

2007-2008年中国家庭影院 市场研究发展分析报告

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

《2007-2008年中国家庭影院市场研究发展分析报告》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.cction.com/report/200806/1282.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、家庭影院的相关概述

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、中国家庭影院市场分析

第一节、中国家庭影院市场的发展概况

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、2004-2005年中国家庭影院市场分析

一、2004年中国家庭影院产品硬性广告投放浅析

二、2005年1-6月中国家庭影院市场销售数据

三、2005年中国家庭影院市场分析

第三节、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、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

第三章、中国家庭影视设备制造经济数据分析

第一节、2005-2007年中国家庭影院影视设备制造总体数据分析

一、2005年1-12月中国家庭影视设备制造全部企业数据分析

二、2006年1-12月中国家庭影视设备制造全部企业数据分析

三、2007年1-5月中国家庭影视设备制造全部企业数据分析

第二节、2005-2007年中国不同所有制家庭影视设备制造企业数据分析

一、2005年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业数据分析

二、2006年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业数据分析

三、2007年1-5月中国不同所有制家庭影视设备制造企业数据分析

第三节、2005-2007年中国不同规模家庭影视设备制造企业数据分析

一、2005年1-12月中国不同规模家庭影视设备制造企业数据分析

二、2006年1-12月中国不同规模家庭影视设备制造企业数据分析

三、2007年1-5月中国不同规模家庭影视设备制造企业数据分析

第四章、中国家用音响设备制造经济数据分析

第一节、2005-2007年中国家用音响设备制造总体数据分析

一、2005年1-12月中国家用音响设备制造全部企业数据分析

二、2006年1-12月中国家用音响设备制造全部企业数据分析

三、2007年1-5月中国家用音响设备制造全部企业数据分析

第二节、2005-2007年中国不同所有制家用音响设备制造企业数据分析

一、2005年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业数据分析

二、2006年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业数据分析

三、2007年1-5月中国不同所有制家用音响设备制造企业数据分析

第三节、2005-2007年中国不同规模家用音响设备制造企业数据分析

一、2005年1-12月中国不同规模家用音响设备制造企业数据分析

二、2006年1-12月中国不同规模家用音响设备制造企业数据分析

三、2007年1-5月中国不同规模家用音响设备制造企业数据分析

第五章、彩电

第一节、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、2005年中国彩电行业发展综述

四、2006年中国彩电产业的发展

第二节、中国彩电市场分析

- 一、中国彩电市场的现状
- 二、中国彩电市场迈入新品并行时期
- 三、2006年中国彩电市场规模与结构
- 四、2006年中国大陆彩色电视市场概况
- 五、2007年1季度中国彩电市场简析

第三节、中国平板电视市场的发展

- 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、2005年中国平板电视市场概述
- 四、2006年中国平板电视市场的特点
- 五、2007年中国平板电视向二三级市场迈进

第四节、2005-2007年5月中国彩色电视产量数据分析

- 一、2005年1-12月中国彩色电视产量数据
- 二、2006年1-12月中国彩色电视产量数据
- 三、2007年1-5月中国彩色电视产量数据

第五节、中国彩电的出口

- 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

第六节、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

第六章、音响

第一节、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、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、2005年中国音响市场迈入微利时代

第三节、2005-2007年5月中国组合音响的产量数据分析

一、2005年1-12月中国组合音响产量数据

二、2006年1-12月中国组合音响产量数据

三、2007年1-5月中国组合音响产量数据

第四节、中国音响行业存在的问题

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、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、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、2005年中国音箱市场回顾

一、2005年中国有源音箱市场分析

二、2005年中国多媒体音箱市场结构分析

三、2005年中国多媒体音箱重点厂商竞争力评价

第三节、2006年中国音箱市场的发展

一、2006年中国音箱市场的关注度及价格分析

二、2006年中国多媒体音箱市场分析

三、2006年中国多媒体音箱市场综述

第四节、中国音箱产业的发展趋势

一、2007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、影碟机

第一节、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、2004-2006年中国影碟机市场分析

一、2004年中国DVD影碟机市场的供需分析

二、2005年中国影碟机市场分析

三、2005年中国DVD影碟机市场的发展特点

四、2006年中国大陆DVD影碟机市场的发展

第三节、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、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、投影机

第一节、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、2004-2007年中国投影机市场分析

一、2004中国投影机市场回顾

二、2005年中国投影机市场的发展

三、2006年1-6月中国投影机市场综述

四、2006年中国投影机市场概况

五、2007年6月中国投影机市场用户关注度分析

第三节、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、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、重点企业

