

2010-2015年中国家庭影院 市场竞争格局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

一、报告报价

《2010-2015年中国家庭影院市场竞争格局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/201003/35695.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

【 报告目录 】

第一章 家庭影院产业相关概述

第一节 家庭影院的介绍

一、家庭影院的定义

二、家庭影院的特点

三、家庭影院的空间规律

四、家庭影院放声系统的多模式介绍

第二节 家庭影院技术的概述

一、家庭影院的四种主要技术

二、无线家庭影院技术

三、虚拟环绕声技术

第二章 2009-2010年中国家庭影院产业运行环境分析

第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入

三、恩格尔系数

四、工业发展形势分析

五、存贷款利率变化

六、财政收支状况

第二节 2009-2010年中国家庭影院产业政策环境分析

一、家用视听商品修理更换退货责任规定

二、家庭影院用环绕声放大器通用规范

三、厅堂混响时间测量规范

四、厅堂扩声特性测量方法

第三节 2009-2010年中国家庭影院产业社会环境分析

第三章 2009-2010年中国家庭影院产业市场运行动态分析

第一节 2009-2010年中国家庭影院市场发展概况

一、中国影音产业的发展环境

二、中国家庭影院市场出演短兵相接

三、中国家庭影院市场发展优势明显

四、中国DVD数码家庭影院大步进入居民家庭

第二节 2009-2010年中国家庭影院市场走势分析

一、2006年中国家庭影院产品硬性广告投放浅析

二、2009年中国家庭影院市场销售数据

三、2009年中国家庭影院市场分析

四、2009年上半年中国家庭影院市场分析

第三节 2009-2010年中国家庭影院市场品牌分析

一、国内家庭影院专业品牌三强出炉

二、中国居民家庭影院产品品牌偏好解析

三、中国家庭影院的品牌之争日益激烈

第四节 2009-2010年中国家庭影院市场存在的问题及对策

一、影响中国家庭影院发展的因素

二、中国家庭影院市场做不大的原因

三、中国家庭影院市场存在的难题及对策

第四章 2009-2010年中国家用影视设备制造业主要指标监测分析

第一节 2009-2010年中国家用影视设备制造业数据统计与监测分析

一、2009-2010年中国家用影视设备制造业企业数量增长分析

二、2009-2010年中国家用影视设备制造业从业人数调查分析

三、2009-2010年中国家用影视设备制造业总销售收入分析

四、2009-2010年中国家用影视设备制造业利润总额分析

五、2009-2010年中国家用影视设备制造业投资资产增长性分析

第二节 2009年中国家用影视设备制造业最新数据统计与监测分析（按季度更新）

一、企业数量与分布

二、销售收入

三、利润总额

四、从业人数

第三节 2009年中国家用影视设备制造业投资状况监测（按季度更新）

一、行业资产区域分布

二、主要省市投资增速对比

第五章 2009-2010年中国家用音响设备制造业主要指标监测分析

第一节 2009-2010年中国家用音响设备制造业数据统计与监测分析

- 一、2009-2010年中国家用音响设备制造业企业数量增长分析
- 二、2009-2010年中国家用音响设备制造业从业人数调查分析
- 三、2009-2010年中国家用音响设备制造业总销售收入分析
- 四、2009-2010年中国家用音响设备制造业利润总额分析
- 五、2009-2010年中国家用音响设备制造业投资资产增长性分析

第二节 2009年中国家用音响设备制造业最新数据统计与监测分析（按季度更新）

- 一、企业数量与分布
- 二、销售收入
- 三、利润总额
- 四、从业人数

第三节 2009年中国家用音响设备制造业投资状况监测（按季度更新）

- 一、行业资产区域分布
- 二、主要省市投资增速对比

第六章 2009-2010年中国家庭影院细分产品市场分析——音响

第一节 2009-2010年中国音响行业的发展概况

- 一、中国音响产业的发展历程及回顾
- 二、音响行业进入品牌竞合时代
- 三、中国专业音响产业发展的影响因素
- 四、中国大陆专业音响的波特模型及SWOT模型
- 五、中国民用音响企业战略转型行为浅析

