

2007-2008年中国液晶电视 市场分析及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2007-2008年中国液晶电视市场分析及投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200806/1966.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

第一章 2007年世界液晶电视市场发展形势分析

一、2007全球液晶电视市场发展现状分析

- (一) 日本企业抢推全球最薄液晶电视
- (二) 液晶成全球电视市场霸主 三星电子销量登顶
- (三) 飞利浦不敌索尼 失去液晶电视世界第二位置
- (四) 仅有1厘米 三星展出世界最薄液晶电视

二、2007年世界液晶电视市场价格波动分析

三、2007年世界生产液晶电视先进技术发展分析

四、2008-2010年世界液晶电视市场发展前景分析

第二章 2007年世界液晶电视主要著名品牌发展战略分析

一、三星

- (一) 公司基本概况
- (二) 三星重点开发液晶电视
- (三) 三星意欲称霸中国平板市场
- (四) 三星平板电视抢跑中国市场

二、松下

- (一) 公司基本概况
- (二) 松下等离子电视市场表现良好
- (三) 松下新款高清等离子电视领先业界
- (四) 松下策动平板电视价格战

三、索尼

- (一) 公司基本概况
- (二) 索尼46F300A液晶电视的上市
- (三) 索尼在韩国电子展(KES) 2007上展出了11英寸下一代OLED电视
- (四) 索尼推行的价格战，大幅降低液晶电视产品的价格

四、飞利浦

- (一) 公司基本概况
- (二) 解析飞利浦平板电视的热销现象
- (三) 飞利浦转向大尺寸液晶电视
- (四) 飞利浦彩电广东市场渠道问题

五、夏普

- (一) 公司基本概况
- (二) 夏普液晶电视领跑大屏幕市场
- (三) 夏普换帅积极应战平板市场

六、LG

- (一) 公司基本概况
- (二) LG平板用创新打造整体技术力
- (三) LG视2005为平板技术“突破年”;
- (四) LG平板电视产品推广策略解析

第三章 2007年中国平板电视产业发展格局分析

一、2007年我国平板电视市场发展现状分析

- (一) 平板电视市场竞争进入淘汰赛阶段
- (二) 平板电视市场竞争进一步加剧
- (三) 中国液晶电视市场进入混战时代

二、2007年中国平板电视产业竞争力分析

- (一) 缺乏核心技术致平板电视产业竞争力下降
- (二) 创新能力决定平板电视产业的竞争力
- (三) 服务成为平板电视企业新竞争力

三、2007年我国平板电视中外品牌竞争分析

四、2007年我国液晶与等离子电视竞争状况分析

- (一) 等离子与液晶电视好坏由市场决定
- (二) 等离子电视败走中国平板电视市场
- (三) 等离子做大尺寸避免与液晶直接竞争
- (四) 等离子与液晶电视争夺大屏幕市场

五、2007年我国平板电视产业链分析

- (一) 跨国公司掌握平板电视产业链的利润
- (二) 平板电视产业链集体扩张带动产能大战
- (三) 平板电视企业进军产业链上游
- (四) 中国平板电视产业链不完善

六、2007年我国平板电视产业面临的挑战分析

- (一) 平板电视价格及营销存在问题解析

- (二) 四大瓶颈制约着中国平板电视产业发展
- (三) 中国平板电视产业遭遇面板难题
- (四) 中国平板电视产业的三大顽症

第四章 2007年中国液晶电视行业发展状况分析

- 一、2007年我国液晶电视产业发展现状分析
 - (一) 中国液晶电视行业的“八强”格局
 - (二) 中国液晶电视产业增长迅速
 - (三) 液晶电视产业整合大势所向
- 二、2007年我国液晶电视行业发展存在的问题分析
 - (一) 液晶电视行业标准的缺失
 - (二) 五大因素制约液晶电视产业的发展
 - (三) 危险与机会共存的中国液晶电视市场
- 三、2007年我国液晶电视发展对策分析

