

2024-2030年中国家庭影院 行业发展态势与产业竞争格局报告

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

《2024-2030年中国家庭影院行业发展态势与产业竞争格局报告》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/202310/416009.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

家庭影院是指由环绕声放大器（或环绕声解码器与多通道声频功率放大器组合）、多个（4个以上）扬声器系统、大屏幕电视（或投影电视）及高质量A/V节目源（如LD、DVD、Hi-Fi录像机等）构成的具有环绕声影院视听效果的视听系统。家庭影院器材分为视频与音频两大部分。

目前来看，我国家庭影院的市场增长速度基本维持在10%左右，家庭影院短期内难以成为家庭消费中必需品；而二、三级城市和城镇农村家庭影院市场将成为主要的具备增长潜力的市场，另一方面具有专业音响消费需求的人群相对比较稳定，因此家庭影院市场依然会保持一个增长的态势。2022年一季度，中国家用智能投影销量135万台，同比增长19.5%；销额23亿元，同比增长12.6%，量额均涨。2022年一季度，平台电商市场份额达46.3%，专业电商市场份额达39.1%，新兴渠道市场份额达14.6%。

随着市场的不断成熟和品牌集中度的提高，厂商之间的竞争也将更加激烈。面对微利的压力和市场蓄势待发的良好势头，能否创造出融合创新技术、满足消费者需求的产品，是家庭影院能否实现持续发展的核心要素。

如何让企业在“十四五”期间在家庭影院市场上发挥自己的自然优势和社会优势，确定自己的市场竞争能力，在强手如林的中国家庭影院市场立于不败之地，这是广大的家庭影院企业发展的方向和努力的目标所在。也是社会主义市场经济有效运行的必要前提和客观基础，家庭影院企业参与市场活动，在市场竞争中要取得主动权，必须依据市场营销环境的现状，发展趋势和企业自身的主客观条件，科学而合理的制定企业的发展策略和努力目标。未来几年，中国家庭影院市场仍会稳步增长。数字化技术的迅速推广和数字电视的逐步普及，激发了人们对新一代家庭影院产品的需求，形成拉动中国家庭影院市场发展的强劲动力。产品的智能化、简约化和个性化成为家庭影院市场新的需求热点，也预示着巨大的市场发展空间。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国家庭影院行业发展态势与产业竞争格局报告》共十章。首先介绍了家庭影院的定义、特点、及放声系统模式等，接着分析了国内家庭影院市场的发展状况，然后具体剖析了平板电视、投影机、影碟机、音响等行业的发展，对家庭影院重点企业运营状况进行了透析。最后，报告对家庭影院未来发展前景进行科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国电子音响工业协会、中国家用电器协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对家庭影院产业有个系统深入的了解、或者想投资家庭影院行业，本

