

## 2019-2024 年中国液晶电视行业深度调研及投资机会分析报告

### 内容概要：

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。

世界上第一台液晶显示设备在 20 世纪 70 年代初由日本夏普制造，80 年代末至 90 年代初，日本掌握了 STN-LCD 及 TFT-LCD 生产技术，LCD 工业开始高速发展。根据 Trend Force 最新数据显示，2016 年全球液晶电视出货约 2.2 亿台，年增长 1.9%。

当液晶显示技术进入成熟期后，被视为替代技术的主要有 QLED、MicroLED、OLED 几个方向。目前，全球范围内 OLED 阵营已经扩容到 13 个品牌，其中国内市场包括创维、康佳、长虹、LG 电子、索尼、飞利浦。与 OLED 分庭抗礼的则是以三星、海信、TCL 为代表的 QLED 阵营，两大阵营在高端市场的占有率均在稳步提升。

前海中泰咨询结合了大量一手市场调研数据以及已有的专业数据库、公开数据信息、合作资源渠道等数据信息资源，深入客观地对液晶电视行业概况、全球发展现状、宏观发展环境、行业市场规模情况、细分市场状况、营销模式、竞争格局及策略、重点企业经营情况、市场发展前景、发展趋势、投资潜力和风险等重点内容进行了全面而系统的分析。

本研究报告数据主要依据于国家统计局、国家商务部、海关总署、国研网、中国光学光电子行业协会液晶分会、中国电子视像行业协会、中国家电协会、中国家用电器商业协会、中国知网、前海中泰数据库以及国内外重点期刊杂志等渠道的基础信息，数据详实丰富、准确全面。本研究报告为液晶电视行业相关企业、销售企业、科研单位、投资企业等准确了解液晶电视行业现状和市场动态，把握企业定位和投资机遇提供投资决策参考依据，从而在竞争中赢得先机！

### ■ 基本信息

服务形式：电子版/印刷版  
交付方式：Email 或特快专递  
中文版价格：RMB 9800  
英文版价格：USD 7900  
服务热线：400-6630-998  
订购专线：0755-32919669  
订购传真：0755-61605116  
公司网址：www.qhztzx.com  
出版日期：动态更新

### ■ 核心竞争力

- 数据库资源：涵盖前海中泰数据库、中外文数据库、政府官方数据、合作伙伴资源共享数据库五大主要板块。
- 咨询经验丰富
- 专业咨询团队
- 社会公共资源
- 服务水平与质量
- 不断创新与探索

### ■ 核心业务

上市咨询 企业管理咨询  
行业研究 可行性研究报告  
园区规划 商业计划书  
产业规划 资金申请报告  
市场调研 投资价值分析报告  
招商策划 项目稳定回报论证  
数据分析 投资风险评估报告

## 2019-2024 年中国液晶电视行业深度调研及投资机会分析报告

### ■ 报告目录

#### 第 1 章 液晶电视行业发展综述

##### 1.1 液晶电视行业定义及分类

###### 1.1.1 行业概念及定义

###### 1.1.2 行业主要产品大类

###### 1.1.3 液晶电视主要性能指标

###### 1.1.4 液晶电视优缺点分析

##### 1.2 液晶电视行业产业链结构分析

###### 1.2.1 产业链结构分析

###### 1.2.2 产业链上游行业分析

###### 1.2.3 产业链下游行业分析

#### 第 2 章 全球液晶电视行业发展状况与趋势分析

##### 2.1 全球液晶电视行业发展现状

###### 2.1.1 全球液晶电视行业发展概况

###### 2.1.2 全球液晶电视行业区域分布

###### 2.1.3 全球液晶电视行业竞争态势

###### 2.1.4 全球液晶电视发展趋势分析

##### 2.2 美国液晶电视行业发展状况分析

###### 2.2.1 行业发展现状分析

###### 2.2.2 行业主要品牌分析

###### 2.2.3 行业发展趋势分析

##### 2.3 日本液晶电视行业发展状况分析

###### 2.3.1 行业发展现状分析

###### 2.3.2 行业主要品牌分析

###### 2.3.3 行业发展趋势分析

##### 2.4 韩国液晶电视行业发展状况分析

- 2.4.1 行业发展现状分析
- 2.4.2 行业主要品牌分析
- 2.4.3 行业发展趋势分析

### 第 3 章 中国液晶电视行业发展环境 PEST 分析

#### 3.1 中国液晶电视行业政策环境分析

- 3.1.1 行业管理体制
- 3.1.2 行业政策体系
- 3.1.3 行业标准规范

#### 3.2 中国液晶电视行业经济环境分析

- 3.2.1 中国 GDP 增长情况
- 3.2.2 工业经济发展形势
- 3.2.3 社会固定资产投资情况
- 3.2.4 全社会消费品零售总额
- 3.2.5 中国融资环境分析