第二节 2009-2010年中国音响市场分析

- 一、中国家庭影院音响市场供需透析
- 二、中国音响市场品牌集中度不断提高
- 三、中国音响市场冰火两重天
- 四、音响行业2009年存在五大利好

第三节 2009-2010年中国组合音响的产量数据分析

- 一、2009年中国组合音响产量数据
- 二、2009年中国组合音响产量数据
- 三、2009年中国组合音响产量数据

四、中国组合音响产量增长性分析

第四节 2009-2010年中国音响行业存在的问题分析

一、中国音响产业特许经营存在的四大问题

二、中国音响市场先天性缺钙企业面临危机

三、中国音响行业展览及设备制造的怪状

第五节 2009-2010年中国音响行业的发展对策

一、中国音响行业应改变观念应对生存危机

二、打造中国音响品牌的注意事项

三、中国音响成为世界名牌的三条路

四、出口远洋是中国音响产业发展的新道路

第七章 2009-2010年中国家庭影院细分产品市场分析——音箱

第一节 音箱的相关概述

一、音箱的定义

二、音箱的分类

三、音箱的性能指标

四、音箱的分频网络

第二节 2009-2010年中国音箱市场发展分析

一、中国有源音箱市场分析

二、中国多媒体音箱市场结构分析

三、中国多媒体音箱重点厂商竞争力评价

四、中国音箱市场的关注度及价格分析

第三节 2010-2015年中国音箱产业的发展趋势分析

一、2009年音箱市场预测

二、中国多媒体音箱的发展方向

三、中国有源音箱的发展趋势

第八章 2009-2010年中国家庭影院细分产品市场分析——影碟机

第一节 2009-2010年中国影碟机市场的总体概况

一、中国影碟机市场的特点

二、中国影碟机市场的博弈

三、韩流本土化袭击中国影碟机市场

第二节 2009-2010年中国影碟机市场分析

- 一、2009年中国DVD影碟机市场的供需分析
- 二、2009年中国影碟机市场分析
- 三、2009年中国DVD影碟机市场的发展特点
- 四、2009年中国大陆DVD影碟机市场的发展

第三节 2009-2010年中国影碟机发展存在的问题

- 一、制约中国影碟机市场发展的四个因素
- 二、中国影碟机产业面临的突出问题
- 三、中国DVD播放机走在三岔路口上
- 四、中国影碟机存在的技术难题

第四节 2009-2010年中国影碟机的发展对策

- 一、中国影碟机发展的三点建议
- 二、中国影碟机的众厂商应团结
- 三、中国影碟机发生嬗变谋求产业扩展

第九章 2009-2010年中国家庭影院细分产品市场分析——投影机

第一节 2009-2010年中国投影机行业的发展概述

- 一、中国投影机产业概况
- 二、投影机功能的发展
- 三、家庭影院投影机的六大技术特征
- 四、家用投影机的优势

第二节 2009-2010年中国投影机市场分析

- 一、2009年中国投影机市场的发展
- 二、2009年中国投影机市场用户关注度分析

第三节 2009-2010年中国投影机市场竞争分析

- 一、中国投影机的市场竞争加剧
- 二、服务及品质监控成为投影机竞争的新热点
- 三、中国投影机在竞争中的不足与危机
- 四、中国投影机的竞争优势

第四节 2009-2010年中国投影机面临的问题及对策

- 一、中国投影机市场虚标性能参数成风需统一规范
- 二、阻碍家用投影机成为热点的因素

三、中国投影机的正确出路

四、中国家庭影院投影市场的发展“选择”