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

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

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

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

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

第十一章、家庭影院投资分析

第一节、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、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、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、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

第十二章、中国家庭影院的前景及趋势

第一节、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、2007年中国家庭影院系统的出口预测

第二节、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

附录：

附录一：家用视听商品修理更换退货责任规定

附录二：家庭影院用环绕声放大器通用规范

附录三：厅堂混响时间测量规范

附录四：厅堂扩声特性测量方法

图表目录：

图表1 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2 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3 2004年中国不同地区家庭影院广告投放情况

图表4 2004年中国家庭影院媒体广告投放结构

图表5 2004年中国家庭影院硬广告产品类型投放结构

图表6 2005年1-6月中国大陆家庭影院市场月度销量环比

图表7 2005年1-6月中国大陆家庭影院市场月度销售额环比

图表8 2003-2005年中国大陆家庭影院市场销量增长状况

图表9 2003-2005年中国大陆家庭影院市场销售额增长状况

图表10 2005年中国大陆家庭影院市场细分产品销量结构

- 图表11 2005年中国大陆家庭影院市场产品价格销量结构。
- 图表12 2005年中国大陆家庭影院市场销售额结构
- 图表13 2005年中国大陆家庭影院市场销量前10位品牌
- 图表14 2005年中国大陆家庭影院区域市场销量结构
- 图表15 2005年中国大陆家庭影院渠道市场销量结构
- 图表16 CAV丽声产品线结构
- 图表17 CAV丽声产品渠道体系
- 图表18 步步高产品线结构
- 图表19 步步高渠道体系结构
- 图表20 中国居民已购买的家庭影院产品品牌分布
- 图表21 中国居民购买家庭影院产品品牌选择分布
- 图表22 影响中国居民购买家庭影院产品的因素
- 图表23 2005年1-12月中国全部家庭影视设备制造企业工业数据
- 图表24 2006年1-12月中国全部家庭影视设备制造企业工业数据
- 图表25 2007年1-5月中国全部家庭影视设备制造企业工业数据
- 图表26 2005年1-12月中国全部家庭影视设备制造国有企业工业数据
- 图表27 2005年1-12月中国全部家庭影视设备制造集体企业工业数据
- 图表28 2005年1-12月中国全部家庭影视设备制造股份合作制企业工业数据
- 图表29 2005年1-12月中国全部家庭影视设备制造股份制企业工业数据
- 图表30 2005年1-12月中国全部家庭影视设备制造私营企业工业数据
- 图表31 2005年1-12月中国全部家庭影视设备制造外商及港澳台企业工业数据
- 图表32 2005年1-12月中国全部家庭影视设备制造其他企业工业数据
- 图表33 2005年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业累计工业总产值对比
- 图表34 2005年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业累计产品销售收入对比
- 图表35 2005年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业累计资产总计对比
- 图表36 2005年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业累计利润总额对比
- 图表37 2005年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业累计工业总产值增长对比
- 图表38 2005年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业累计产品销售收入增长对比
- 图表39 2005年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业累计利润总额增长对比
- 图表40 2005年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业产销率对比
- 图表41 2005年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业流动资产周转次数对比
- 图表42 2005年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业人均销售率对比

