

2019-2025年中国液晶电视行业竞争格局分析及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国液晶电视行业竞争格局分析及投资战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/397918.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

液晶显示器简称LCD，采用一种介于固态和液态之间的物质，具有规则性分子排列的有机化合物，加热呈现透明状的液体状态，冷却后出现结晶颗粒的混浊固体状态的物质。

用于液晶显示器的液晶分子结构排列类似细火柴棒，被称为Nematic液晶，采用此类液晶制造的液晶显示器也就称为LCD(Liquid Crystal Display)。而液晶电视是在两张玻璃之间的液晶内，加入电压，通过分子排列变化及曲折变化

再现画面，屏幕通过电子群的冲撞，制造画面并通过外部光线的透视反射来形成画面。

从2018年前三季度全球液晶电视出货量情况来看，其中中国大陆液晶电视出货量首次超过韩国，达4866万台，占据全球31.9%的市场份额；韩国2018年前三季度液晶电视出货量为4458万台，占比30.6；日本排名第三出货量为2219万台，占比14.6%；其次依次是欧洲、美国和中国台湾，2018年前三季度液晶电视出货量分别为421万台、358万台和290万台。

2018Q3全球液晶电视出货量市场份额

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 液晶电视相关基础概述

第一节 液晶电视基础阐述

- 一、液晶产业发展
- 二、LCD发展过程
- 三、LCD主要技术发展过程

第二节 液晶显示相关阐述

- 一、液晶电视显示原理
- 二、液晶显示器分类
- 三、TFT液晶显示器的原理

第三节 液晶电视的优势

- 一、轻薄便携
- 二、分辨率大、清晰度高
- 三、绿色环保
- 四、耗电量低

第四节 液晶电视九大技术指标

第二章 2016-2018年世界液晶电视行业运营态势探究

第一节 2016-2018年世界液晶电视行业发展环境分析

第二节 2016-2018年世界液晶电视行业市场格局

- 一、世界液晶电视市场特征分析
- 二、世界主要液晶电视品牌综述
- 三、世界液晶电视行业发展动态分析

全球液晶电视平均正在不断以每年至少1-2英寸的速度在“变大”，特别是西欧和拉丁美洲市场，2018年增速超过平均水平。随着液晶显示面板价格下降，消费者也愿意用同样的钱购买更大尺寸的电视屏幕。2018年全球液晶电视的平均出货量已经增加至44英寸，电视面板平均尺寸每增加1英寸，就可以消化一座8.5代TFT-LCD生产线的产能。预计2019-2021年全球液晶电视尺寸有望增至47英寸，49英寸和50英寸，从而推动全球大尺寸液晶电视面板出货面积大幅增长。

2016-2018年全球液晶电视平均尺寸变化

第三节 2016-2018年世界主要国家液晶电视行业运行态势剖析

- 一、美国
- 二、欧洲
- 三、韩国
- 四、日本

第四节 2019-2025年世界液晶电视行业发展趋势分析

第三章 2016-2018年中国液晶电视行业市场环境透视

第一节 2016-2018年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 2016-2018年中国液晶电视市场政策环境分析

- 一、彩色电视机用液晶显示屏主流尺寸规范
- 二、高端彩色电视接收机的分类规范
- 三、液晶数字电视广播接受通用规范

四、家电及相关行业标准

第三节 2016-2018年中国液晶电视市场社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

第四节 2016-2018年中国液晶电视市场技术环境分析

第四章 2016-2018年中国平板电视行业运行动态探究

第一节 2016-2018年中国平板电视市场发展概况

一、平板电视市场需求新变化

二、平板电视市场格局充满变数

三、外资平板电视面临市场衰退

第二节 2016-2018年中国平板电视区域市场分析

一、广州平板电视中外品牌平分秋色

二、上海平板电视投诉与销量同步增长

三、成都提倡平板电视“三包”规定

四、技术竞争颠覆长沙平板电视格局

第三节 2016-2018年中国平板电视消费概况

一、平板电视消费凸现中外差异

二、平板电视消费步入普及期

三、消费者注重平板电视性价比

四、二三级市场成为平板电视消费主力

第四节 2016-2018年中国平板电视行业存在的问题

一、平板电视面临的主要问题

二、平板电视售后存在的五大难题

三、平板电视满意度差影响品牌信誉

四、平板电视产业链缺失利润空间小

第五节 2016-2018年中国平板电视行业的发展策略

一、平板电视的终端营销策略

二、平板电视应加大错位竞争

三、产业链整合是平板电视发展关键

四、国产平板电视应对外资价格战的策略

第五章 2016-2018年中国液晶电视行业市场运行态势剖析

第一节 2016-2018年中国液晶电视行业发展动态分析

- 一、“3d电视”成五一平板电视市场热词
- 二、夏普液晶电视春季发布会举行
- 三、2018年液晶电视点击排行榜分析

第二节 2016-2018年中国液晶电视市场发展现状分析

- 一、液晶电视市场供需现状分析
- 二、液晶电视市场价格走势分析
- 三、液晶电视市场品牌渗透探究

第三节 2016-2018年中国液晶电视行业发展凸现的问题分析

第四节 2016-2018年中国液晶电视市场典型营销案例分析

第六章 2018年中国液晶电视市场热点聚焦

第一节 市场品牌关注格局分析

- 一、智能电视成新亮点
- 二、多数国外品牌关注比例上升
- 三、康佳取代飞利浦杀进榜单

第二节 产品关注度分析

- 一、产品排名
 - 1、LED背光电视已占六成席位
 - 2、多款产品新上榜
 - 3、五一节前降价为主旋律
- 二、产品特征
 - 1、不同背光方式产品分析
 - 2、不同尺寸产品分析
 - 3、不同价位段产品分析