第十章 2009-2010年中国家庭影院细分产品市场分析——彩电

第一节 2009-2010年中国彩电行业发展概况

一、中国彩电行业进入转型升级新阶段

二、中国彩电行业整体业绩稳中有升

三、中国彩电价格分析

第二节 2009-2010年中国彩电市场分析

一、中国彩电市场规模与结构

二、中国彩电市场迈入新品并行时期

三、中国大陆彩色电视市场概况

第三节 2009-2010年中国平板电视市场的发展透视

一、中国平板电视消费迈入普及期

二、中国平板电视城市消费者需求分析

三、中国平板电视市场增长依然强劲

第四节 2009-2010年中国彩色电视产量数据分析

一、2009年中国彩色电视产量数据

二、2009年中国彩色电视产量数据

三、2009年中国彩色电视产量数据

四、2009年中国彩色电视产量增长性分析

第五节 2009-2010年中国彩电的出口分析

一、中国彩电出口势头不减

二、中国彩电出口的特点

三、中国彩电出口结构升级风险增加

四、中国彩电出口亟需树立科学的发展观

五、中国彩电扩大出口的方法

第五节 2009-2010年中国彩电行业存在的问题及对策

一、影响中国彩电发展的六大因素

二、中国彩电产业已经“高危”政策密集抵抗技术密集

三、中国彩电产业加快产品创新的问题及对策

四、中国彩电屡遭反倾销的原因及对策

五、技术创新和工业设计是中国彩电突围的必由之路

六、中国彩电企业应对库存的策略

第十一章 2009-2010年中国家庭影院重点企业竞争力分析

第一节 创维

一、公司简介

二、技术创新推动创维彩电价格高

三、创维成功突围的秘诀

四、深圳创维-RGB电子有限公司经营数据分析

第二节 TCL

一、公司简介

二、TCL引领中国彩电业回归价值战

三、TCL彩电退出欧洲市场国际化道路曲折

四、TCL彩电设计创新增强国际竞争力

五、2009-2010年中国TCL集团股份有限公司经营数据分析

第三节 CAV丽声

一、公司简介

二、CAV丽声的成功之道

三、CAV引领音响消费品牌化

四、CAV音响的文化营销概述

五、深圳市艾丽声电子有限公司经营指标分析

第四节 爱浪

一、公司简介

二、爱浪音响进入专业音响市场

三、爱浪实施影音一体化

第五节 威莱

一、公司简介

二、威莱数码音响市场营销方案

三、威莱音响的成功之道

第六节 步步高

一、公司简介

二、步步高从5万到20亿的成功秘诀及公司展望

三、步步高平板影院成为中国市场的新热点

四、步步高公司的竞争策略

五、步步高公司推出音翔引擎家庭影院迈向智能化

六、东莞市步步高视听电子有限公司经营数据分析

第七节 万利达

一、公司简介

二、万利达集团的“升级电视”引领市场新思潮

三、创新成就万利达集团的六大产业群

四、万利达集团转型盯上液晶电视

四、南靖万利达科技有限公司经营数据分析

第八节 广州市东讯科技电器有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第九节 深圳市华录电子有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十节 惠州三星电子有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十一节 雅马哈电子（苏州）有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十二节 厦门万利达通信设备有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十三节 广州惠威电器有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十四节 深圳市百纳信息家电有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十五节 深圳市维斯顿多媒体有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十二章 2010-2015年中国家庭影院产业前景及趋势分析