第五章 2007年中国液晶电视市场运行状况分析

- 一、2007年我国液晶电视成为平板电视领头羊
 - (一) 液晶电视机市场将继续保持强劲的增长势头
 - (二) 中外品牌之争，外资品牌用降价力拼国内厂商
 - (三) 大屏液晶成焦点，购买需求增加
- 二、比拼技术，由主流指标转向附加功能
- 三、2007年Q3最受用户关注的十大液晶电视品牌分布
- 四、问题凸显，质量与售后仍是一大难题

第六章 2007年中国液晶电视市场产销状况情况分析

- 一、2007年我国液晶电视产量单月首破百万台 为等离子20多倍
- 二、2007年我国液晶电视销量不断增长因素分析
 - (一) 液晶电视价格的不断下滑
 - (二) 面板尺寸不断增大
- 三、2007年我国液晶电视需求特点分析
- 四、2007年我国液晶电视进出口状况统计分析
- 五、2007年中国液晶电视企业产能特点分析

- (一) 产业转移、市场需求双重带动中国液晶电视产能增长
- (二) 大尺寸液晶电视产能增长明显
- (三) 液晶电视企业增多，竞争日趋激烈

第七章 2007年中国液晶电视市场调查研究分析

一、从品牌的角度看

- (一) 飞利浦以14.7%的关注比例蝉联冠军
- (二) 三星以13.3%的关注度比例牢据亚军之位
- (三) 创维借助新品COOCAA酷系列液晶电视排名第三位

二、从产品的角度看

- (一) 32英寸液晶电视关注度颇高，其主流地位不可撼动
- (二) 42英寸液晶电视风头正盛，其关注度也持续走高
- (三) 37英寸和47英寸的关注度走势此消彼长，呈胶着之势

三、从区域的角度看

- (一) 华北、华东和华南地区对液晶电视的关注度较高，关注比例不分伯仲
- (二) 东北、华中、西南和西北地区对液晶电视的关注度偏低，并呈逐级递减之势
- (三) 飞利浦在七大区域的关注度较高，均位居第一位

四、从价格的角度看

- (一) 5001-8000元价位段液晶电视是市场上的主流机型
- (二) 中高端产品备受青睐，8001-1.5万元价位段的关注比例高达37.6%
- (三) 外资品牌的市场均价普遍高于国产品牌，国产品牌中TCL的均价最高

第八章 2007年中国液晶电视市场竞争格局分析

一、2007年我国液晶电视竞争状况分析

- (一) 产品价格竞争分析
- (二) 产品生产技术竞争分析
- (三) 产品品牌竞争分析
- (四) 产品功能竞争分析

二、2007年我国液晶电视市场新进入者竞争分析

- (一) 新科发力液晶电视市场
- (二) 京东方迈进下游液晶电视整机市场
- (三) 神舟挺进液晶电视市场不被看好

- (四) 优派迈入液晶电视市场
- (五) 友达奇美意欲杀入液晶电视市场

第九章 中国优势企业经营情况与竞争力分析

一、四川长虹

- (一) 企业基本概况
- (二) 2007年四川长虹经营情况
- (三) 长虹要做平板行业的领先者
- (四) 长虹平板彩电引发第三次换代高潮

二、康佳集团

- (一) 企业基本概况
- (二) 2007年康佳集团经营情况
- (三) 康佳谋求海外平板市场
- (四) 康佳领军自有品牌平板电视出口

三、海信电器

- (一) 企业基本概况
- (二) 2007年海信电器经营情况
- (三) 2007年海信国际化的领先战略
- (四) 海信平板电视注重品质攻占高端市场

四、厦华电子

- (一) 企业基本概况
- (二) 2007年厦华电子经营情况
- (三) 2007年厦华平板电视发力国内市场
- (四) 2007年厦华平板电视跃上国内市场第一的宝座

