

2020-2026年中国智能电视 市场深度分析与投资前景预测报告

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

《2020-2026年中国智能电视市场深度分析与投资前景预测报告》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/202005/165209.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

智能电视是指像智能手机一样，具有全开放式平台，搭载了操作系统，可以由用户自行安装和卸载软件、游戏等第三方服务商提供的程序，通过此类程序来不断对彩电的功能进行扩充，并可以通过网线、无线网络来实现上网冲浪的这样一类彩电的总称。中国居民人均收视时长仍显著超过上网时长（电视）53%智能电视用户有消费意愿或已消费过

中企顾问网发布的《2020-2026年中国智能电视市场深度分析与投资前景预测报告》共七章。首先介绍了中国智能电视行业市场发展环境、智能电视整体运行态势等，接着分析了中国智能电视行业市场运行的现状，然后介绍了智能电视市场竞争格局。随后，报告对智能电视做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国智能电视行业发展趋势与投资预测。您若想对智能电视产业有个系统的了解或者想投资中国智能电视行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章、2019年全球智能电视市场发展概述

（一）市场规模与结构

1、市场规模与增长

2、市场结构

（二）新技术应用

（三）基本特点

（四）主要国家和地区

1、美国

2、欧洲

3、日本

4、亚洲（不含日本）

第二章、2019年中国智能电视市场发展概述

（一）市场规模与增长

（二）市场特点

（三）市场结构分析

- 1、产品结构
- 2、价格段结构
- 3、区域结构
- 4、城市层级结构
- 5、渠道结构
- 6、品牌结构

第三章、中国智能电视市场细分品牌结构分析

从智能电视各品牌市场占有率来看，2019年一季度，创维以13.7%的市场占有率居于行业榜首；小米和海信市场占有率分别为12.8%和12%，为行业第二和第三。智能电视厂商对市场的投入不断加大，促使了行业竞争的加剧。国内各品牌智能电视市场占有率

（一）价格段品牌结构

（二）区域品牌结构

（三）城市层级结构

（四）渠道品牌结构

第四章、2019年中国智能电视市场竞争分析

（一）竞争态势

（二）重点厂商竞争策略分析

- 1、海信
- 2、创维
- 3、康佳
- 4、TCL
- 5、三星
- 6、乐视

第五章、2013-2019年中国智能电视市场趋势分析

（一）影响因素

- 1、有利因素
- 2、不利因素

（二）发展趋势

- 1、产品与技术
- 2、价格
- 3、渠道
- 4、服务
- 5、盈利模式

第六章、2018—2024年中国智能电视市场发展预测

（一）市场规模预测

（二）市场结构预测

- 1、产品结构
- 2、价格段结构
- 3、区域结构
- 4、城市层级结构
- 5、渠道结构

第七章、建议

- （一）产品策略
- （二）创新策略
- （三）渠道策略
- （四）品牌策略

图表目录：

图表 1：智能电视产业体系架构

图表 2：2013-2019年全球智能电视出货量增长统计

图表 3：2013-2019年全球智能电视渗透率

图表 4：2019年全球不同尺寸智能电视销量比例分布

图表 5：2013-2019年美国智能电视出货量增长统计

图表 6：2013-2019年欧洲智能电视出货量增长统计

图表 7：2013-2019年中国智能电视出货量增长统计

图表 8：2013-2019年中国智能电视渗透率增长趋势图

图表 9：2013-2019年中国智能电视不同尺寸产品市场关注比例分布

图表 10：2013-2019年中国智能电视不同价格产品关注比例分布

图表 11：2019年智能电视区域销量分布

图表 12：2019年中国智能电视城市层级销量分布

图表 13：2013-2019年智能电视线上渠道及线下渠道销量比例分布

图表 14：2019年国内智能电视品牌关注度分布

图表 15：2019年中国智能电视不同价格段国内外品牌占比

图表 16：2019年中国智能电视不同区域国内外品牌占比

图表 17：2019年中国智能电视不同城市层级国内外品牌占比

图表 18：2019年中国智能电视不同渠道国内外品牌占比

图表 19：《智能电视操作系统评价细则》主要内容

图表 20：仅网络销售的优劣分析

图表 21：线上线下同时布局优劣分析

图表 22：部分智能电视及其销售渠道

图表 23：影视剧在线观看媒介使用偏好

图表 24：盈利以硬件为主，兼顾内容

图表 25：乐视电视盈利模式

图表 26：2013-2019年中国智能电视出货量增长预测

图表 27：2013-2019年中国智能电视保有量变化趋势图

图表 28：2013-2019年中国智能电视不同尺寸产品市场关注比例分布

图表 29：2013-2019年中国智能电视不同价格产品关注比例分布

图表 30：2019年智能电视不同区域销量比例分布

图表 31：2019年智能电视不同城市层级比例分布

图表 32：2013-2019年智能电视线上渠道及线下渠道比例分布

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/165209.html>