图表43 2005年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业亏损面对比

图表44 2005年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业销售利润率对比

图表45 2005年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业资金利锐率对比

图表46 2006年1-12月中国全部家庭影视设备制造国有企业工业数据

图表47 2006年1-12月中国全部家庭影视设备制造集体企业工业数据

图表48 2006年1-12月中国全部家庭影视设备制造股份合作制企业工业数据

图表49 2006年1-12月中国全部家庭影视设备制造股份制企业工业数据

图表50 2006年1-12月中国全部家庭影视设备制造私营企业工业数据

图表51 2006年1-12月中国全部家庭影视设备制造外商及港澳台企业工业数据

图表52 2006年1-12月中国全部家庭影视设备制造其他企业工业数据

图表53 2006年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业累计工业总产值对比

图表54 2006年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业累计产品销售收入对比

图表55 2006年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业累计资产总计对比

图表56 2006年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业累计利润总额对比

图表57 2006年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业累计工业总产值增长对比

图表58 2006年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业累计产品销售收入增长对比

图表59 2006年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业累计利润总额增长对比

图表60 2006年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业产销率对比

图表61 2006年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业流动资产周转次数对比

图表62 2006年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业人均销售率对比

图表63 2006年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业亏损面对比

图表64 2006年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业销售利润率对比

图表65 2006年1-12月中国不同所有制家庭影视设备制造企业资金利锐率对比

图表66 2007年1-5月中国全部家庭影视设备制造国有企业工业数据

图表67 2007年1-5月中国全部家庭影视设备制造集体企业工业数据

图表68 2007年1-5月中国全部家庭影视设备制造股份合作制企业工业数据

图表69 2007年1-5月中国全部家庭影视设备制造股份制企业工业数据

图表70 2007年1-5月中国全部家庭影视设备制造私营企业工业数据

图表71 2007年1-5月中国全部家庭影视设备制造外商及港澳台企业工业数据

图表72 2007年1-5月中国全部家庭影视设备制造其他企业工业数据

图表73 2007年1-5月中国不同所有制家庭影视设备制造企业累计工业总产值对比

图表74 2007年1-5月中国不同所有制家庭影视设备制造企业累计产品销售收入对比

- 图表75 2007年1-5月中国不同所有制家庭影视设备制造企业累计资产总计对比
- 图表76 2007年1-5月中国不同所有制家庭影视设备制造企业累计利润总额对比
- 图表77 2007年1-5月中国不同所有制家庭影视设备制造企业累计工业总产值增长对比
- 图表78 2007年1-5月中国不同所有制家庭影视设备制造企业累计产品销售收入增长对比
- 图表79 2007年1-5月中国不同所有制家庭影视设备制造企业累计利润总额增长对比
- 图表80 2007年1-5月中国不同所有制家庭影视设备制造企业产销率对比
- 图表81 2007年1-5月中国不同所有制家庭影视设备制造企业流动资产周转次数对比
- 图表82 2007年1-5月中国不同所有制家庭影视设备制造企业人均销售率对比
- 图表83 2007年1-5月中国不同所有制家庭影视设备制造企业亏损面对比
- 图表84 2007年1-5月中国不同所有制家庭影视设备制造企业销售利润率对比
- 图表85 2007年1-5月中国不同所有制家庭影视设备制造企业资金利锐率对比
- 图表86 2005年1-12月中国全部大型家庭影视设备制造企业工业数据
- 图表87 2005年1-12月中国全部中型家庭影视设备制造企业工业数据
- 图表88 2005年1-12月中国全部小型家庭影视设备制造企业工业数据
- 图表89 2005年1-12月中国不同规模家庭影视设备制造企业累计工业总产值对比
- 图表90 2005年1-12月中国不同规模家庭影视设备制造企业累计产品销售收入对比
- 图表91 2005年1-12月中国不同规模家庭影视设备制造企业累计利润总额对比
- 图表92 2005年1-12月中国不同规模家庭影视设备制造企业累计全部从业人员平均人数对比
- 图表93 2005年1-12月中国不同规模家庭影视设备制造企业累计工业总产值增长对比
- 图表94 2005年1-12月中国不同规模家庭影视设备制造企业累计产品销售收入增长对比
- 图表95 2005年1-12月中国不同规模家庭影视设备制造企业累计利润总额增长对比
- 图表96 2005年1-12月中国不同规模家庭影视设备制造企业累计固定资产净值平均余额比上年增长对比
- 图表97 2005年1-12月中国不同规模家庭影视设备制造企业亏损面对比
- 图表98 2005年1-12月中国不同规模家庭影视设备制造企业销售利润率对比
- 图表99 2005年1-12月中国不同规模家庭影视设备制造企业资金利锐率对比
- 图表100 2006年1-12月中国全部大型家庭影视设备制造企业工业数据
- 图表101 2006年1-12月中国全部中型家庭影视设备制造企业工业数据
- 图表102 2006年1-12月中国全部小型家庭影视设备制造企业工业数据
- 图表103 2006年1-12月中国不同规模家庭影视设备制造企业累计工业总产值对比
- 图表104 2006年1-12月中国不同规模家庭影视设备制造企业累计产品销售收入对比
- 图表105 2006年1-12月中国不同规模家庭影视设备制造企业累计利润总额对比