报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 家庭影院相关概述

1.1 家庭影院简介

1.1.1 家庭影院的定义

1.1.2 家庭影院的特点

1.1.3 家庭影院放声系统的多模式介绍

1.1.4 家庭影院的空间规律

1.2 投影机相关概述

1.2.1 投影机简介

1.2.2 投影机的分类

1.2.3 投影机主流技术分析

1.2.4 微型投影机的意义及优势

1.3 音响的相关简介

1.3.1 音响的概念及组成

1.3.2 音响的发展历史

1.3.3 音响的主要技术指标

1.3.4 家庭组合音响的分类

1.3.5 家庭影院中迷你音响

1.4 音箱相关介绍

1.4.1 音箱的概念

1.4.2 音箱的结构组成

1.4.3 音箱分类及特点

1.4.4 家庭影院系统中的音箱

第二章 2021-2023年家庭影院市场分析

2.1 2021-2023年家庭影院发展环境

2.1.1 宏观经济环境

2.1.2 我国家庭住房条件明显改善

2.1.3 我国影视产业迎来良好发展时机

2.1.4 中国家庭影院的产业发展环境

- 2.2 家庭影院行业综述
 - 2.2.1 中国家庭影院发展的形势与任务
 - 2.2.2 我国家庭影院逐步普及
 - 2.2.3 家庭影院产业化发展探析
 - 2.2.4 传统家庭影院的进化
 - 2.2.5 世界杯带暖家庭影院行业
- 2.3 2021-2023年中国家庭影院行业的发展
 - 2.3.1 2020年我国家庭影院市场发展状况
 - 2.3.2 2021年我国家庭影院市场分析
 - 2.3.3 2022年我国家庭影院市场的发展
- 2.4 2021-2023年3D时代家庭影院的发展
 - 2.4.1 行业标准为3D家庭影院发展指明方向
 - 2.4.2 浅析3D家庭影院中磁性元器件的需求
 - 2.4.3 3D电视推广需要解决的难题
 - 2.4.4 3D电视前景看好
 - 2.4.5 3D家庭影院投影机的发展
 - 2.4.6 3D蓝光播放器增长势头强劲
- 2.5 2021-2023年无线传输技术在家庭影院中的应用发展
 - 2.5.1 无线家庭影院的信号传输方式
 - 2.5.2 无线家庭影院的组成部分
 - 2.5.3 无线家庭影院的具体产品应用
 - 2.5.4 家庭影院无线传输技术日趋成熟
- 2.6 家庭影院市场问题与策略
 - 2.6.1 阻碍国内家庭影院市场做大的因素
 - 2.6.2 家庭影院质量及售后问题亟待解决
 - 2.6.3 家庭影院企业应树立品牌形象
 - 2.6.4 家庭影院市场发展的建议

第三章 2021-2023年平板电视发展分析

- 3.1 平板电视市场综述
 - 3.1.1 中国平板电视行业的发展现状
 - 3.1.2 平板电视市场格局分析

- 3.1.3 中国平板电视逐步形成三大新特点
- 3.1.4 中国平板电视业步入消费普及期
- 3.1.5 中国平板彩电产业高速增长
- 3.1.6 网络与平板电视融合成为市场新卖点
- 3.2 2021-2023年中国平板电视的发展
 - 3.2.1 2020年中国平板电视市场的发展
 - 3.2.2 2021年中国平板电视市场发展状况
 - 3.2.3 2021年中国平板电视市场发展分析
 - 3.2.4 2022年中国平板电视市场发展态势
- 3.3 2021-2023年中国液晶电视市场透析
 - 3.3.1 中国液晶电视发展总析
 - 3.3.2 中国液晶电视市场发展的特征
 - 3.3.3 2020年中国液晶电视市场热点透视
 - 3.3.4 2021年中国液晶电视市场解析
 - 3.3.5 2022年中国液晶电视市场动态
 - 3.3.6 中国液晶电视品牌的SWOT分析
 - 3.3.7 中国液晶电视市场发展建议
- 3.4 2021-2023年中国等离子电视市场状况
 - 3.4.1 等离子电视市场再次崛起
 - 3.4.2 等离子电视出货量迅猛增长
 - 3.4.3 等离子电视销量呈上升态势
 - 3.4.4 离子电视将雄霸大屏幕电视市场
 - 3.4.5 3D促等离子电视市场阵营扩大
- 3.5 2021-2023年中国平板电视的SWOT分析
 - 3.5.1 优势 (Strength)
 - 3.5.2 劣势 (Weakness)
 - 3.5.3 机会 (Opportunity)
 - 3.5.4 威胁 (Threat)
- 3.6 平板电视发展存在的问题
 - 3.6.1 平板电视发展的瓶颈
 - 3.6.2 中国平板电视节能发展中的不足
 - 3.6.3 企业忽视平板电视可靠性