#### 3.3 中国液晶电视行业社会环境分析

- 3.3.1 人口结构环境分析
- 3.3.2 居民人均可支配收入
- 3.3.3 居民消费水平情况
- 3.3.4 中国城镇化率水平
- 3.3.5 居民消费习惯分析

#### 3.4 中国液晶电视行业技术环境分析

- 3.4.1 关键技术发展分析
- 3.4.2 技术发展趋势分析

### 第 4 章 中国液晶电视行业市场发展状况分析

#### 4.1 中国液晶电视行业发展现状分析

- 4.1.1 液晶电视行业发展阶段分析
- 4.1.2 液晶电视行业区域分布特征
- 4.1.3 液晶电视行业发展现状分析
- 4.1.4 液晶电视行业存在问题分析

## 4.2 中国液晶电视行业市场运行状况分析

- 4.2.1 液晶电视市场运行现状
- 4.2.2 液晶电视行业产销规模分析
- 4.2.3 液晶电视产品渗透率情况
- 4.2.4 液晶电视市场价格分析

## 4.3 中国液晶电视行业进出口情况分析

- 4.3.1 液晶电视进口市场分析
- 4.3.2 液晶电视出口市场分析

# 第5章 中国液晶电视主要相关产品市场发展分析

## 5.1 智能电视行业发展分析

- 5.1.1 基本概念及特征分析
- 5.1.2 市场驱动因素分析
- 5.1.3 行业发展现状分析
- 5.1.4 行业发展趋势分析

## 5.2 3D 电视行业发展分析

- 5.2.1 基本概念及特征分析
- 5.2.2 市场驱动因素分析
- 5.2.3 行业发展现状分析
- 5.2.4 行业发展趋势分析

## 5.3 4K 电视行业发展分析

- 5.3.1 基本概念及特征分析
- 5.3.2 市场驱动因素分析
- 5.3.3 行业发展现状分析
- 5.3.4 行业发展趋势分析

# 第6章 中国液晶电视行业营销渠道及策略分析

## 6.1 中国液晶电视消费市场需求群体分析

- 6.1.1 用户认知程度分析
- 6.1.2 用户需求特征分析
- 6.1.3 用户购买途径分析

6.1.4 用户消费习惯分析

6.1.5 用户品类偏好分析

## 6.2 中国液晶电视行业营销渠道分析

6.2.1 家电连锁渠道

6.2.2 百货渠道

6.2.3 超市渠道

6.2.4 网络渠道

## 6.3 中国液晶电视行业营销策略分析

6.3.1 液晶电视行业经营存在问题分析

6.3.2 液晶电视行业促销策略分析

6.3.3 液晶电视行业市场开发策略分析

# 第 7 章 中国液晶电视行业市场竞争格局分析

## 7.1 液晶电视行业竞争格局分析

7.1.1 品牌竞争格局

7.1.2 行业竞争态势分析

## 7.2 液晶电视行业波特五力竞争模型分析

7.2.1 现有企业间竞争

7.2.2 潜在进入者分析

7.2.3 替代品威胁分析

7.2.4 供应商议价能力

7.2.5 购买者议价能力

## 7.3 品牌竞争核心要素分析

7.3.1 系统培训

7.3.2 盈利模式

7.3.3 服务体系

7.3.4 人才竞争

7.3.5 渠道资源

7.3.6 质量技术保证

# 第 8 章 中国液晶电视行业重点区域市场发展分析

- 8.1 液晶电视行业区域投资环境分析
- 8.2 不同区域液晶电视行业发展情况分析
  - 8.2.1 华北地区液晶电视行业发展情况
  - 8.2.2 东北地区液晶电视行业发展情况
  - 8.2.3 华东地区液晶电视行业发展情况
  - 8.2.4 华中地区液晶电视行业发展情况
  - 8.2.5 华南地区液晶电视行业发展情况
  - 8.2.6 西南地区液晶电视行业发展情况
  - 8.2.7 西北地区液晶电视行业发展情况