第一节 2010-2015年中国家庭影院的发展预测

一、融合型家庭影院将主导中国视听产品的消费

二、中国家庭影院市场的未来观望

三、2009年中国家庭影院系统的出口预测

第二节 2010-2015年中国家庭影院产品的前景预测

一、中国彩电市场的前景展望

二、中国电子音响的发展方向

三、中国DVD影碟机市场发展趋势

第三节 2010-2015年中国家庭影院产业市场盈利预测

第十三章 2010-2015年中国家庭影院投资机会与风险分析

第一节 2010-2015年中国家庭影院投资背景

- 一、A标出台各大企业抢家庭影院大蛋糕
- 二、中国家庭影院市场悄然变局
- 三、中国家庭影院市场进入新一轮的洗牌
- 四、家庭影院成为众厂商争夺的重点
- 第二节 2010-2015年中国家庭影院投资机会
 - 一、中国电子产品走俏家庭影院市场潜力大
 - 二、低音炮家庭影院成为家庭新宠
 - 三、中国迷你家庭影院市场发展迅速
 - 四、TI新型数字放大器为家庭影院助力
- 第三节 2010-2015年中国家庭影院投资风险
 - 一、中国家庭影院市场扑朔迷离
 - 二、中国家庭影院产品消费者与厂商的错位
 - 三、中国影碟机的市场投资风险
- 第四节 2010-2015年中国家庭影院投资建议
 - 一、彩电企业打开农村彩电市场的策略
 - 二、音响企业应在生存中求思变
 - 三、音箱厂商取胜的策略
 - 四、影碟机企业闯出重围打开市场的方法

图表目录：（部分）

- 图表：2004年1-12月中国家庭影院产品广告投放的费用及频次
- 图表：2004年中国家庭影院不同品牌的广告投放的费用及频次
- 图表：2004年中国不同地区家庭影院广告投放情况
- 图表：2004年中国家庭影院媒体广告投放结构
- 图表：2004年中国家庭影院硬广告产品类型投放结构
- 图表：2005年1-6月中国大陆家庭影院市场月度销量环比
- 图表：2005年1-6月中国大陆家庭影院市场月度销售额环比
- 图表：2003-2005年中国大陆家庭影院市场销量增长状况
- 图表：2003-2005年中国大陆家庭影院市场销售额增长状况
- 图表：2005年中国大陆家庭影院市场细分产品销量结构
- 图表：2005年中国大陆家庭影院市场产品价格销量结构。
- 图表：2005年中国大陆家庭影院市场销售额结构

