

2014-2019年中国智能电视 市场调研与发展前景研究报告

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

《2014-2019年中国智能电视市场调研与发展前景研究报告》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/201405/106155.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

智能电视，是具有全开放式平台，搭载了操作系统，顾客在欣赏普通电视内容的同时，可自行安装和卸载各类应用软件，持续对功能进行扩充和升级的新电视产品。智能电视能够不断给顾客带来丰富的个性化体验。智能电视是未来电视发展的主要趋势，传统电视行业正经历着一次新的模式和产品变革。智能电视在国内要获得大发展，一方面国家相关产业政策及标准要及时出台，不能再出现互联网电视发展初期政策打压的局面；另一方面需要改变目前国内几大品牌各自为政开发产品的模式。智能产品的互联互通在跨品牌产品之间仍有巨大障碍，这对于分散的国产品牌来说，对抗国际巨头的力量是微不足道的，必须有一种机制能够使国产品牌合力，借助中国这个最大的单一市场，创造中国智能电视的自有生态系统，才有可能立于不败之地。

目前智能电视发展存在误区。电视机的典型应用场景是家庭的客厅和卧室环境，操作方式主要还是依赖传统遥控器，与手机、平板电脑在使用环境、使用习惯、方式上存在天然区别。鼠标+键盘的计算机操作方式也不适合于电视机。过于复杂的人机界面和操作步骤，往往使人们无所适从。当前智能电视应用并不缺少。但这些应用只要是从智能手机、平板电脑等移动终端中移植过来，少有针对大屏幕开发的应用，适用性普遍较差，使用体验不尽理想。以遥控器为主的人机交互方式，决定移动终端上的各种应用难以简单复制到智能电视上。尽管相关厂商尝试推出语音、体感、手势等新的操控方式，但目前还没有特别成熟的解决方案。

2012年中国智能电视渗透率接近40%，预计到2013年，中国智能电视渗透率将达50%。但是，令人尴尬的是，智能电视的操控相比之前变得更加复杂，原有的操控方式已经无法实现对电视的操作，尤其是小孩和老人，这也导致很多家庭智能电视基本上都不开机。数据显示，2012年北京地区电视机的开机率已跌至33%，而这一数据在2009年还达68%。

本报告是在整合国家统计局、国家信息中心、海关总署、行业协会、重点企业、第三方研究机构以及公司多年行业数据库等多方资料的基础上，结合中心数位研究人员多年行业研究经验，密切联系国内外市场运行状况和技术发展动态，通过定性与定量相结合的方式，对行业进行系统地分析和预测，最终形成的框架完整、数据详实、图表简明、论述严谨的研究报告。因此，本报告是各投资机构、产业链相关企业、行业协会、第三方研究机构及政府部门准确把握行业发展趋势、洞悉行业竞争格局、规避经营和投资风险、制定正确投资和竞争战略决策的重要参考依据。

第一章智能电视行业概述

第一节概念

一、定义及分类

二、特点

第二节行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外行业成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节行业特征分析

一、行业规模

二、产业关联度

三、影响需求的关键因素

四、国内和国际行业

五、主要竞争因素

第二章 2011-2012年智能电视行业全球发展分析

第一节全球智能电视行业发展分析

一、2011年全球智能电视行业发展分析

二、2012年全球智能电视行业发展分析

第二节 2012年全球行业分析

一、全球需求分析

二、欧美需求分析

三、中外行业对比

第三节 2011-2012年主要国家或地区智能电视行业发展分析

一、美国

二、日本

三、欧洲

第三章 中国智能电视行业发展宏观环境分析

第一节 2011-2012年经济发展环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡家庭人均可支配收入与恩格尔系数

三、工业发展形势分析

第二节 2011-2012年智能电视行业政策法规环境分析

一、行业政策环境

二、国内宏观政策对其影响

三、行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

第四章 2011-2012年中国智能电视行业整体运行分析

第一节 2011-2012年中国智能电视行业发展状况

一、行业发展动态

二、行业经营业绩分析

三、行业发展热点

第二节 2012年中国智能电视行业供需状况

一、行业产能分析

二、供给分析

三、需求分析

第三节 2011-2012年中国智能电视行业产品价格分析

一、2011年产品价格分析

二、2012年产品价格分析

第四节 2011-2012年中国智能电视行业成本分析

一、原料分析

二、劳动力分析

三、运输成本分析

第五章 2011-2012年智能电视行业区域行业分析

一、华北行业

二、东北行业

三、华中行业

四、华东行业

五、华南行业

六、西南行业

七、西北行业

第六章 2008-2012年中国智能电视行业运行效益分析

第一节 总产值分析

- 一、2008-2012年产业总产值分析
- 二、不同规模企业工业总产值分析
- 三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 行业销售收入分析

