

2021-2027年印度电视行业 发展趋势与市场供需预测报告

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

《2021-2027年印度电视行业发展趋势与市场供需预测报告》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/202109/238352.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

尽管印度近年来家电市场增长迅速，市场规模突破百亿美元，但横向对比来看，2019年印度市场总零售额129亿美元，略大于韩国118亿美元的市场。从人口体量来看，印度13.4亿人与中国相仿，但市场总零售额仅为中国的1/10，潜力巨大。

从主要家电渗透率的视角可以更清晰的理解印度家电市场未来的成长空间。据统计，2017年印度空冰洗电四大品类的渗透率分别仅为8%、31%、13%、65%，微波炉仅为4%，中国前述五大品类的渗透率已达87%、92%、88%、120%、54%，显而易见，印度家电各品类普及程度均远低于中国，与世界平均水平也有较大差距。因此，印度家电市场仍处于初级发展阶段，渗透率提升下的新增需求将成为印度家电市场短期内最核心的发展动力。2019年全球主要国家家电零售额规模、人口、人均零售额对比

小米电视于2019年2月在印度市场首发，陆续推出了32英寸、43英寸和55英寸产品，发售仅9个月就卖出100万台。优秀的智能性能体验、超高性价比以及与印度最大视频供应商合作以确保内容优质是小米电视在印度实现快速崛起的关键。目前小米电视已经成为印度第一智能电视品牌和第一线上电视品牌。小米电视在印度极具性价比优势

尺寸

小米定价（卢比/人民币）

主要竞争对手（LG、三星、和索尼）定价（卢比/人民币）

32英寸

13999/1360

平均约24000/2340

43英寸

22999/2240

平均约36000/3510

55英寸

39999/3900

平均超过80000/7800

中企顾问网发布的《2021-2027年印度电视行业发展趋势与市场供需预测报告》共十四章。首先介绍了印度电视行业市场发展环境、电视整体运行态势等，接着分析了印度电视行业市场运行的现状，然后介绍了电视市场竞争格局。随后，报告对电视做了重点企业经营状况分析，最后分析了印度电视行业发展趋势与投资预测。您若想对电视产业有个系统的了解或者想投资印度电视行业，本报告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 电视行业发展综述

第一节 电视行业概述及分类

一、行业概述

二、行业主要产品分类

三、行业主要商业模式

第二节 电视行业特征分析

一、产业链分析

二、电视行业在国民经济中的地位

三、电视行业生命周期分析

1、行业生命周期理论基础

2、电视行业生命周期

第三节 电视行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 2019年印度电视行业运行环境分析

第一节 电视行业政治法律环境分析

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、行业相关发展规划

第二节 电视行业经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

三、产业宏观经济环境分析

第三节 电视行业社会环境分析

一、电视产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、电视产业发展对社会发展的影响

第四节 电视行业技术环境分析

一、电视技术分析

二、电视技术发展水平

三、行业主要技术发展趋势

第三章 2019年印度电视所属行业运行分析

第一节 电视行业发展状况分析

一、电视行业发展阶段

二、电视行业发展总体概况

三、电视行业发展特点分析

第二节 电视行业发展现状

一、电视行业市场规模

二、电视行业发展分析2019年印度电视市场零售量份额

三、电视企业发展分析

第三节 区域市场分析

一、区域市场分布总体情况

二、重点省市市场分析

第四节 电视细分产品/服务市场分析

一、细分产品/服务特色

二、细分产品/服务市场规模及增速

三、重点细分产品/服务市场前景预测

第五节 电视产品/服务价格分析

一、电视价格走势

二、影响电视价格的关键因素分析

1、成本

2、供需情况

3、关联产品

4、其他

三、2016-2019年电视产品/服务价格变化趋势

四、主要电视企业价位及价格策略

第四章 2019年印度电视所属行业整体运行指标分析

第一节 电视行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 电视行业产销情况分析

一、电视行业工业总产值

二、电视行业工业销售产值

三、电视行业产销率

第三节 电视行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第五章 2019年印度电视行业供需形势分析