- 图表106 2006年1-12月中国不同规模家庭影视设备制造企业累计全部从业人员平均数对比
- 图表107 2006年1-12月中国不同规模家庭影视设备制造企业累计工业总产值增长对比
- 图表108 2006年1-12月中国不同规模家庭影视设备制造企业累计产品销售收入增长对比
- 图表109 2006年1-12月中国不同规模家庭影视设备制造企业累计利润总额增长对比
- 图表110 2006年1-12月中国不同规模家庭影视设备制造企业累计固定资产净值平均余额比上年增长对比
- 图表111 2006年1-12月中国不同规模家庭影视设备制造企业亏损面对比
- 图表112 2006年1-12月中国不同规模家庭影视设备制造企业销售利润率对比
- 图表113 2006年1-12月中国不同规模家庭影视设备制造企业资金利税率对比
- 图表114 2007年1-5月中国全部大型家庭影视设备制造企业工业数据
- 图表115 2007年1-5月中国全部中型家庭影视设备制造企业工业数据
- 图表116 2007年1-5月中国全部小型家庭影视设备制造企业工业数据
- 图表117 2007年1-5月中国不同规模家庭影视设备制造企业累计工业总产值对比
- 图表118 2007年1-5月中国不同规模家庭影视设备制造企业累计产品销售收入对比
- 图表119 2007年1-5月中国不同规模家庭影视设备制造企业累计利润总额对比
- 图表120 2007年1-5月中国不同规模家庭影视设备制造企业累计全部从业人员平均数对比
- 图表121 2007年1-5月中国不同规模家庭影视设备制造企业累计工业总产值增长对比
- 图表122 2007年1-5月中国不同规模家庭影视设备制造企业累计产品销售收入增长对比
- 图表123 2007年1-5月中国不同规模家庭影视设备制造企业累计利润总额增长对比
- 图表124 2007年1-5月中国不同规模家庭影视设备制造企业累计固定资产净值平均余额比上年增长对比
- 图表125 2007年1-5月中国不同规模家庭影视设备制造企业亏损面对比
- 图表126 2007年1-5月中国不同规模家庭影视设备制造企业销售利润率对比
- 图表127 2007年1-5月中国不同规模家庭影视设备制造企业资金利税率对比
- 图表128 2005年1-12月中国全部家用音响设备制造企业工业数据
- 图表129 2006年1-12月中国全部家用音响设备制造企业工业数据
- 图表130 2007年1-5月中国全部家用音响设备制造企业工业数据
- 图表131 2005年1-12月中国全部家用音响设备制造国有企业工业数据
- 图表132 2005年1-12月中国全部家用音响设备制造集体企业工业数据
- 图表133 2005年1-12月中国全部家用音响设备制造股份合作制企业工业数据
- 图表134 2005年1-12月中国全部家用音响设备制造股份制企业工业数据
- 图表135 2005年1-12月中国全部家用音响设备制造私营企业工业数据