五、创维集团

- (一) 企业基本概况
- (二) 创维突然降价引发连锁反应
- (三) 创维发动平板市场反击第一战
- (四) 创维彩电营销体系加速

六、TCL集团

- (一) 企业基本概况
- (二) 2007年TCL集团经营情况

(三) TCL平板电视的营销模式

第十章 2007年中国彩电行业发展态势分析

一、2007年我国彩电行业发展沿革及现状分析

- (一) 彩电行业发展历程
- (二) 彩电市场迈入产品并行时代
- (三) 多元并存是当前中国彩电市场的特征
- (四) CRT彩电仍是市场主流产品
- (五) 农村彩电市场消费状况

二、2007年我国彩电市场发展状况分析

- (一) 2007年中国彩电市场盘点
- (二) 2007年中国彩电市场总体数据分析
- (三) 2007年我国彩电产品产量数据分析

三、2007年我国彩电行业竞争分析

- (一) 中国彩电业竞争环境走向分析
- (二) 解析彩电业竞争的关键因素
- (三) 中国彩电业从竞争迈向竞合
- (四) 彩电竞争呈现三种趋势

四、2007年我国彩电业存在的问题分析

- (一) 中国彩电业效益低下
- (二) 中国彩电业存在的五大现实问题
- (三) 中国彩电业面临的困境
- (四) 中国彩电业品牌战略的缺失
- (五) 国内彩电业发展面临六大危机

六、2007年中国彩电业的发展策略分析

- (一) 中国彩电业的发展有赖于信息家电
- (二) 彩电业突破的八个机会点
- (三) 中国彩电行业加快创新的六大对策
- (四) 外观设计为中国彩电企业一个突破口

第十一章 2007年中国等离子电视行业市场现状分析

一、2007年我国等离子电视产业发展综合分析

- (一) 等离子电视产业环境浅析
 - (二) 等离子电视产品与技术的发展现状
 - (三) 等离子电视行业集中度分析
 - (四) 等离子电视价格概况回顾
 - (五) 等离子产业面临新的发展机遇
- 二、2007年我国等离子电视市场发展分析
- (一) 2007年我国等离子电视市场份额透析
 - (二) 2007年中国等离子电视市场结构与规模变化
- 三、2007年我国等离子电视行业存在的问题
- (一) 等离子电视产业链发展不畅
 - (二) 32英寸等离子陷入困境
 - (三) 产业链封闭是等离子电视的致命缺陷
- 四、2007年我国等离子电视发展对策分析
- (一) 等离子电视的数字化特性有望使其崛起
 - (二) 2007年等离子电视市场反攻的优势分析
 - (三) 等离子电视产业发展有赖于各方合作
 - (四) 盘活等离子电视市场的策略

第十二章 2008-2010年中国液晶电视发展趋势预测分析

- 一、中国液晶电视行业发展环境分析
- 二、中国液晶电视行业发展预测
- 三、中国液晶电视行业前景展望

第十三章 2008-2010年中国液晶电视行业投资规划分析

- 一、中国液晶电视投资机会分析
 - (一) 市场需求旺盛
 - (二) 居民生活要求不断提高
- 二、中国液晶电视投资风险分析
- 三、中国液晶电视行业投资建议分析
 - (一) 液晶电视行业投资方式
 - (二) 液晶电视行业投资时机
 - (三) 液晶电视行业投资方向