图表：2005年中国大陆家庭影院市场销量前10位品牌

图表：2005年中国大陆家庭影院区域市场销量结构

图表：2005年中国大陆家庭影院渠道市场销量结构

图表：CAV丽声产品线结构

图表：CAV丽声产品渠道体系

图表：步步高产品线结构

图表：步步高渠道体系结构

图表：中国居民已购买的家庭影院产品品牌分布

图表：中国居民购买家庭影院产品品牌选择分布

图表：影响中国居民购买家庭影院产品的因素

图表：2009-2010年家用影视设备制造行业企业数量增长趋势图

图表：2009-2010年中国家用影视设备制造行业亏损企业数量及亏损面情况变化图

图表：2009-2010年家用影视设备制造行业累计从业人数及增长情况对比图

图表：2005-2009年中国家用影视设备制造行业销售收入及增长趋势图

图表：2005-2009年中国家用影视设备制造行业毛利率变化趋势图

图表：2005-2009年中国家用影视设备制造行业利润总额及增长趋势图

图表：2009-2010年中国家用影视设备制造行业总资产利润率变化图

图表：2005-2009年中国家用影视设备制造行业总资产及增长趋势图

图表：2009-2010年中国家用影视设备制造行业亏损企业对比图

图表：2009年1-5月中国家用影视设备制造行业不同规模企业分布结构图

图表：2009年1-5月中国家用影视设备制造行业不同所有制企业比例分布图

图表：2009年1-5月中国家用影视设备制造行业主营业务收入与上年同期对比表

图表：2009年1-5月中国家用影视设备制造行业收入前五位省市比例对比表

图表：2009年1-5月中国家用影视设备制造行业销售收入排名前五位省市对比图

图表：2009年1-5月中国家用影视设备制造行业收入前五位省区占全国比例结构图

图表：2009年1-5月中国家用影视设备制造业主营入同比增速前五省市对比 单位：千元

图表：2009年1-5月中国家用影视设备制造主营业务收入增长速度前五省市增长趋势图

图表：2009年1-5月中国家用影视设备制造行业利润总额及与上年同期对比图

图表：2009年1-5月中国家用影视设备制造行业利润总额前五位省市统计表 单位：千元

图表：2009年1-5月中国家用影视设备制造行业利润总额前五位省市对比图

图表：2009年中国家用影视设备制造行业利润总额增长幅度最快的省市统计表 单位：千元

图表：2009年中国家用影视设备制造行业利润总额增长最快省市变化趋势图

图表：2009年1-5月中国家用影视设备制造行业从业人数与上年同期对比图

图表：2009年1-5月中国家用影视设备制造行业资产总计及与上年同期对比图

图表：2009年1-5月中国家用影视设备制造行业资产总计前五位省市统计表

图表：2009年1-5月中国家用影视设备制造行业资产总计前五省市资产情况对比图

图表：2009年1-5月中国家用影视设备制造行业资产总计前五位省市分布结构图

图表：2009年1-5月中国家用影视设备制造资产增长幅度最快的省市统计表 单位：千元

图表：2009年1-5月中国家用影视设备制造行业资产增速前五省市资产总计及增长趋势

图表：2009-2010年家用音响设备制造行业企业数量增长趋势图

图表：2009-2010年中国家用音响设备制造行业亏损企业数量及亏损面情况变化图

图表：2009-2010年家用音响设备制造行业累计从业人数及增长情况对比图

图表：2005-2009年中国家用音响设备制造行业销售收入及增长趋势图

图表：2005-2009年中国家用音响设备制造行业毛利率变化趋势图

图表：2005-2009年中国家用音响设备制造行业利润总额及增长趋势图

图表：2009-2010年中国家用音响设备制造行业总资产利润率变化图

图表：2005-2009年中国家用音响设备制造行业总资产及增长趋势图

图表：2009-2010年中国家用音响设备制造行业亏损企业对比图

图表：2009年1-5月中国家用音响设备制造行业不同规模企业分布结构图

图表：2009年1-5月中国家用音响设备制造行业不同所有制企业比例分布图

图表：2009年1-5月中国家用音响设备制造行业主营业务收入与上年同期对比表

图表：2009年1-5月中国家用音响设备制造行业收入前五位省市比例对比表

图表：2009年1-5月中国家用音响设备制造行业销售收入排名前五位省市对比图

图表：2009年1-5月中国家用音响设备制造行业收入前五位省区占全国比例结构图