- 3.6.4 中国平板电视质量及售后问题亟待解决
- 3.7 中国平板电视发展策略分析
 - 3.7.1 政策利好平板电视产业发展
 - 3.7.2 基于市场调查平板电视行业发展策略总结
 - 3.7.3 发展环保技术助平板电视产业走“绿色”之道
 - 3.7.4 中国平板电视企业开农村市场的策略
- 3.8 平板电视趋势解析
 - 3.8.1 未来平板电视发展的产业环境
 - 3.8.2 深度探析家用平板电视的发展趋向
 - 3.8.3 中国平板电视市场面临的主要机遇
 - 3.8.4 中国平板电视行业面临的风险
 - 3.8.5 未来十年中国平板电视行业的战略布局
 - 3.8.6 中国平板电视企业有望赢得下一个十年

第四章 2021-2023年投影机发展分析

- 4.1 2021-2023年国际投影机市场总析
 - 4.1.1 全球投影机市场规模透析
 - 4.1.2 全球微型投影机发展态势良好
 - 4.1.3 全球投影机产销预测
- 4.2 2021-2023年中国投影机行业综述
 - 4.2.1 中国投影机业的发展历程
 - 4.2.2 我国投影机行业标准状况
 - 4.2.3 我国发展投影机产业有巨大优势
 - 4.2.4 我国投影机行业进入成熟期
- 4.3 中国投影机市场全面解析
 - 4.3.1 中国投影机市场渠道模式的演变
 - 4.3.2 我国投影机品牌分化加快
 - 4.3.3 中国投影机消费市场解析
 - 4.3.4 投影机市场呈多元化竞争格局
 - 4.3.5 中国投影机市场的“短焦之战”
 - 4.3.6 新技术引领投影机市场前行
- 4.4 2021-2023年中国投影机市场剖析

- 4.4.1 2019年中国投影机市场发展回顾
- 4.4.2 2020年中国投影机市场状况
- 4.4.3 2021年中国投影机市场发展形势
- 4.5 2021-2023年中国家用投影机市场发展状况
 - 4.5.1 家庭影院投影机对比度的发展
 - 4.5.2 家用投影机市场剖析
 - 4.5.3 家庭影院投影机市场定位日趋明晰
 - 4.5.4 中国高端家用投影机市场悄然兴起
 - 4.5.5 从电影院线市场管窥家用投影机的发展路线
 - 4.5.6 家用投影机市场前景广阔

第五章 2021-2023年其他家庭影院显示设备市场探析

- 5.1 投影屏幕市场
 - 5.1.1 中国投影屏幕市场综述
 - 5.1.2 中国投影屏幕市场品牌深入分析
 - 5.1.3 中国投影屏幕市场机遇和挑战并存
 - 5.1.4 中国投影幕市场向中高端发展
 - 5.1.5 中国投影屏幕市场进入品牌竞争阶段
 - 5.1.6 未来中国投影屏幕的方向
- 5.2 家庭影院投影屏幕发展概况
 - 5.2.1 投影屏幕是家庭影院的重要组成部分
 - 5.2.2 家用投影机降价给投影屏幕带来无限商机
 - 5.2.3 新认证标准为家庭影院投影屏幕提供品质规范
- 5.3 背投电视
 - 5.3.1 背投电视的优势
 - 5.3.2 背投电视成家庭影院建设的首选
 - 5.3.3 背投电视市场的竞争状况
 - 5.3.4 LCoS背投电视面临的考验和出路
 - 5.3.5 LCoS背投电视市场潜力无限

第六章 2021-2023年影碟机发展分析

- 6.1 2021-2023年全球影碟机行业分析

- 6.1.1 全球DVD市场简况
- 6.1.2 国外蓝光影碟机市场发展态势良好
- 6.1.3 全球蓝光影碟机出货量预测
- 6.2 2021-2023年中国影碟机市场状况
 - 6.2.1 我国DVD影碟机产业基本状况
 - 6.2.2 中国DVD影碟机行业总体分析
 - 6.2.3 中国DVD影碟机市场危机四伏
 - 6.2.4 中国影碟机产业朝“低碳互联网时代”迈进
- 6.3 中国影碟机产业的问题及对策
 - 6.3.1 制约我国影碟机市场发展的因素
 - 6.3.2 影碟机行业的进入壁垒
 - 6.3.3 我国影碟机产业处境尴尬
 - 6.3.4 我国影碟机存在技术升级难题
 - 6.3.5 透析中国DVD产业产权纠纷问题及建议
 - 6.3.6 影碟机产品走低端路线求发展