第一节 电视行业供给分析

一、电视行业供给分析

二、2016-2019年电视行业供给变化趋势

三、电视行业区域供给分析

第二节 电视行业需求情况

一、电视行业需求市场

二、电视行业客户结构

三、电视行业需求的地区差异

第三节 电视市场应用及需求预测

一、电视应用市场总体需求分析

1、电视应用市场需求特征

2、电视应用市场需求总规模

二、2021-2027年电视行业领域需求量预测

1、2021-2027年电视行业领域需求产品/服务功能预测

2、2021-2027年电视行业领域需求产品/服务市场格局预测

三、重点行业电视产品/服务需求分析预测

第六章 2019年印度电视行业产业结构分析

第一节 电视产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、印度电视行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 2019年印度电视行业产业链分析

第一节 电视行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 电视上游行业分析

一、电视产品成本构成

二、上游行业发展现状

三、2016-2019年上游行业发展趋势

四、上游供给对电视行业的影响

第三节 电视下游行业分析

一、电视下游行业分布

二、下游行业发展现状

三、2016-2019年下游行业发展趋势

四、下游需求对电视行业的影响

第八章 2019年印度电视行业渠道分析及策略

第一节 电视行业渠道分析

一、渠道形式及对比

二、各类渠道对电视行业的影响

三、主要电视企业渠道策略研究

四、各区域主要代理商情况

第二节 电视行业用户分析

一、用户需求特点分析

二、用户购买途径分析

第三节 电视行业营销策略分析

一、印度电视营销概况

二、电视营销策略探讨

三、电视营销发展趋势

第九章 2019年印度电视行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、电视行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、电视行业企业间竞争格局分析

三、电视行业集中度分析

四、电视行业SWOT分析

第二节 电视行业竞争格局综述

一、电视行业竞争概况

1、印度电视行业竞争格局

2、电视行业未来竞争格局和特点

3、电视市场进入及竞争对手分析

二、印度电视行业竞争力分析

1、印度电视行业竞争力剖析

2、印度电视企业市场竞争的优势

3、国内电视企业竞争能力提升途径

三、电视市场竞争策略分析

第十章电视主要企业发展概述

第一节 A公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、发展规划

第二节 B公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、发展规划

第三节 C公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、发展规划

第四节 D公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况
- 五、发展规划

第五节 E公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况
- 五、发展规划

第六节 F公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况
- 五、发展规划

第十一章 2021-2027年印度电视行业投资前景分析

第一节 电视市场发展前景

- 一、电视市场发展潜力
- 二、电视市场发展前景展望
- 三、电视细分行业发展前景分析

第二节 电视市场发展趋势预测

- 一、电视行业发展趋势
- 二、电视市场规模预测
- 三、电视行业应用趋势预测
- 四、2021-2027年细分市场发展趋势预测

第三节 电视行业供需预测

- 一、电视行业供给预测
- 二、电视行业需求预测
- 三、电视供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2021-2027年印度电视行业投资机会与风险分析

第一节 电视行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析

第二节 电视行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会

第三节 电视行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第十三章 2021-2027年印度电视行业投资战略研究

第一节 电视行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划

第二节 电视新产品差异化战略

一、电视行业投资战略研究

二、电视行业投资战略

三、电视行业投资战略

四、细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 电视行业研究结论

第二节 电视行业投资价值评估

第三节 电视行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：电视行业生命周期

图表：电视行业产业链结构

图表：2019年印度电视行业市场规模

图表：2019年印度电视市场占全球份额比较

图表：2019年印度电视行业重要数据指标比较

图表：2019年印度电视行业集中度

图表：2019年印度电视行业销售收入

图表：2019年印度电视行业利润总额

图表：2019年印度电视行业资产总计

图表：2019年印度电视行业负债总计

图表：2019年印度电视市场价格走势

图表：2019年印度电视行业竞争力分析

图表：2019年印度电视行业工业总产值

图表：2019年印度电视行业主营业务收入

图表：2019年印度电视行业主营业务成本

图表：2019年印度电视行业销售费用分析

图表：2019年印度电视行业管理费用分析

图表：2019年印度电视行业财务费用分析

图表：2019年印度电视行业销售毛利率分析

图表：2019年印度电视行业销售利润率分析

图表：2019年印度电视行业成本费用利润率分析

图表：2019年印度电视行业总资产利润率分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202109/238352.html>