图表：2009年1-5月中国家用音响设备制造业主营入同比增速前五省市对比 单位：千元

图表：2009年1-5月中国家用音响设备制造主营业务收入增长速度前五省市增长趋势图

图表：2009年1-5月中国家用音响设备制造行业利润总额及与上年同期对比图

图表：2009年1-5月中国家用音响设备制造行业利润总额前五位省市统计表 单位：千元

图表：2009年1-5月中国家用音响设备制造行业利润总额前五位省市对比图

图表：2009年中国家用音响设备制造行业利润总额增长幅度最快的省市统计表 单位：千元

图表：2009年中国家用音响设备制造行业利润总额增长最快省市变化趋势图

图表：2009年1-5月中国家用音响设备制造行业从业人数与上年同期对比图

图表：2009年1-5月中国家用音响设备制造行业资产总计及与上年同期对比图

图表：2009年1-5月中国家用音响设备制造行业资产总计前五位省市统计表

图表：2009年1-5月中国家用音响设备制造行业资产总计前五省市资产情况对比图

图表：2009年1-5月中国家用音响设备制造行业资产总计前五位省市分布结构图

图表：2009年1-5月中国家用音响设备制造资产增长幅度最快的省市统计表 单位：千元

图表：2009年1-5月中国家用音响设备制造行业资产增速前五省市资产总计及增长趋势

图表：中国音响市场的波特模型

图表：中国音响业的SWOT模型

图表：2005年中国民用音响市场渠道的转型

图表：每百户家庭影音电器拥有率

图表：家庭影院消费者价格需求比例

图表：家庭影院音响渠道需求结构比例

图表：消费者购买决策人比例

图表：消费者购买决策人分析

图表：家庭影院音响的目标消费者特征

图表：婚姻状况与消费者的购买行为的关系

图表：家庭住房面积与影院音响消费关系

图表：音响市场价格需求与供应对比分析

图表：家庭影院音响市场渠道供应与需求状况分析

图表：音响市场消费者对音响促销员的认同率

图表：中国前八名音响品牌市场占有率

图表：2009-2010年组合音响产量全国统计

图表：2009-2010年组合音响产量天津市统计

图表：2009-2010年组合音响产量河北省统计

图表：2009-2010年组合音响产量上海市统计

图表：2009-2010年组合音响产量江苏省统计

图表：2009-2010年组合音响产量浙江省统计

图表：2009-2010年组合音响产量福建省统计

图表：2009-2010年组合音响产量山东省统计

图表：2009-2010年组合音响产量广东省统计

图表：2009-2010年组合音响产量四川省统计

图表：2005年中国大陆有源音箱市场按声道数量分类的产品销量情况

图表：2005年中国大陆有源音箱市场按声道数量标准划分的产品销售量结构

图表：2005年中国重点区域有源音箱市场结构情况

图表：2005年中国有源音箱区域市场分布

图表：2005年中国大陆有源音箱市场销售量品牌结构

图表：2005年中国大陆有源音箱市场销售量价格结构

图表：中国有源音箱PC品牌厂商

图表：各大音箱品牌的竞争力情况

图表：五种音箱品牌的产品竞争力

图表：六种音箱品牌的价格竞争力

图表：各大音箱品牌的渠道竞争力

图表：中国市场上十种音箱的品牌竞争力

图表：中国市场几种音箱品牌的服务竞争力

图表：音箱市场的整体竞争格局分析

图表：中国消费者购买有源音响的特征分布

图表：按投影机产品亮度占有率分析

图表：按投影机分辨率市场占有率分析

图表：不同地区投影机市场销售分析

图表：投影机应用市场分析

图表：投影机产品市场销售渠道模式一

图表：投影机产品市场销售渠道模式二

图表：投影机产品市场销售渠道模式三

图表：地区品牌投影机占有率

图表：中国家庭影院及音响设备的拥有情况

图表：中国专业音响品牌的预测购买率

图表：家庭影院用环绕声放大器电性能参数及要求

图表：扫频振动试验要求

图表：自由跌落试验要求

图表：会信号测量方框

图表：信号测量步骤

图表：信号电压测量方框

图表：A计权信噪比和宽带信噪比测量框

图表：源电动ES测量方框

图表：各通道输出电平 U_n 测量方框

图表：频响测试信号

图表：视频输出电平测试信号

图表：亮度输出信号电平Y和色同步输出电平C测量方框

图表：亮度非线性失真测试信号（5阶梯）

图表：统计试验方案

图表：2（C，2 σ ）分布分位数