图表136 2005年1-12月中国全部家用音响设备制造外商及港澳台企业工业数据

图表137 2005年1-12月中国全部家用音响设备制造其他企业工业数据

图表138 2005年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业累计工业总产值对比

图表139 2005年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业累计产品销售收入对比

图表140 2005年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业累计资产总计对比

图表141 2005年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业累计利润总额对比

图表142 2005年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业累计工业总产值增长对比

图表143 2005年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业累计产品销售收入增长对比

图表144 2005年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业累计利润总额增长对比

图表145 2005年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业产销率对比

图表146 2005年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业流动资产周转次数对比

图表147 2005年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业人均销售率对比

图表148 2005年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业亏损面对比

图表149 2005年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业销售利润率对比

图表150 2005年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业资金利锐率对比

图表151 2006年1-12月中国全部家用音响设备制造国有企业工业数据

图表152 2006年1-12月中国全部家用音响设备制造集体企业工业数据

图表153 2006年1-12月中国全部家用音响设备制造股份合作制企业工业数据

图表154 2006年1-12月中国全部家用音响设备制造股份制企业工业数据

图表155 2006年1-12月中国全部家用音响设备制造私营企业工业数据

图表156 2006年1-12月中国全部家用音响设备制造外商及港澳台企业工业数据

图表157 2006年1-12月中国全部家用音响设备制造其他企业工业数据

图表158 2006年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业累计工业总产值对比

图表159 2006年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业累计产品销售收入对比

图表160 2006年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业累计资产总计对比

图表161 2006年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业累计利润总额对比

图表162 2006年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业累计工业总产值增长对比

图表163 2006年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业累计产品销售收入增长对比

图表164 2006年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业累计利润总额增长对比

图表165 2006年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业产销率对比

图表166 2006年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业流动资产周转次数对比

图表167 2006年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业人均销售率对比

- 图表168 2006年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业亏损面对比
- 图表169 2006年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业销售利润率对比
- 图表170 2006年1-12月中国不同所有制家用音响设备制造企业资金利锐率对比
- 图表171 2007年1-5月中国全部家用音响设备制造国有企业工业数据
- 图表172 2007年1-5月中国全部家用音响设备制造集体企业工业数据
- 图表173 2007年1-5月中国全部家用音响设备制造股份合作制企业工业数据
- 图表174 2007年1-5月中国全部家用音响设备制造股份制企业工业数据
- 图表175 2007年1-5月中国全部家用音响设备制造私营企业工业数据
- 图表176 2007年1-5月中国全部家用音响设备制造外商及港澳台企业工业数据
- 图表177 2007年1-5月中国全部家用音响设备制造其他企业工业数据
- 图表178 2007年1-5月中国不同所有制家用音响设备制造企业累计工业总产值对比
- 图表179 2007年1-5月中国不同所有制家用音响设备制造企业累计产品销售收入对比
- 图表180 2007年1-5月中国不同所有制家用音响设备制造企业累计资产总计对比
- 图表181 2007年1-5月中国不同所有制家用音响设备制造企业累计利润总额对比
- 图表182 2007年1-5月中国不同所有制家用音响设备制造企业累计工业总产值增长对比
- 图表183 2007年1-5月中国不同所有制家用音响设备制造企业累计产品销售收入增长对比
- 图表184 2007年1-5月中国不同所有制家用音响设备制造企业累计利润总额增长对比
- 图表185 2007年1-5月中国不同所有制家用音响设备制造企业产销率对比
- 图表186 2007年1-5月中国不同所有制家用音响设备制造企业流动资产周转次数对比
- 图表187 2007年1-5月中国不同所有制家用音响设备制造企业人均销售率对比
- 图表188 2007年1-5月中国不同所有制家用音响设备制造企业亏损面对比
- 图表189 2007年1-5月中国不同所有制家用音响设备制造企业销售利润率对比
- 图表190 2007年1-5月中国不同所有制家用音响设备制造企业资金利锐率对比
- 图表191 2005年1-12月中国全部大型家用音响设备制造企业工业数据
- 图表192 2005年1-12月中国全部中型家用音响设备制造企业工业数据
- 图表193 2005年1-12月中国全部小型家用音响设备制造企业工业数据
- 图表194 2005年1-12月中国不同规模家用音响设备制造企业累计工业总产值对比
- 图表195 2005年1-12月中国不同规模家用音响设备制造企业累计产品销售收入对比
- 图表196 2005年1-12月中国不同规模家用音响设备制造企业累计利润总额对比
- 图表197 2005年1-12月中国不同规模家用音响设备制造企业累计全部从业人员平均人数对比
- 图表198 2005年1-12月中国不同规模家用音响设备制造企业累计工业总产值增长对比
- 图表199 2005年1-12月中国不同规模家用音响设备制造企业累计产品销售收入增长对比