四、中国液晶电视投资价值与收益

图表目录（部分）：

图表 2007年前三季度等离子电视城市家庭拥有率

图表 城市消费者家庭平板电视购买时间分布

图表 城市消费者家庭液晶电视拥有尺寸分布

图表 平板电视拥有家庭使用满意度变化图

图表 未来一年内有预期购买电视的消费家庭

图表 2007年中国平板电视消费需求增长趋势

图表 2007年国内市场主流液晶电视价格变化趋势

图表 2007年国内市场主流等离子电视价格变化趋势

图表 中国城市消费者预期购买平板电视主要关注因素

图表 中国城市平板电视消费群体分类

图表 普通消费者对等离子和液晶特征的认知

图表 城市居民家庭预期购买彩电类型比重

图表 2005-2007年中国城市消费者对彩电高清与标清概念的认知

图表 2007年我国50英寸等离子电视销量同比增长

图表 2007年我国40/42英寸液晶电视销量同比增长

图表 2007年我国中外品牌平板电视销售量比重

图表 2007年我国中外品牌平板电视销售额比重

图表 2007年我国平板电视消费尺寸构成

图表 2007年我国液晶面板价格变化趋势

图表 2007年我国等离子面板价格变化趋势

图表 2007-2007年国内城市居民家庭平板电视出现故障比例变化趋势

图表 大城市市场中外品牌销量构成

图表 中小城市市场中外品牌销量构成

图表 中国市场平板电视销量变化趋势

图表 中国城市居民家庭预期购买彩电选择类型变化

图表 购买平板电视城市居民家庭收入结构变化

图表 中国市场分尺寸液晶电视价格下降变化趋势

图表 中国市场分尺寸等离子电视价格下降变化趋势

图表 城市居民家庭购买平板电视选择尺寸变化

图表 城市居民家庭购买平板电视选择时间分布

图表 城市消费者平板电视购买渠道选择

图表 城市消费者预期购买平板电视考虑因素

图表 2007年最受用户关注的十五大液晶电视品牌市场份额对比

图表 2007年前三大液晶电视品牌关注度走势对比

图表 2007年我国不同尺寸液晶电视关注度对比

图表 2007年我国不同分辨率液晶电视关注度对比

图表 2007年我国不同响应时间液晶电视关注度对比

图表 2007年我国不同价位液晶电视关注度对比

图表 2007年我国最受用户关注的液晶电视品牌分布

图表 2007年我国不同尺寸液晶电视关注比例分布

图表 2007年我国主流尺寸液晶电视关注度走势

图表 2007年我国不同价格段液晶电视关注比例分布

图表 2007年我国液晶电视区域市场关注比例分布

图表 2007年我国液晶电视市场价格指数走势

图表 2007年我国主流尺寸液晶电视价格指数走势

图表 2007年我国主流尺寸液晶电视市场均价走势

图表 2007年我国主流品牌32英寸液晶电视均价对比

图表 2007年我国主流品牌32英寸液晶电视价格变动幅度对比

图表 2007年我国主流品牌37英寸液晶电视市场均价对比

图表 2007年我国主流品牌37英寸液晶电视价格变动幅度对比

图表 2007年我国主流品牌40英寸液晶电视均价对比

图表 2007年我国主流品牌40英寸液晶电视价格变动幅度对比

图表 2007年我国主流品牌42英寸液晶电视均价对比

图表 2007年我国主流品牌42英寸液晶电视价格变动幅度对比

图表 2002-2007年中国等离子电视市场CR4指数对比情况

图表 2005-2007年42英寸不同规格和50英寸WXGA等离子电视平均价格走势

图表 2005-2007年42英寸不同规格和50英寸WXGA等离子电视价格变化率走势

图表 2007年1-10月等离子电视主要品牌市场销量份额对比

图表 2007年1-10月不同价位等离子电视零售量市场份额

图表 2007年1-10月等离子电视北方片区销量前五位的份额比较

图表 2007年1-10月等离子电视华东片区销量前五位的份额比较

图表 2007年1-10月等离子电视华中片区销量前五位的份额比较

图表 2007年1-10月等离子电视南方片区销量前五位的份额比较

图表 2004-2007年中国等离子电视市场规模与变化

图表 2005-2007年中国等离子电视分尺寸结构月度走势

图表 2007年中国等离子电视销售渠道结构

图表 2008-2010年我国液晶电视市场消费状况预测

图表 2008-2010年我国液晶电视市场产能情况分析

图表 2008-2010年我国液晶电视行业进出口情况预测

图表 2008-2010年我国液晶电视行业发展趋势预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/1966.html>