

# 2007-2008年中国电视机行业 研究发展分析报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2007-2008年中国电视机行业研究发展分析报告》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.chinairr.org/report/R06/R0603/200805/28-439.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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 行业简介 1

#### 第一节 行业定义及范围界定 1

##### 一、行业界定及分类 1

##### 二、产业链 2

#### 第二节 发展历史回顾 2

##### 一、国产品牌涌现（1982-1985年） 2

##### 二、松下、东芝等日本品牌占据绝对优势地位（1986-1992年） 2

##### 三、国内品牌大反攻（1993-1998年） 3

##### 四、洋品牌反扑高端（1990-2001年） 3

##### 五、土洋品牌全面竞争（2002-今） 3

### 第二章 宏观环境分析 4

#### 第一节 政策法律分析 4

##### 一、我国高清电视产业政策 4

##### 二、八部委发公告禁用再生显像管做电视机 4

##### 三、平板电视机安装服务标准出台 5

##### 四、电子信息产品污染控制标识要求3月实施 7

#### 第二节 经济分析 8

##### 一、经济增长 8

##### 二、城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 10

##### 三、城镇人员就业状况 11

##### 四、存贷款利率变化 13

##### 五、财政收支状况 15

##### 六、人民币汇率变化 30

#### 第三节 技术分析 33

##### 一、我国电视机技术发展历程 33

##### 二、电视机技术发展趋势 39

#### 第四节 社会分析 40

##### 一、人口规模分析 40

##### 二、年龄结构分析 40

##### 三、学历结构分析 41

第三章 市场分析	43
第一节 市场规模	43
第二节 产品结构	44
第三节 市场结构	44
第四节 品牌市场结构	45
第五节 消费特征	45
一、预期购买平板电视比重迅速攀升	45
二、购买平板电视中等收入家庭比重增加	45
三、近两年平板电视价格平均降幅45%，中小尺寸贴近普通消费	46
四、小尺寸平板电视将逐渐退出市场	46
五、平板电视消费热潮带动传统渠道回升	47
六、消费者购买平板电视始终不变的四大关注因素	47
第六节 市场特征	47
第四章 市场竞争分析	50
第一节 集中度分析	50
一、电视机行业集中度	50
二、集中度状态描述及趋势	50
第二节 行业生命周期分析	50
第五章 主要厂商分析	54
第一节 TCL王牌电器（惠州）有限公司	54
一、公司简介	54
二、近期动态	55
三、经营分析	57
四、财务分析	60
第二节 四川长虹电器股份有限公司	63
一、公司简介	63
二、经营分析	64
三、财务分析	65
第三节 青岛海信电器股份有限公司	68
一、公司简介	68
二、经营分析	69
三、财务分析	70

#### 第四节 厦门华侨电子有限公司 73

##### 一、公司简介 73

##### 二、经营分析 74

##### 三、财务分析 75

#### 第五节 创维集团有限公司 78

##### 一、公司简介 78

##### 二、上市公司-创维数码经营分析 80

#### 第六章 行业发展趋势分析 82

##### 第一节 行业发展趋势 82

###### 一、产品发展趋势 82

###### 二、技术发展趋势 84

##### 第二节 行业规模预测 87

##### 第三节 行业结构预测 89

#### 第七章 行业发展策略建议 91

##### 第一节 产品策略 91

##### 第二节 价格策略 91

##### 第三节 渠道策略 92

##### 第四节 服务策略 95

##### 第五节 行业投资机会建议 95

#### 图表目录：

图表1：1978-2006年中国国内生产总值及增长情况（亿元） 8

图表2：1978-2006年中国城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 10

图表3：2002-2006年中国就业基本情况 11

图表4：1993-2007年中国部分期限居民储蓄利率变化表 13

图表5：1995-2007年中国贷款利率变动情况 14

图表6：2007年财政收入总量结构图 15

图表7：2007年财政收入增收结构图 16

图表8：2007年税收总收入和主要税种收入表(亿元) 17

图表9：2007年非税收入总额及分类收入表(亿元) 29

图表10：2005年7月21日至2008年4月17日人民币汇率中间价对美元 30

图表11：2005年7月21日至2008年4月17日人民币汇率中间价对欧元 31

图表12：2005年7月21日至2008年4月17日人民币汇率中间价对日元 31

图表13：2005年7月21日至2008年4月17日人民币汇率中间价对港元 32

图表14：2006年8月1日至2008年4月17日人民币汇率中间价对英镑 33

图表15：2003-2007年中国国内市场彩电零售量及增长 43

图表16：2003-2007年中国国内市场彩电销售额及增长 43

图表17：2003-2007年中国彩电市场产品结构 44

图表18：2007年中国彩电市场零售量结构-按城市级别分类 44

图表19：2007年中国市场最受用户关注的十大液晶电视品牌分布 45

图表20：2007年我国电视机行业集中度分析 50

图表21：TCL主营业务收入产品结构变化情况 57

图表22：2007年与2006年TCL每股指标比较 60

图表23：2007年与2006年TCL获利能力比较 61

图表24：2007年与2006年TCL经营能力比较 61

图表25：2007年与2006年TCL偿债能力比较 61

图表26：2007年与2006年TCL资本结构比较 62

图表27：2007年与2006年TCL发展能力比较 62

图表28：2007年与2006年TCL现金流量比较 62

图表29：四川长虹主营业务收入产品结构变化情况 64

图表30：四川长虹主营业务收入区域结构变化情况 65

图表31：2007年与2006年四川长虹每股指标比较 65

图表32：2007年与2006年四川长虹获利能力比较 66

图表33：2007年与2006年四川长虹经营能力比较 66

图表34：2007年与2006年四川长虹偿债能力比较 66

图表35：2007年与2006年四川长虹资本结构比较 67

图表36：2007年与2006年四川长虹发展能力比较 67

图表37：2007年与2006年四川长虹现金流量比较 67

图表38：海信电器主营业务收入产品结构变化情况 69

图表39：海信电器主营业务收入区域结构变化情况 69

图表40：2007年与2006年海信电器每股指标比较 70

图表41：2007年与2006年海信电器获利能力比较 70

图表42：2007年与2006年海信电器经营能力比较 71

图表43：2007年与2006年海信电器偿债能力比较 71

图表44：2007年与2006年海信电器资本结构比较 72

- 图表45：2007年与2006年海信电器发展能力比较 72
- 图表46：2007年与2006年海信电器现金流量比较 72
- 图表47：厦华电子主营业务分产品结构变化情况 74
- 图表48：厦华电子主营业务收入区域结构变化情况 74
- 图表49：2007年与2006年厦华电子每股指标比较 75
- 图表50：2007年与2006年厦华电子获利能力比较 75
- 图表51：2007年与2006年厦华电子经营能力比较 76
- 图表52：2007年与2006年厦华电子偿债能力比较 76
- 图表53：2007年与2006年厦华电子资本结构比较 76
- 图表54：2007年与2006年厦华电子发展能力比较 77
- 图表55：2007年与2006年厦华电子现金流量比较 77
- 图表56：创维数码控股有限公司全年业绩（港币：百万元） 80
- 图表57：2003-2007年创维数码资产负债表（港币：百万元） 80
- 图表58：2003-2007年创维数码综合损益表（港币：百万元） 81

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R06/R0603/200805/28-439.html>