图表200 2005年1-12月中国不同规模家用音响设备制造企业累计利润总额增长对比

图表201 2005年1-12月中国不同规模家用音响设备制造企业累计固定资产净值平均余额比上年增长对比

图表202 2005年1-12月中国不同规模家用音响设备制造企业亏损面对比

图表203 2005年1-12月中国不同规模家用音响设备制造企业销售利润率对比

图表204 2005年1-12月中国不同规模家用音响设备制造企业资金利税率对比

图表205 2006年1-12月中国全部大型家用音响设备制造企业工业数据

图表206 2006年1-12月中国全部中型家用音响设备制造企业工业数据

图表207 2006年1-12月中国全部小型家用音响设备制造企业工业数据

图表208 2006年1-12月中国不同规模家用音响设备制造企业累计工业总产值对比

图表209 2006年1-12月中国不同规模家用音响设备制造企业累计产品销售收入对比

图表210 2006年1-12月中国不同规模家用音响设备制造企业累计利润总额对比

图表211 2006年1-12月中国不同规模家用音响设备制造企业累计全部从业人员平均数对比

图表212 2006年1-12月中国不同规模家用音响设备制造企业累计工业总产值增长对比

图表213 2006年1-12月中国不同规模家用音响设备制造企业累计产品销售收入增长对比

图表214 2006年1-12月中国不同规模家用音响设备制造企业累计利润总额增长对比

图表215 2006年1-12月中国不同规模家用音响设备制造企业累计固定资产净值平均余额比上年增长对比

图表216 2006年1-12月中国不同规模家用音响设备制造企业亏损面对比

图表217 2006年1-12月中国不同规模家用音响设备制造企业销售利润率对比

图表218 2006年1-12月中国不同规模家用音响设备制造企业资金利税率对比

图表219 2007年1-5月中国全部大型家用音响设备制造企业工业数据

图表220 2007年1-5月中国全部中型家用音响设备制造企业工业数据

图表221 2007年1-5月中国全部小型家用音响设备制造企业工业数据

图表222 2007年1-5月中国不同规模家用音响设备制造企业累计工业总产值对比

图表223 2007年1-5月中国不同规模家用音响设备制造企业累计产品销售收入对比

图表224 2007年1-5月中国不同规模家用音响设备制造企业累计利润总额对比

图表225 2007年1-5月中国不同规模家用音响设备制造企业累计全部从业人员平均数对比

图表226 2007年1-5月中国不同规模家用音响设备制造企业累计工业总产值增长对比

图表227 2007年1-5月中国不同规模家用音响设备制造企业累计产品销售收入增长对比

图表228 2007年1-5月中国不同规模家用音响设备制造企业累计利润总额增长对比

图表229 2007年1-5月中国不同规模家用音响设备制造企业累计固定资产净值平均余额比上年

增长对比

- 图表230 2007年1-5月中国不同规模家用音响设备制造企业亏损面对比
- 图表231 2007年1-5月中国不同规模家用音响设备制造企业销售利润率对比
- 图表232 2007年1-5月中国不同规模家用音响设备制造企业资金利锐率对比
- 图表233 2000-2005年中国彩电产品生产、销售情况
- 图表234 2000-2005年中国彩电产品出口情况
- 图表235 2003-2005年中国平板电视出口情况
- 图表236 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237 2006年Q1-Q4中国彩电产量规模与同比增长率
- 图表238 2005-2006年Q1-Q4中国彩电出口量与内销出货量规模对比
- 图表239 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240 2005-2006年各个季度中国LCD彩电出口量变化
- 图表241 2003-2007年中国国内市场彩电零售量及增长
- 图表242 2003-2007年中国国内市场彩电销售额及增长
- 图表243 2006年中国彩电市场零售量结构——按城市级别分类
- 图表244 2003-2007年中国彩电市场零售量结构——按照产品显示技术分类
- 图表245 2003-2006年中国大陆彩电销售量
- 图表246 2003-2006年中国大陆彩电销售额
- 图表247 2003-2006年中国大陆彩电出口量
- 图表248 2006年中国大陆彩电渠道市场结构
- 图表249 2006年第一季度中国彩电市场不同产品占有率
- 图表250 2006年第一季度中国彩电市场内销总量
- 图表251 2004-2008年中国平板电视的消费量及预测
- 图表252 2005-2007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253 2005-2007年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254 2005-2007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255 2005-2007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256 2005-2007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257 2005-2007年上半年中国城市居民选择平板电视的时间分布
- 图表258 2005-2007年中国消费者平板电视购买渠道选择
- 图表259 中国城市消费者预期购买平板电视的考虑因素
- 图表260 2005年中国大陆平板电视销量

图表261	2005年度中国大陆平板电视销量品牌竞争格局
图表262	2005年度中国大陆平板电视销售额品牌竞争格局
图表263	中国大陆液晶电视市场尺寸结构
图表264	中国大陆等离子电视市场尺寸结构
图表265	2005年平板电视销售渠道格局
图表266	2005年1-12月彩色电视全国合计
图表267	2005年1-12月彩色电视广东省合计
图表268	2005年1-12月彩色电视山东省合计
图表269	2005年1-12月彩色电视四川省合计
图表270	2005年1-12月彩色电视安徽省合计
图表271	2005年1-12月彩色电视辽宁省合计
图表272	2005年1-12月彩色电视福建省合计
图表273	2005年1-12月彩色电视江苏省合计
图表274	2006年1-12月彩色电视全国合计
图表275	2006年1-12月彩色电视广东省合计
图表276	2006年1-12月彩色电视山东省合计
图表277	2006年1-12月彩色电视四川省合计
图表278	2006年1-12月彩色电视内蒙古自治区合计
图表279	2006年1-12月彩色电视福建省合计
图表280	2006年1-12月彩色电视安徽省合计
图表281	2006年1-12月彩色电视辽宁省合计
图表282	2007年1-5月彩色电视全国合计
图表283	1999-2003年中国彩电出口的走势
图表284	1999-2003年六大国产名牌彩电企业市场占有率
图表285	中国音响市场的波特模型
图表286	中国音响业的SWOT模型
图表287	2005年中国民用音响市场渠道的转型
图表288	每百户家庭影音电器拥有率
图表289	家庭影院消费者价格需求比例
图表290	家庭影院音响渠道需求结构比例
图表291	消费者购买决策人比例
图表292	消费者购买决策人分析