图表：定型检验项目、要求、方法和样品数量

图表：开箱检查内容不合格判据

图表：逐批检验抽样方案

图表：安全检查的不合格判据

图表：检验程序和项目

图表：例行检验安全试验内容和方法

图表：例行检验抽样方案

图表：环境试验机内检查内容不合格判据

图表：2000-2005年中国彩电产品生产、销售情况

图表：2000-2005年中国彩电产品出口情况

图表：2003-2005年中国平板电视出口情况

图表：2003-2005年我部重点监测企业平板电视生产、销售增长情况

图表：2006年Q1-Q4中国彩电产量规模与同比增长率

图表：2005-2006年Q1-Q4中国彩电出口量与内销出货量规模对比

图表：2005-2006年各个季度中国CRT彩电出口量与国内市场出货量对比

图表：2005-2006年各个季度中国LCD彩电出口量变化

图表：2003-2009年中国国内市场彩电零售量及增长

图表：2003-2009年中国国内市场彩电销售额及增长

图表：2006年中国彩电市场零售量结构——按城市级别分类

图表：2003-2009年中国彩电市场零售量结构——按照产品显示技术分类

图表：2003-2006年中国大陆彩电销售量

图表：2003-2006年中国大陆彩电销售额

图表：2003-2006年中国大陆彩电出口量

图表：2006年中国大陆彩电渠道市场结构

图表：2007第一季度中国彩电市场不同产品占有率

图表：2007第一季度中国彩电市场内销总量

图表：2004-2009年中国平板电视的消费量及预测

图表：2005-2009年上半年中国城市居民家庭预期购买彩电选择类型的变化情况

图表：2005-2007上半年中国购买平板电视城市居民家庭收入结构变化

图表：2005-2009年上半年中国市场分尺寸液晶电视价格下降变化趋势

图表：2005-2009年上半年中国市场分尺寸等离子电视价格下降变化趋势

图表：2005-2009年上半年中国城市居民家庭购买平板电视选择尺寸变化

图表：2005-2009年上半年中国城市居民选择平板电视的时间分布

图表：2005-2009年中国消费者平板电视购买渠道选择

图表：中国城市消费者预期购买平板电视的考虑因素

图表：2005年中国大陆平板电视销量

图表：2005年度中国大陆平板电视销量品牌竞争格局

图表：2005年度中国大陆平板电视销售额品牌竞争格局

图表：中国大陆液晶电视市场尺寸结构

图表：中国大陆等离子电视市场尺寸结构

图表：2005年平板电视销售渠道格局

图表：2009-2010年彩色电视机产量全国统计

图表：2009-2010年彩色电视机产量天津市统计

图表：2009-2010年彩色电视机产量内蒙古统计

图表：2009-2010年彩色电视机产量辽宁省统计

图表：2009-2010年彩色电视机产量吉林省统计

图表：2009-2010年彩色电视机产量黑龙江统计

图表：2009-2010年彩色电视机产量上海市统计

图表：2009-2010年彩色电视机产量江苏省统计

图表：2009-2010年彩色电视机产量浙江省统计

图表：2009-2010年彩色电视机产量安徽省统计

图表：2009-2010年彩色电视机产量福建省统计

图表：2009-2010年彩色电视机产量江西省统计

图表：2009-2010年彩色电视机产量山东省统计

图表：2009-2010年彩色电视机产量河南省统计

图表：2009-2010年彩色电视机产量湖南省统计

图表：2009-2010年彩色电视机产量广东省统计

图表：2009-2010年彩色电视机产量重庆市统计

图表：2009-2010年彩色电视机产量四川省统计

图表：2009-2010年彩色电视机产量贵州省统计

图表：2009-2010年彩色电视机产量陕西省统计

图表：2009-2010年彩色电视机产量新疆区统计

图表：1999-2003年中国彩电出口的走势

图表：1999-2003年六大国产名牌彩电企业市场占有率

图表：深圳创维-RGB电子有限公司销售收入情况

图表：深圳创维-RGB电子有限公司盈利指标情况

图表：深圳创维-RGB电子有限公司盈利能力情况

图表：深圳创维-RGB电子有限公司资产运行指标状况

图表：深圳创维-RGB电子有限公司资产负债能力指标分析

图表：深圳创维-RGB电子有限公司成本费用构成情况

图表：2009-2010年中国TCL集团股份有限公司主营收入及分布情况