## 第 9 章 中国液晶电视行业标杆企业经营分析

- 9.1 重点企业一
  - 9.1.1 企业发展简况
  - 9.1.2 主营业务领域
  - 9.1.3 市场布局情况
  - 9.1.4 竞争优势分析
  - 9.1.5 经营业绩分析
  - 9.1.6 盈利能力分析
  - 9.1.7 运营能力分析
  - 9.1.8 发展能力分析
  - 9.1.9 偿债能力分析
- 9.2 重点企业二
  - 9.2.1 企业发展简况
  - 9.2.2 主营业务领域
  - 9.2.3 市场布局情况
  - 9.2.4 竞争优势分析
  - 9.2.5 经营业绩分析
  - 9.2.6 盈利能力分析
  - 9.2.7 运营能力分析
  - 9.2.8 发展能力分析

9.2.9 偿债能力分析

### 9.3 重点企业三

9.3.1 企业发展简况

9.3.2 主营业务领域

9.3.3 市场布局情况

9.3.4 竞争优势分析

9.3.5 经营业绩分析

9.3.6 盈利能力分析

9.3.7 运营能力分析

9.3.8 发展能力分析

9.3.9 偿债能力分析

### 9.4 重点企业四

9.4.1 企业发展简况

9.4.2 主营业务领域

9.4.3 市场布局情况

9.4.4 竞争优势分析

9.4.5 经营业绩分析

9.4.6 盈利能力分析

9.4.7 运营能力分析

9.4.8 发展能力分析

9.4.9 偿债能力分析

### 9.5 重点企业五

9.5.1 企业发展简况

9.5.2 主营业务领域

9.5.3 市场布局情况

9.5.4 竞争优势分析

9.5.5 经营业绩分析

9.5.6 盈利能力分析

9.5.7 运营能力分析

9.5.8 发展能力分析

9.5.9 偿债能力分析

## 9.6 重点企业六

9.6.1 企业发展简况

9.6.2 主营业务领域

9.6.3 市场布局情况

9.6.4 竞争优势分析

9.6.5 经营业绩分析

9.6.6 盈利能力分析

9.6.7 运营能力分析

9.6.8 发展能力分析

9.6.9 偿债能力分析

## 9.7 重点企业七

9.7.1 企业发展简况

9.7.2 主营业务领域

9.7.3 市场布局情况

9.7.4 竞争优势分析

9.7.5 经营业绩分析

9.7.6 盈利能力分析

9.7.7 运营能力分析

9.7.8 发展能力分析

9.7.9 偿债能力分析

## 9.8 重点企业八

9.9.1 企业发展简况

9.9.2 主营业务领域

9.9.3 市场布局情况

9.9.4 竞争优势分析

9.9.5 经营业绩分析

9.9.6 盈利能力分析

9.9.7 运营能力分析

9.9.8 发展能力分析



9.9.9 偿债能力分析

## 9.9 重点企业九

9.9.1 企业发展简况

9.9.2 主营业务领域

9.9.3 市场布局情况

9.9.4 竞争优势分析

9.9.5 经营业绩分析

9.9.6 盈利能力分析

9.9.7 运营能力分析

9.9.8 发展能力分析

9.9.9 偿债能力分析

## 9.10 重点企业十

9.10.1 企业发展简况

9.10.2 主营业务领域

9.10.3 市场布局情况

9.10.4 竞争优势分析

9.10.5 经营业绩分析

9.10.6 盈利能力分析

9.10.7 运营能力分析

9.10.8 发展能力分析

9.10.9 偿债能力分析

# 第 10 章 中国液晶电视行业发展趋势与前景预测

## 10.1 中国液晶电视行业发展趋势分析

10.1.1 技术发展趋势

10.1.2 产品发展趋势

10.1.3 市场价格走势

## 10.2 中国液晶电视行业市场前景展望

10.2.1 市场发展前景展望

10.2.2 行业市场规模预测

## 第 11 章 中国液晶电视行业发展投资潜力分析

### 11.1 中国液晶电视行业市场投资机会分析

- 11.1.1 产业链投资机会分析
- 11.1.2 细分市场投资机会分析
- 11.1.3 重点区域投资机会分析

### 11.2 中国液晶电视行业市场投资潜力分析

- 11.2.1 行业发展影响因素分析
- 11.2.2 行业市场投资潜力分析

### 11.3 中国液晶电视行业市场投资风险预警

- 11.3.1 技术更新风险
- 11.3.2 市场价格风险
- 11.3.3 行业竞争风险
- 11.3.4 产品结构风险

## ■ 图表目录

- 图表 1：2013-2018 年中国国内生产总值
- 图表 2：2013-2018 年工业增加值及同比增速
- 图表 3：2018 年末我国人口数量及其构成情况
- 图表 4：2013-2018 年中国农村居民人均纯收入情况
- 图表 5：2013-2018 年中国城镇居民人均可支配收入情况
- 图表 6：2013-2018 年社会消费量零售总额
- 图表 7：2013-2018 年中国城镇化率水平
- 图表 8：中国液晶电视行业产量规模情况
- 图表 9：中国液晶电视行业销量规模情况
- 图表 10：中国液晶电视行业出口规模情况
- 图表 11：中国液晶电视市场品牌关注比例分布情况
- 图表 12：中国液晶电视行业区域分布结构
- 图表 13：重点企业一主要经济指标分析