图表293 家庭影院音响的目标消费者特征

图表294 婚姻状况与消费者的购买行为的关系

图表295 家庭住房面积与影院音响消费关系

图表296 音响市场价格需求与供应对比分析

图表297 家庭影院音响市场渠道供应与需求状况分析

图表298 音响市场消费者对音响促销员的认同率

图表299 中国前八名音响品牌市场占有率

图表300 2005年1-12月组合音响全国合计

图表301 2005年1-12月组合音响广东省合计

图表302 2005年1-12月组合音响江苏省合计

图表303 2005年1-12月组合音响天津合计

图表304 2005年1-12月组合音响上海合计

图表305 2005年1-12月组合音响四川省合计

图表306 2005年1-12月组合音响山东省合计

图表307 2005年1-12月组合音响浙江省合计

图表308 2006年1-12月组合音响全国合计

图表309 2006年1-12月组合音响广东省合计

图表310 2006年1-12月组合音响江苏省合计

图表311 2006年1-12月组合音响天津市合计

图表312 2006年1-12月组合音响上海市合计

图表313 2006年1-12月组合音响浙江省市合计

图表314 2006年1-12月组合音响河北省市合计

图表315 2006年1-12月组合音响四川省市合计

图表316 2007年1-5月组合音响全国合计

图表317 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318 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319 2005年中国重点区域有源音箱市场结构情况