图表：2009-2010年中国TCL集团股份有限公司偿债比率分析

图表：2009-2010年中国TCL集团股份有限公司获利能力分析

图表：2009-2010年中国TCL集团股份有限公司运营能力分析

图表：2009-2010年中国TCL集团股份有限公司财务能力分析

图表：深圳市艾丽声电子有限公司销售收入情况

图表：深圳市艾丽声电子有限公司盈利指标情况

图表：深圳市艾丽声电子有限公司盈利能力情况

图表：深圳市艾丽声电子有限公司资产运行指标状况

图表：深圳市艾丽声电子有限公司资产负债能力指标分析

图表：深圳市艾丽声电子有限公司成本费用构成情况

图表：东莞市步步高视听电子有限公司销售收入情况

图表：东莞市步步高视听电子有限公司盈利指标情况

图表：东莞市步步高视听电子有限公司盈利能力情况

图表：东莞市步步高视听电子有限公司资产运行指标状况

图表：东莞市步步高视听电子有限公司资产负债能力指标分析

图表：东莞市步步高视听电子有限公司成本费用构成情况

图表：南靖万利达科技有限公司销售收入情况

图表：南靖万利达科技有限公司盈利指标情况

图表：南靖万利达科技有限公司盈利能力情况

图表：南靖万利达科技有限公司资产运行指标状况

图表：南靖万利达科技有限公司资产负债能力指标分析

图表：南靖万利达科技有限公司成本费用构成情况

图表：广州市东讯科技电器有限公司销售收入情况

图表：广州市东讯科技电器有限公司盈利指标情况

图表：广州市东讯科技电器有限公司盈利能力情况

图表：广州市东讯科技电器有限公司资产运行指标状况

图表：广州市东讯科技电器有限公司资产负债能力指标分析

图表：广州市东讯科技电器有限公司成本费用构成情况

图表：深圳市华录电子有限公司销售收入情况

图表：深圳市华录电子有限公司盈利指标情况

图表：深圳市华录电子有限公司盈利能力情况

图表：深圳市华录电子有限公司资产运行指标状况

图表：深圳市华录电子有限公司资产负债能力指标分析

图表：深圳市华录电子有限公司成本费用构成情况

图表：惠州三星电子有限公司销售收入情况

图表：惠州三星电子有限公司盈利指标情况

图表：惠州三星电子有限公司盈利能力情况

图表：惠州三星电子有限公司资产运行指标状况

图表：惠州三星电子有限公司资产负债能力指标分析

图表：惠州三星电子有限公司成本费用构成情况

图表：雅马哈电子（苏州）有限公司销售收入情况

图表：雅马哈电子（苏州）有限公司盈利指标情况

图表：雅马哈电子（苏州）有限公司盈利能力情况

图表：雅马哈电子（苏州）有限公司资产运行指标状况

图表：雅马哈电子（苏州）有限公司资产负债能力指标分析

图表：雅马哈电子（苏州）有限公司成本费用构成情况

图表：厦门万利达通信设备有限公司销售收入情况

图表：厦门万利达通信设备有限公司盈利指标情况

图表：厦门万利达通信设备有限公司盈利能力情况

图表：厦门万利达通信设备有限公司资产运行指标状况

图表：厦门万利达通信设备有限公司资产负债能力指标分析

图表：厦门万利达通信设备有限公司成本费用构成情况

图表：厦门万利达通信设备有限公司销售收入情况
图表：厦门万利达通信设备有限公司盈利指标情况
图表：厦门万利达通信设备有限公司盈利能力情况
图表：厦门万利达通信设备有限公司资产运行指标状况
图表：厦门万利达通信设备有限公司资产负债能力指标分析
图表：厦门万利达通信设备有限公司成本费用构成情况
图表：深圳市百纳信息家电有限公司销售收入情况
图表：深圳市百纳信息家电有限公司盈利指标情况
图表：深圳市百纳信息家电有限公司盈利能力情况
图表：深圳市百纳信息家电有限公司资产运行指标状况
图表：深圳市百纳信息家电有限公司资产负债能力指标分析
图表：深圳市百纳信息家电有限公司成本费用构成情况
图表：深圳市维斯顿多媒体有限公司销售收入情况
图表：深圳市维斯顿多媒体有限公司盈利指标情况
图表：深圳市维斯顿多媒体有限公司盈利能力情况
图表：深圳市维斯顿多媒体有限公司资产运行指标状况
图表：深圳市维斯顿多媒体有限公司资产负债能力指标分析
图表：深圳市维斯顿多媒体有限公司成本费用构成情况
图表：2009年中国家庭影院系统的出口预测
图表：2010-2015年中国家庭影院产品的前景预测
图表：2010-2015年中国家庭影院产业市场盈利预测
图表：略……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201003/35695.html>