节 2006年中国DVD影碟机市场发展分析153

- 一、市场容量153
- 二、需求结构153
- 三、技术应用154
- 四、市场竞争155
- 五、广告监测155

第二节 中国大陆地区DVD影碟机消费者状况研究162

- 一、品牌认知度分析163
- 二、消费行为和消费习惯分析164
 - 1、拥有及使用情况分析164
 - 2、购买时间和购买渠道分析165
 - 3、购买价格分析167
 - 4、已购消费者考虑因素分析168
 - 5、产品满意度分析168

第七章 MP3市场发展趋势分析170

第一节 2006年MP3市场总结170

- 一、从产品的角度分析：170
- 二、从品牌的角度分析：170
- 三、从产品价格角度分析：171

第二节 2006闪存式MP3的优势171

第三节 2006年MP3市场关注与价格走势分析172

图表目录

图表 2005年全年我国主要家电的产量统计4

图表 2006年1月份主要家电产品产量统计数据4

图表 2006年3月主要家电产品产量统计5

图表 2006年4月份主要家电产品产量统计6

图表 2006年5月份主要家电产品产量统计6

图表 2006年6月份主要家电产品产量统计7

图表 2006年7月主要家电产品产量统计7

图表 2006年8月份主要家电产品产量统计8

图表 2006年9月份主要家电产品产量统计9

图表 2006年10月份主要家电产品产量统计10

图表 2006年11月份主要家电产品产量统计11

图表 2006年12月份主要家电产品产量统计表12

图表 2006年国内彩电平均价格趋势图37

图表 2006国内各大主要渠道彩电销量统计数据--国美38

图表 2006国内各大主要渠道彩电销量统计--永乐39

图表 2006国内各大主要渠道彩电销量统计--苏宁40

图表 2006国内各大主要渠道彩电销量统计--五星41

图表 2006国内各大主要渠道彩电销量统计-- 家乐福42

图表 2006国内各大主要渠道彩电销量统计--沃尔玛43

图表 2006年Q1-Q4中国彩电产量规模与同比增长率47

图表 2005-2006年Q1-Q4中国彩电出口量与内销出货量规模对比48

图表 2006年各个季度中国CRT彩电出口量与国内市场出货量对比49

图表 2005-2006年各个季度中国LCD彩电出口量变化50

图表 2005年1-9月份我国采购液晶面板主要地区82

图表 2005年1-9月份从韩国采购液晶面板尺寸情况83

图表 2005年1-9月份从台湾采购液晶面板的尺寸情况84

图表 2005年1-9月份从日本采购液晶面板的尺寸情况84

图表 2005年1-9月份液晶面板供应商出货情况85

图表 2005年生产液晶电视所用液晶面板的生产方式87

图表 2005年1-9月份采购液晶面板的平均价格情况87

图表 2004-2005年中国液晶电视用关键IC市场销售额及增长89

图表 2007-2010年中国液晶电视用关键IC市场销量预测92

图表 2006年1月份液晶电视机全国最畅销的10个型号94

图表 1月液晶电视产品全国前10个最畅销型号在重要城市的比重分布95

图表 2006年1月液晶电视产品的尺寸比例结构95

图表 1月止前6个月宁波市液晶电视产品均价趋势图96

图表 等离子电视的市场预测 (ESTIMATION) 图表97

图表 2006年1月等离子电视100城市最畅销的10个型号97

图表 2006年1月等离子电视前10个最畅销型号比重分布98

图表 06年1月等离子电视根据品牌来源地比例结构98

图表 06年1月止前6个月等离子电视杭州均价趋势图99

图表 每百户家庭影音电器拥有率106

图表 消费者的价格需求比例108

图表 渠道需求结构比例图109

图表 购买决策人比例图110

图表 消费者购买诉求分析110

图表 消费者特征分析111

图表 消费者婚姻情况分析112

图表 家庭住房面积与影院音响消费关系112

图表 价格需求与供应对比分析114

图表 渠道需求与供应分析115

图表 消费者对促销员的认同率115

图表 2006年1-12月家用音响设备制造业运行状况全国合计116

图表 2006年1-12月家用音响设备制造业运行状况北京合计119

图表 2006年1-12月家用音响设备制造业运行状况广东合计120

图表 2006年1-12月家用音响设备制造业运行状况上海合计122

图表 2006年1-12月家用音响设备制造业运行状况浙江合计124

图表 2007年1-2月家用音响设备制造业运行状况全国合计126

图表 2007年1-2月家用音响设备制造业运行状况北京合计128

图表 2007年1-2月家用音响设备制造业运行状况广东合计129

图表 2007年1-2月家用音响设备制造业运行状况上海合计130

图表 2007年1-2月家用音响设备制造业运行状况浙江合计132

图表 2006年1-12月组合音响全国合计133

图表 2007年1-2月组合音响全国合计134

图表 2006年12月家用音响设备制造收入前十家企业134

图表 2005年12月家用音响设备制造收入前十家企业135

图表 2006年中国市场最受关注的十大音箱品牌137

图表 2005~2006年十大音箱品牌关注增长率对比138

图表 2006年1~4季度漫步者音箱关注度走势139

图表 2006年1~4季度主流音箱品牌关注度走势139

图表 2006年不同价位音箱关注比例对比141

图表 2006年不同声道类型音箱关注比例对比141

图表 2006年不同材质音箱关注比例对比142

图表 2006年中国音箱市场主流厂商产品线对比143

图表 2006年漫步者音箱产品线分布144

图表 2006年麦博音箱产品线分布145

图表 2006年轻骑兵音箱产品线分布146

图表 2006年创新音箱产品线分布147

图表 2006年三诺音箱产品线分布148

图表 2006年中国五大音箱品牌产品均价对比150

图表 2006年主流品牌2.1音箱均价对比150

图表 2005年5月DVD硬广告前九品牌投放（单位：万元）155

图表 2005年5月DVD硬广告前十城市投放（单位：万元）156

图表 2005年5月DVD硬广告前十大众媒体投放（单位：万元）157

图表 2005年5月DVD硬广告区域投放比较158

图表 2005年5月DVD软广告前十品牌投放（单位：篇）158

图表 2005年5月DVD软广告前十城市投放（单位：篇）159

图表 2005年5月DVD软广告前十大众媒体投放160

图表 2005年5月DVD软广告前十品牌投放（单位：篇）161

图表 2005年5月DVD软广告前五专业媒体投放（单位：篇数）162

图表 2006年DVD刻录机市场主流厂商总销量分布163

图表 中国DVD影碟机市场品牌提及率分布164

图表 拥有DVD情况分析165

图表 已购消费者使用DVD情况分析165

图表 已购消费者购买DVD时间分析166

图表 已购消费者购买DVD渠道分析166

图表 已购消费者购买DVD价格分析167

图表 已购消费者购买DVD考虑因素分析168

图表 产品满意度分析168

图表 产品不满意因素分析169

图表 不同容量MP3关注比例对比172

图表 2006年不同屏幕尺寸MP3关注比例对比173

图表 2006年不同价位区间MP3播放器关注比例对比175

图表 2006年整体MP3播放器市场价格指数走势调查176

图表 2006年不同容量MP3播放器市场价格指数走势调查177

图表 2006年整体MP3播放器市场均价走势调查178

图表 2006年主流容量MP3播放器市场均价走势调查179

图表 2006年十大MP3厂商产品均价分布对比180

图表 2006年主流容量MP3关注比例走势181

图表 2006年主流价位区间产品关注比例走势对比182

图表 2005与2006年度十大国产MP3厂商关注比例增长状况对比183

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/66209.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。