- 图表 14: 重点企业一盈利能力分析
- 图表 15: 重点企业一运营能力分析
- 图表 16: 重点企业一偿债能力分析
- 图表 17: 重点企业一发展能力分析
- 图表 18: 重点企业二市场营销网络布局
- 图表 19: 重点企业二主要经济指标分析
- 图表 20: 重点企业二盈利能力分析
- ... ..

更多图表详见报告原文或咨询客服。

如需了解报告详细内容, 请直接致电前海中泰咨询客服中心。

全国服务热线: **400-6630-998 0755-32919669**

QQ 在线咨询: **2013746518 3119207588**

订购传真: **0755-61605116**

电子邮箱: [service@qhztzx.com](mailto:service@qhztzx.com)

公司网站: [www.qhztzx.com](http://www.qhztzx.com)

大批量采购报告可享受会员特惠, 详情请来电咨询, 我们会竭诚为您服务!

**【版权声明】** 本报告由前海中泰咨询网出品, 版权归前海中泰(深圳)研究咨询控股有限公司所有, 拥有唯一著作权。前海中泰咨询网的咨询产品为有偿提供给购买该产品的客户使用, 并仅限于该客户内部使用。本报告及相关资料未经前海中泰(深圳)研究咨询控股有限公司书面授权许可, 任何网站或媒体不得复制、转载或引用。

## 前海中泰咨询研究报告订购协议

甲 方： \_\_\_\_\_  
企业负责人： \_\_\_\_\_ 先生 女士 职务： \_\_\_\_\_  
企业联系人： \_\_\_\_\_ 先生 女士 职务： \_\_\_\_\_  
手 机： \_\_\_\_\_ 企业传真： \_\_\_\_\_  
座 机： \_\_\_\_\_ 电子邮箱： \_\_\_\_\_  
地 址： \_\_\_\_\_

套餐一：5份报告，特惠订阅费用4.6万元 套餐二：10份报告，特惠订阅费用8.8万元  
套餐三：15份报告，特惠订阅费用12.5万元 套餐四：20份报告，特惠订阅费用16.5万元  
备注：原报告单份定价超过1万的不参与套餐优惠活动。

报告及套餐： \_\_\_\_\_ 份数： \_\_\_\_\_  
服务方式：全套版本（电子版+印刷版） 电子版（电子邮件发送） 印刷版本（免费快递）  
协议金额： \_\_\_\_\_ 付款日期： \_\_\_\_\_

乙 方：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司  
联系电话：**0755-32919669 400-6630-998（全国免费服务热线）** 传真：**0755-61605116**  
地 址：深圳市南山区中心路（深圳湾段）3019号天虹大厦16层（邮编：518000）  
汇款至 招商银行 汇款至 中国建设银行  
账户名：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司 账户名：深圳前海中泰产业研究院有限公司  
开户行：招商银行深圳泰然支行 开户行：中国建设银行深圳住房城市建设支行  
账 号：7559-3003-0010-902 账 号：4425-0100-0058-0000-0402

根据《中华人民共和国合同法》及其他有关法律、法规之规定，甲乙双方经过协商，确认根据下列条款订立合同，以资共同遵照执行。甲乙双方经友好协商达成以下协议：

- 1、本协议签订后2个工作日内，甲方支付款项至乙方账户；
- 2、乙方收到甲方款项后2个工作日内寄出正式发票，3-5个工作日内发送研究报告给甲方；
- 3、此研究报告的知识产权归乙方所有；
- 4、乙方授权甲方在其公司（集团）内独立使用该报告，未经乙方许可，甲方不得将报告的任何内容泄露给第三方，否则须承担由此给乙方造成的损失及相应的法律责任；
- 5、本协议一式两份，自双方签字盖章之日起生效，未尽事宜由双方协商解决。

甲方： \_\_\_\_\_ 乙方：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司  
盖章： \_\_\_\_\_ 盖章： \_\_\_\_\_  
日期： \_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日 日期： \_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日