第七章 2016-2018年中国家用影视设备制造所属行业主要数据监测分析

第一节 2016-2018年中国家用影视设备制造所属行业规模分析

- 一、中国家用影视设备制造所属行业企业数量增长分析
- 二、中国家用影视设备制造所属行业从业人数增长分析
- 三、中国家用影视设备制造所属行业资产规模增长分析

第二节 2016-2018年中国家用影视设备制造所属行业结构分析

- 一、企业数量结构分析
 - 1、中国家用影视设备制造所属行业不同类型分析
 - 2、中国家用影视设备制造所属行业不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、中国家用影视设备制造所属行业不同类型分析

2、中国家用影视设备制造所属行业不同所有制分析

第三节 2016-2018年中国家用影视设备制造所属行业产值分析

一、中国家用影视设备制造所属行业产成品增长分析

二、中国家用影视设备制造所属行业工业销售产值分析

三、中国家用影视设备制造所属行业出口交货值分析

第四节 2016-2018年中国家用影视设备制造所属行业成本费用分析

一、中国家用影视设备制造所属行业销售成本分析

二、中国家用影视设备制造所属行业费用分析

第五节 2016-2018年中国家用影视设备制造所属行业盈利能力分析

一、中国家用影视设备制造所属行业主要盈利指标分析

二、中国家用影视设备制造所属行业主要盈利能力指标分析

第八章 2016-2018年中国液晶电视进出口数据监测分析

第一节 2016-2018年中国屏幕>52厘米的液晶彩电进出口数据监测分析

一、屏幕>52厘米的液晶彩电进出口数量分析（85281238）

二、屏幕>52厘米的液晶彩电进出口金额分析

三、屏幕>52厘米的液晶彩电进出口国家及地区分析

第二节 2016-2018年中国其他的液晶彩电进出口数据监测分析

一、其他的液晶彩电进出口数量分析（85281239）

二、其他的液晶彩电进出口金额分析

三、其他的液晶彩电进出口国家及地区分析

第九章 2018年中国液晶电视市场消费调查分析

第一节 液晶电视消费者消费行为调查分析

一、液晶电视质量满意度调查分析

二、消费者对液晶电视价格认同情况调查

三、消费者购买渠道情况调查

四、消费者对液晶电视性能关注情况调查

第二节 液晶电视消费者品牌调查分析

一、消费者液晶电视品牌构成

二、中国最受欢迎的液晶电视牌分析

第三节 影响消费者购买的因素调查分析

一、品牌

- 二、价格
- 三、功能
- 四、广告

第十章 2016-2018年中国液晶电视市场竞争格局透析

第一节 2016-2018年中国液晶电视市场竞争总况

- 一、国产液晶电视品牌在竞争中继续主导市场
- 二、中国液晶电视品牌竞争注重自主创新
- 三、液晶电视行业价格战竞争升级
- 四、液晶电视销量首超CRT

第二节 2016-2018年中国液晶电视三大品牌竞争对手分析

- 一、创维
- 二、索尼
- 三、海信

第三节 2016-2018年中国液晶电视产业重点市场竞争分析

- 一、北京地区
- 二、上海地区
- 三、深圳地区

第十一章 中国液晶电视重点企业财务数据分析

第一节 TCL王牌电器（惠州）有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第二节 康佳集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第三节 南京夏普电子有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第四节 沈阳同方多媒体科技有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第五节 中山市三色数码科技有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第六节 海信集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第十二章 2016-2018年中国液晶电视上游供应链走势分析

第一节 液晶面板

- 一、液晶电视面板技术分类
- 二、全球液晶面板生产过剩
- 三、液晶面板普遍涨价的原因
- 四、各品牌液晶电视面板介绍
- 五、液晶电视面板朝低亮度的方向发展

第二节 液晶背光模块

- 一、液晶背光模块的特性
- 二、传统CCFL背光存在的缺陷
- 三、LED作为液晶背光的优点
- 四、液晶背光技术成品化步伐加快

第三节 液晶电视驱动及控制IC

- 一、大型液晶电视驱动IC具备的功能
- 二、全球主要液晶电视IC厂商分布格局
- 三、液晶电视控制IC的发展趋势

第十三章 2019-2025年中国液晶电视行业发展前景展望与趋势预测分析

第一节 2019-2025年中国液晶电视行业发展前景分析

第二节 2019-2025年中国液晶电视行业发展趋势分析

- 一、市场趋势
- 二、技术趋势
- 三、竞争趋势
- 四、产品自身趋势

第三节 2019-2025年中国液晶电视行业市场预测分析

- 一、液晶电视行业市场供需预测分析
- 二、液晶电视行业市场销量预测分析

第四节 2019-2025年中国液晶电视市场盈利预测分析

第十四章 2019-2025年中国液晶电视行业投资盈利预测

第一节 2016-2018年中国液晶电视行业投资周期分析（AK LF）

- 一、经济周期
- 二、增长性与波动性
- 三、成熟度分析

第二节 2019-2025年中国液晶电视行业投资机会分析

- 一、液晶电视投资潜力分析
- 二、液晶电视投资吸引力分析

第三节 2019-2025年中国液晶电视行业投资风险预警

- 一、宏观调控政策风险
- 二、市场竞争风险
- 三、原料供给风险
- 四、市场运营机制风险
- 五、技术风险

第四节 投资建议

图表目录：

图表：2016-2018年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2018年中国三产业增加值结构图

图表：2016-2018年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2016-2018年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2016-2018年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2016-2018年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：2016-2018年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2016-2018年中国工业增加值增长趋势图

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/397918.html>