

# 2021-2027年中国客厅经济 市场深度分析与投资前景分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国客厅经济市场深度分析与投资前景分析报告》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/202012/198374.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

中企顾问网发布的《2021-2027年中国客厅经济市场深度分析与投资前景分析报告》共八章。首先介绍了客厅经济相关概念及发展环境，接着分析了中国客厅经济规模及消费需求，然后对中国客厅经济市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国客厅经济面临的机遇及发展前景。您若想对中国客厅经济有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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 客厅经济行业发展概述

#### 1.1 客厅经济介绍

##### 1.1.1 概念界定

##### 1.1.2 发展历程

##### 1.1.3 支撑平台

##### 1.1.4 推动因素

#### 1.2 客厅经济的特征

##### 1.2.1 盈利空间大

##### 1.2.2 涉及范围广

##### 1.2.3 盈利模式多样

##### 1.2.4 企业间合作趋势明显

##### 1.2.5 企业对用户精准洞察

### 第二章 2016-2019年中国客厅经济发展环境分析

#### 2.1 经济环境

##### 2.1.1 中国经济运行现状

##### 2.1.2 国际经济对我国的影响

##### 2.1.3 中国经济支撑因素分析

##### 2.1.4 中国经济未来发展形势

## 2.2 政策环境

### 2.2.1 国务院加大宽带覆盖率

### 2.2.2 智能家居联盟标准出台

### 2.2.3 智能硬件获得政策加码

## 2.3 社会环境

### 2.3.1 固定宽带用户增长

### 2.3.2 网络视频广告迁移

### 2.3.3 城镇化水平加快

### 2.3.4 居民收入水平提升

### 2.3.5 信息消费规模上升

### 2.3.6 科技研发投入加大

### 2.3.7 信息化发展势头良好

## 2.4 技术环境

### 2.4.1 物联网技术

### 2.4.2 云计算技术

### 2.4.3 虚拟现实技术

### 2.4.4 人工智能技术

## 第三章 2016-2019年中国客厅经济产业发展综述

### 3.1 2016-2019年中国客厅经济产业运行状况

#### 3.1.1 国际发展概况

#### 3.1.2 市场核心基础

#### 3.1.3 终端发展特点

#### 3.1.4 市场规模分析

### 3.2 2016-2019年中国客厅经济市场竞争分析

#### 3.2.1 市场竞争优势

#### 3.2.2 市场竞争态势

#### 3.2.3 企业竞争策略

### 3.3 2016-2019年中国客厅经济用户行为分析

#### 3.3.1 用户年龄分布

#### 3.3.3 用户家庭成员情况

#### 3.3.4 用户地域分布

- 3.3.5 用户家庭月收入分布
- 3.3.6 智能电视界面使用比例
- 3.3.7 智能电视端APP下载情况
- 3.4 2016-2019年互联网巨头客厅经济布局分析
  - 3.4.1 腾讯
  - 3.4.2 阿里巴巴
  - 3.4.3 苹果与微软
  - 3.4.4 谷歌与亚马逊

#### 第四章 2016-2019年中国客厅经济关联产业之智能家居的发展

- 4.1 2016-2019年中国智能家居市场运行分析
  - 4.1.1 市场运行现状
  - 4.1.2 系统市场规模
  - 4.1.3 各产品渗透率
  - 4.1.4 市场价格分析
  - 4.1.5 市场运行特点
  - 4.1.6 消费行为分析
- 4.2 2016-2019年中国智能家居市场竞争综述
  - 4.2.1 市场竞争概况分析
  - 4.2.2 市场参与主体介绍
  - 4.2.3 市场主体优势分析
  - 4.2.4 市场品牌竞争格局
- 4.3 2016-2019年中国智能家居市场营销分析
  - 4.3.1 国内外推广模式差异
  - 4.3.2 线上营销方式分析
  - 4.3.3 创新营销方式的重要性
  - 4.3.4 经销商发展要素
  - 4.3.5 市场营销策略
  - 4.3.6 智能家居产品营销的对策
  - 4.3.7 品牌营销策略
- 4.4 我国智能家居市场存在的问题及对策
  - 4.4.1 市场发展困境

- 4.4.2 资金投入问题
- 4.4.3 产品技术问题
- 4.4.4 市场发展建议
- 4.4.5 价格突破对策

## 第五章 2016-2019年中国客厅经济关联产业之智能硬件的发展

- 5.1 智能硬件行业发展周期分析
  - 5.1.1 行业生命周期
  - 5.1.2 产品发展阶段
  - 5.1.3 互联网时代发展历程
  - 5.1.4 移动互联网时代发展历程
  - 5.1.5 物联网时代发展历程
- 5.2 2016-2019年中国智能硬件行业发展态势
  - 5.2.1 行业市场规模
  - 5.2.2 行业领域分布
  - 5.2.3 行业地域分布
  - 5.2.4 市场发展动态
  - 5.2.5 热门发展领域
- 5.3 2016-2019年中国智能硬件市场分析
  - 5.3.1 市场竞争格局
  - 5.3.2 盈利模式分析
  - 5.3.3 商业模式创新
  - 5.3.4 行业壁垒分析
- 5.4 中国智能硬件用户特征分析
  - 5.4.1 用户关注度
  - 5.4.2 用户偏好分析
  - 5.4.3 用户性别结构
  - 5.4.4 用户年龄结构
  - 5.4.5 用户地域分布
  - 5.4.6 用户收入情况
- 5.5 中国智能硬件行业发展存在问题及对策
  - 5.5.1 产品问题分析