图表320 2005年中国有源音箱区域市场分布

图表321 2005年中国大陆有源音箱市场销售量品牌结构

图表322 2005年中国大陆有源音箱市场销售量价格结构

图表323 中国有源音箱PC品牌厂商

图表324 各大音箱品牌的竞争力情况

图表325 五种音箱品牌的产品竞争力

图表326 六种音箱品牌的价格竞争力

图表327 各大音箱品牌的渠道竞争力

图表328 中国市场上十种音箱的品牌竞争力

图表329 中国市场几种音箱品牌的服务竞争力

图表330 音箱市场的整体竞争格局分析

图表331 中国消费者购买有源音响的特征分布

图表332 2005年度中国市场最受关注的十大音箱品牌

图表333 2005年1-4季度音箱品牌关注排行对比

图表334 2005年度最受用户关注的前十款音箱

图表335 2005年1-4季度漫步者音箱关注比例走势

图表336 2005年度漫步者音箱产品线分布

图表337 2005年1-4季度创新音箱关注比例走势

图表338 2005年度创新音箱产品线分布

图表339 2005年1-4季度麦博音箱关注比例走势

图表340 2005年度麦博音箱产品线分布

图表341 2005年1-4季度惠威音箱关注比例走势

图表342 2005年度惠威音箱产品线分布

图表343 2005年1-4季度轻骑兵音箱关注比例走势

图表344 2005年度轻骑兵音箱产品线分布

图表345 2006年中国市场最受关注的十大音箱品牌

图表346 2005 - 2006年十大音箱品牌关注增长率对比

图表347 2006年1 - 4季度漫步者音箱关注度走势

图表348 2006年1 - 4季度主流音箱品牌关注度走势

图表349 2006年不同价位音箱关注比例对比

图表350 2006年不同声道类型音箱关注比例对比

图表351 2006年不同材质音箱关注比例对比

图表352 2006年中国音箱市场主流厂商产品线对比

图表353 2006年漫步者音箱产品线分布

图表354 2006年麦博音箱产品线分布

图表355 2006年轻骑兵音箱产品线分布

图表356 2006年创新音箱产品线分布

图表357 2006年三诺音箱产品线分布

图表358 2006年中国五大音箱品牌产品均价对比

图表359 2006年主流品牌2.1音箱均价对比

图表360 2006年用户购买多媒体音箱意向的比例

图表361 2006年多媒体音箱品牌占有率

图表362 2006年多媒体音箱用户已拥有产品价值比例

图表363 2006年多媒体音箱用户最认可促销手段

图表364 2006年多媒体音箱用户最关注产品参数

图表365 2006年多媒体音箱用户首选购买因素

图表366 2006年多媒体音箱用户期望和购买率相差较大

图表367 2006年中国多媒体音箱的用户期望产品价格

图表368 2006年中国多媒体音箱产品购买地点

图表369 2006年中国用户新购电脑音箱产品结构

图表370 2006年中国用户购买音箱的参考因素

图表371 2006年拥有多媒体音箱人群的年龄构成

图表372 2006年拥有多媒体音箱人群的职业状态

图表373 2006年拥有多媒体音箱人群的职业构成

图表374 2006年拥有多媒体音箱人群的职业构成

图表375 2006年拥有多媒体音箱人群的学历构成

图表376 2006年拥有多媒体音箱人群的月收入构成

图表377 2004年中国消费者购买DVD影碟机的考虑因素分布

图表378 2004年中国消费者购买DVD影碟机的特征分布

图表379 2003-2005年中国大陆碟机市场销量变化

图表380 2003-2005年中国大陆DVD市场销量变化

图表381 2005年影碟机市场与2004年销售情况变化

图表382 2005年中国市场上不同价位的DVD结构

图表383 2005年中国DVD市场占有率竞争格局

图表384 中国DVD的销售渠道结构

图表385 2005年LG硬广告投放

图表386 2005年TCL硬广告投放

图表387 2005年步步高硬广告投放

图表388 2005年海尔硬广告投放

图表389 2005年金正硬广告投放

图表390 2003-2006年中国大陆DVD影碟机销售量

图表391 2003-2006年中国大陆DVD影碟机出口量

图表392 DVD播放机知识产权权益金提成费项目

图表393 2005年国内投影市场两种技术的占有率

图表394 2005年投影机的价格分析

图表395 按投影机产品亮度占有率分析

图表396 按投影机分辨率市场占有率分析

图表397 不同地区投影机市场销售分析

图表398 投影机应用市场分析

图表399 投影机产品市场销售渠道模式一

图表400 投影机产品市场销售渠道模式二

图表401 投影机产品市场销售渠道模式三

图表402 地区品牌投影机占有率

图表403 2006年上半年中国投影机市场销售状况

图表404 2006年上半年TOP品牌市场状况

图表405 2000-2006年中国投影机市LCD/DLP销售及增长变化情况

图表406 2006年上半年LCD/DLP销量市场份额比例

图表407 2006年上半年中国投影机三大阵营市场销售状况

图表408 2006年上半年分辨率市场分布状况

图表409 2006年上半年中国投影机市场亮度段销售状况

图表410 2006年上半年1 - 6月中国投影机价格状况

图表411 2006年上半年中国投影机市场重量段销售状况

图表412 2006年1 - 6月中国投影机价格状况

图表413 2006年上半年中国投影机行业市场状况

图表414 2006年上半年中国投影机区域市场状况

图表415 2006年中国投影机市场上LCD及DLP的比重

图表416 2006年国内外投影机品牌销售分布状况

图表417 2006年中国不同区域投影机市场销售状况

图表418 2006年投影机市场分辨率分布状况

图表419 2006年投影机不同亮度的市场占有率

图表420 2006年中国投影机的市场销售状况

图表421	2007年6月中国市场最受用户关注的十大投影机品牌
图表422	2007年6月中国市场不同价格段投影机关注比例分布
图表423	2007年6月中国投影机区域市场关注比例分布
图表424	2007年6月中国市场不同显示技术投影机关注比例分布
图表425	2007年6月中国市场不同亮度投影机关注比例分布
图表426	2007年6月中国市场不同对比度投影机关注比例分布
图表427	2007年6月中国市场不同重量投影机关注比例分布
图表428	中国家庭影院及音响设备的拥有情况
图表429	中国专业音响品牌的预测购买率
图表430	家庭影院用环绕声放大器电性能参数及要求
图表431	扫频振动试验要求
图表432	自由跌落试验要求
图表433	会信号测量方框
图表434	信号测量步骤
图表435	信号电压测量方框
图表436	A计权信噪比和宽带信噪比测量框
图表437	源电动ES测量方框
图表438	各通道输出电平Un测量方框
图表439	频响测试信号
图表440	视频输出电平测试信号
图表441	亮度输出信号电平Y和色同步输出电平C测量方框
图表442	亮度非线性失真测试信号（5阶梯）
图表443	统计试验方案
图表444	$2(C, 2r2)$ 分布分位数
图表445	定型检验项目、要求、方法和样品数量
图表446	开箱检查内容不合格判据
图表447	逐批检验抽样方案
图表448	安全检查的不合格判据
图表449	检验程序和项目
图表450	例行检验安全试验内容和方法
图表451	例行检验抽样方案
图表452	环境试验机内检查内容不合格判据

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/1282.html>