

2021-2027年中国家庭影院 行业发展趋势与投资战略咨询报告

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

《2021-2027年中国家庭影院行业发展趋势与投资战略咨询报告》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/202108/234962.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

家庭影院概括来说可以从综合两个概念去了解，这两个概念分别为“家庭影院标准”和“家庭环境中播放电影片中的播放系统”。家庭影院市场又添一军。

目前的微型投影仪家庭影院，已经占据了50%的市场份额，从2009年到2010年在短短一年时间里，投影向家庭影院进军的势力已经击败了彩电占据了市场巅峰，特别是它所独具CMMB功能和接机顶盒直接看电视的功能，加工内置存储，可以下载网络最新电影和听歌等功能，已经是彩电无法取代的了，微型投影仪必将占据未来家庭影院市场。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国家庭影院行业发展趋势与投资战略咨询报告》共十三章。首先介绍了家庭影院行业市场发展环境、家庭影院整体运行态势等，接着分析了家庭影院行业市场运行的现状，然后介绍了家庭影院市场竞争格局。随后，报告对家庭影院做了重点企业经营状况分析，最后分析了家庭影院行业发展趋势与投资预测。您若想对家庭影院产业有个系统的了解或者想投资家庭影院行业，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2015-2019年中国家庭影院产业运行环境分析

第一节2015-2019年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡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2015-2019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2015-2019年中国家庭影院产业社会环境分析

第三章2015-2019年中国家庭影院所属产业市场运行动态分析

第一节2015-2019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2015-2019年中国家庭影院市场走势分析

一、2019年中国家庭影院产品硬性广告投放浅析

二、2019年中国家庭影院市场销售数据

三、2019年中国家庭影院市场分析

四、2019年中国家庭影院市场分析

第三节2015-2019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2015-2019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2015-2019年中国家用影视设备制造业所属行业主要指标监测分析

第一节2015-2019年中国家用影视设备制造业数据统计与监测分析

- 一、2015-2019年中国家用影视设备制造业企业数量增长分析
- 二、2015-2019年中国家用影视设备制造业从业人数调查分析
- 三、2015-2019年中国家用影视设备制造业总销售收入分析
- 四、2015-2019年中国家用影视设备制造业利润总额分析
- 五、2015-2019年中国家用影视设备制造业投资资产增长性分析

第二节2019年中国家用影视设备制造业最新数据统计与监测分析

- 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2019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2015-2019年中国家用音响设备制造业所属行业主要指标监测分析

第一节2015-2019年中国家用音响设备制造业数据统计与监测分析

- 一、2015-2019年中国家用音响设备制造业企业数量增长分析
- 二、2015-2019年中国家用音响设备制造业从业人数调查分析
- 三、2015-2019年中国家用音响设备制造业总销售收入分析
- 四、2015-2019年中国家用音响设备制造业利润总额分析
- 五、2015-2019年中国家用音响设备制造业投资资产增长性分析

第二节2019年中国家用音响设备制造业最新数据统计与监测分析

- 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2019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2015-2019年中国家庭影院细分产品市场分析——音响

第一节2015-2019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2015-2019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2019年存在五大利好

第三节2015-2019年中国组合音响的产量数据分析

- 一、2017年中国组合音响产量数据
- 二、2019年中国组合音响产量数据
- 三、2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019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2021-2027年中国音箱产业的发展趋势分析

一、2021-2027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2015-2019年中国家庭影院细分产品市场分析——影碟机

第一节2015-2019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2015-2019年中国影碟机市场分析

一、2019年中国DVD影碟机市场的供需分析

二、2019年中国影碟机市场分析

三、2019年中国DVD影碟机市场的发展特点

四、2019年中国大陆DVD影碟机市场的发展

第三节2015-2019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2015-2019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2015-2019年中国家庭影院细分产品市场分析——投影机

第一节2015-2019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2015-2019年中国投影机市场分析

- 一、2019年中国投影机市场的发展
- 二、2019年中国投影机市场用户关注度分析

第三节2015-2019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2015-2019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2015-2019年中国家庭影院细分产品市场分析——彩电

第一节2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019年中国彩色电视产量数据分析

- 一、2017年中国彩色电视产量数据
- 二、2019年中国彩色电视产量数据
- 三、2019年中国彩色电视产量数据
- 四、2019年中国彩色电视产量增长性分析

第五节2015-2019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2015-2019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、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
- 五、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

第十二章2021-2027年中国家庭影院产业前景及趋势分析

第一节2021-2027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、2021-2027年中国家庭影院系统的出口预测

第二节2021-2027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2021-2027年中国家庭影院产业市场盈利预测

第十三章2021-2027年中国家庭影院投资机会与风险分析()

第一节2021-2027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2021-2027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2021-2027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2021-2027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()

部分图表目录：

图表：2019年中国家庭影院产品广告投放的费用及频次

图表：2019年中国家庭影院不同品牌的广告投放的费用及频次

图表：2019年中国不同地区家庭影院广告投放情况

图表：2019年中国家庭影院媒体广告投放结构

图表：2019年中国家庭影院硬广告产品类型投放结构

图表：2019年中国大陆家庭影院市场月度销量环比

图表：2019年中国大陆家庭影院市场月度销售额环比

图表：2015-2019年中国大陆家庭影院市场销量增长状况

图表：2015-2019年中国大陆家庭影院市场销售额增长状况

图表：2019年中国大陆家庭影院市场细分产品销量结构

图表：2019年中国大陆家庭影院市场产品价格销量结构。

图表：2019年中国大陆家庭影院市场销售额结构

图表：2019年中国大陆家庭影院市场销量前10位品牌

图表：2019年中国大陆家庭影院区域市场销量结构

图表：2019年中国大陆家庭影院渠道市场销量结构

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/234962.html>