- 5.5.2 行业存在问题
- 5.5.3 面临安全挑战
- 5.5.4 行业发展对策
- 5.5.5 差异化竞争策略

## 第六章 2016-2019年中国客厅经济关联产业之智能电视的发展

- 6.1 2016-2019年中国智能电视市场运行分析
  - 6.1.1 产业参与者分析
  - 6.1.2 产业运营商分析
  - 6.1.3 电视厂商发展现状
  - 6.1.4 市场销售规模
  - 6.1.5 发展模式分析
  - 6.1.6 用户行为分析
  - 6.1.7 市场需求分析
  - 6.1.8 产业发展形态
  - 6.1.9 行业发展趋势
- 6.2 2016-2019年中国智能电视市场竞争情况分析
  - 6.2.1 传统电视市场价值
  - 6.2.2 电视屏幕收看方式
  - 6.2.3 市场竞争态势
  - 6.2.4 企业竞争格局
  - 6.2.5 网络视频竞争策略
- 6.3 中国智能电视关键技术发展分析
  - 6.3.1 国际发展态势
  - 6.3.2 中国专利分析
  - 6.3.3 存在问题分析
  - 6.3.4 发展对策建议
- 6.4 中国互联网电视发展SWOT分析
  - 6.4.1 优势（Strengths）分析
  - 6.4.2 劣势（Weaknesses）分析
  - 6.4.3 机会（Opportunities）分析
  - 6.4.4 威胁（Threats）分析

## 6.5 中国智能电视产业发展存在问题分析

### 6.5.1 内容服务问题

### 6.5.2 产业链监管问题

### 6.5.3 管理模式问题

## 6.6 我国智能电视产业发展策略建议

### 6.6.1 加强政府引导

### 6.6.2 加强平台构建

### 6.6.3 加强模式创新

### 6.6.4 构建科学管理体系

### 6.6.5 构建科学标准体系

## 6.7 客厅经济背景下智能电视发展趋势

### 6.7.1 云管端齐发展

### 6.7.2 产业大融合

### 6.7.3 生态将成熟

## 第七章 中国客厅经济典型企业布局分析

### 7.1 乐视

#### 7.1.1 企业发展概况

#### 7.1.2 产业掘金历程

#### 7.1.3 生态体系构建

#### 7.1.4 企业经营状况

#### 7.1.5 SWOT竞争态势

#### 7.1.6 未来发展前景

### 7.2 海信

#### 7.2.1 企业发展概况

#### 7.2.2 产业掘金历程

#### 7.2.3 服务模式分析

#### 7.2.4 企业经营状况

#### 7.2.5 SWOT竞争态势

#### 7.2.6 未来发展前景

### 7.3 TCL集团

#### 7.3.1 企业发展概况



- 7.3.2 经营效益分析
- 7.3.3 业务经营分析
- 7.3.4 财务状况分析
- 7.3.5 未来前景展望
- 7.4 兆驰股份
- 7.4.1 企业发展概况
- 7.4.2 经营效益分析
- 7.4.3 业务经营分析
- 7.4.4 财务状况分析
- 7.4.5 未来前景展望
- 7.5 中国联通
- 7.5.1 企业发展概况
- 7.5.2 产业挖金历程
- 7.5.3 企业生态布局
- 7.5.4 企业经营状况
- 7.5.5 SWOT竞争态势
- 7.5.6 未来发展前景

## 第八章 2021-2027年中国客厅经济投资分析及趋势预测（）

- 8.1 中国客厅经济投资分析
- 8.1.1 客厅经济投资现状
- 8.1.2 客厅经济投资机遇
- 8.1.3 客厅经济投资风险
- 8.2 中国客厅经济发展趋势分析
- 8.2.1 创新技术趋势
- 8.2.2 泛生活发展趋势
- 8.2.3 客厅角色转变趋势
- 8.3 2021-2027年中国客厅经济市场规模预测
- 8.3.1 影响因素分析
- 8.3.2 市场规模预测

图表目录：

图表 客厅经济发展历程  
图表 客厅经济全景图  
图表 多种因素推动客厅经济发展  
图表 互联网企业重塑电视产业链  
图表 客厅经济布局范围  
图表 客厅经济盈利模式转变  
图表 客厅经济产品特征  
图表 客厅经济品牌特征  
图表 客厅经济部分企业间合作内容  
图表 客厅经济企业洞察用户方式  
更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/198374.html>