- 一、2008-2012年产业行业总销售收入分析
- 二、不同规模企业总销售收入分析
- 三、不同所有制企业总销售收入比较

第三节 产品成本费用分析

- 一、2008-2012年产业成本费用总额分析
- 二、不同规模企业销售成本比较分析
- 三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 利润总额分析

- 一、2008-2012年产业利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析

第七章 2011-2012年中国智能电视行业进出口分析

第一节 2011-2012年智能电视行业进出口总况分析

- 一、进口总量统计
- 二、出口总量统计

第二节 2011-2012年智能电视行业进出口国别分析

- 一、分国别统计
- 二、收发货省地统计
- 三、贸易方式统计
- 四、运输方式统计

第三节 2011-2012年智能电视行业分产品进出口价格分析

- 一、总体价格进出口分析
- 二、细分产品进出口价格分析

三、影响价格因素分析

第四节 2011-2012年智能电视行业进出口行业影响因素分析

一、税收政策影响

二、国际金融危机的影响

三、国内外需求变化影响

四、贸易壁垒影响分析

第八章智能电视行业产业链分析

第一节产业链分析

一、行业经济特性

二、产业链结构分析

第二节上下游产业发展对行业的影响分析

一、上游产业发展对该行业的影响

二、下游产业发展对该行业的影响

三、行业新动态及其对产业的影响

四、行业竞争状况及其对产业的意义

第九章 2011-2012年智能电视行业竞争格局分析

第一节行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节行业集中度分析

一、行业集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节中国智能电视行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、行业结构与竞争状态

五、政府的作用

第十章 2012年中国智能电视行业内重点企业竞争策略分析

第一节主要企业行业竞争力综合表现分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业出口交货值对比分析

五、重点企业利润总额对比分析

六、重点企业综合竞争力对比分析

第二节主要企业产品行业增长及策略分析

一、2012年行业增长潜力分析

二、2012年主要潜力品种分析

三、现有产品竞争策略分析

四、潜力品种竞争策略选择

第三节智能电视行业企业竞争策略总结

一、产品策略

二、价格策略

三、销售渠道策略

四、促销策略

第十一章 2012年中国智能电视行业内重点企业分析

第一节企业一

一、公司概况

二、公司经营分析（财务、行业竞争力、行业地位等）

三、公司最新动态

四、公司SWOT分析

七、公司发展战略

第二节企业二

一、公司概况

二、公司经营分析（财务、行业竞争力、行业地位等）

三、公司最新动态

四、公司SWOT分析

七、公司发展战略

第三节企业三

一、公司概况

二、公司经营分析（财务、行业竞争力、行业地位等）

三、公司最新动态

四、公司SWOT分析

七、公司发展战略

第四节企业四

一、公司概况

二、公司经营分析（财务、行业竞争力、行业地位等）

三、公司最新动态

四、公司SWOT分析

七、公司发展战略

第五节企业五

一、公司概况

二、公司经营分析（财务、行业竞争力、行业地位等）

三、公司最新动态

四、公司SWOT分析

七、公司发展战略

第六节企业六

一、公司概况

二、公司经营分析（财务、行业竞争力、行业地位等）

三、公司最新动态

四、公司SWOT分析

七、公司发展战略

第十二章2014-2019年智能电视行业投资机会与风险分析

第一节智能电视行业活力系数比较及分析

一、2012年相关产业活力系数比较

二、2013-2017行业活力系数分析

第二节智能电视行业投资收益率比较及分析

一、2012年相关产业投资收益率比较

二、2013-2017行业投资收益率分析

第三节2014-2019年智能电视行业投资效益分析

一、智能电视行业投资状况分析

二、智能电视行业投资效益分析

三、智能电视行业投资趋势预测

四、智能电视行业的投资方向

五、2014-2019年智能电视行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节2014-2019年影响智能电视行业发展的主要因素分析

一、有利因素分析

二、稳定因素分析

三、不利因素分析

四、智能电视行业发展面临的挑战分析

五、智能电视行业发展面临的机遇分析

第五节2014-2019年中国智能电视行业投资风险分析

一、行业风险

二、政策风险

三、经营风险

四、技术风险

五、其他风险

第十三章2014-2019年中国智能电视行业发展趋势预测分析

第一节 2012年智能电视行业发展环境展望

一、宏观经济形势展望

二、政策走势展望

三、国际行业走势展望

第二节 2012年中国智能电视行业发展趋势分析

一、技术发展趋势分析

二、产品发展趋势分析

三、行业竞争格局展望

第三节2014-2019年中国智能电视行业发展前景预测

一、行业总产值预测

二、行业销售收入预测

三、行业产品产销预测

四、行业进出口预测

第四节2014-2019年中国智能电视行业投资策略建议

一、重点投资产品

二、重点投资领域

三、其他策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201405/106155.html>