第七章 2021-2023年音响发展分析

- 7.1 中国音响市场发展透析
 - 7.1.1 中国音响行业总况
 - 7.1.2 中国音响市场格局分析
 - 7.1.3 中国音响消费市场深度解析
- 7.2 2021-2023年中国音响市场的发展
 - 7.2.1 2020年我国迷你音响市场格局剖析
 - 7.2.2 2021年我国迷你音响市场发展现状
 - 7.2.3 2022年我国迷你音响市场发展动态
- 7.3 2021-2023年全国组合音响产量分析
 - 7.3.1 2021-2023年全国组合音响产量趋势
 - 7.3.2 2020年全国组合音响产量情况
 - 7.3.3 2021年全国组合音响产量情况
 - 7.3.4 2022年全国组合音响产量情况
 - 7.3.5 2021年组合音响产量分布情况
- 7.4 2021-2023年家庭影院音响市场解析

- 7.4.1 中国家庭影院音响市场供需回顾
- 7.4.2 超薄家庭影院音响层出不穷
- 7.4.3 家庭组合音响的趋向
- 7.5 2021-2023年音响区域市场分析
 - 7.5.1 北京音响市场进入“三化”时代
 - 7.5.2 上海地区音响市场消费特点剖析
 - 7.5.3 长沙音响市场开发空间大
 - 7.5.4 成都地区音响业市场状况
 - 7.5.5 海南音响市场概况
- 7.6 音响行业发展问题
 - 7.6.1 我国音响行业缺失核心技术和标准
 - 7.6.2 中国音响业特许经营存在四大问题
 - 7.6.3 中国音响市场“先天缺钙”企业面临危机
 - 7.6.4 中国音响行业存在的缺陷
 - 7.6.5 中国音响企业亟待向“中国创造”转型
- 7.7 音响行业发展策略
 - 7.7.1 中国音响行业应走创新之路
 - 7.7.2 中国音响业需要良性互动
 - 7.7.3 中国音响进入国外市场的策略
 - 7.7.4 音响企业发展的建议
- 7.8 音响行业投资及展望
 - 7.8.1 国外风险投资“抢食”中国音响市场
 - 7.8.2 中国音响产业发展的新方向
 - 7.8.3 中国平板音响市场前景看好

第八章 2021-2023年音箱发展分析

- 8.1 中国音箱市场发展综述
 - 8.1.1 中国多媒体音箱行业现状
 - 8.1.2 中国多媒体音箱行业特点
 - 8.1.3 制约国内音箱行业发展的五大因素
- 8.2 2021-2023年中国音箱市场剖析
 - 8.2.1 市场规模

- 8.2.2 技术水平
- 8.2.3 竞争水平
- 8.3 2021-2023年音箱市场回顾
 - 8.3.1 2020年中国音箱市场发展回顾
 - 8.3.2 2021年中国音箱市场运行状况
 - 8.3.3 2022年中国音箱市场发展动态
- 8.4 中国音箱市场趋势分析
 - 8.4.1 中国音箱市场预测
 - 8.4.2 未来中国多媒体音箱的发展
 - 8.4.3 中国多媒体音箱的技术方向

第九章 2020-2023年家庭影院行业重点企业分析

- 9.1 TCL集团
 - 9.1.1 企业发展概况
 - 9.1.2 经营效益分析
 - 9.1.3 业务经营分析
 - 9.1.4 财务状况分析
 - 9.1.5 核心竞争力分析
 - 9.1.6 公司发展战略
 - 9.1.7 未来前景展望
- 9.2 创维
 - 9.2.1 企业发展概况
 - 9.2.2 经营效益分析
 - 9.2.3 业务经营分析
 - 9.2.4 财务状况分析
 - 9.2.5 核心竞争力分析
 - 9.2.6 公司发展战略
 - 9.2.7 未来前景展望
- 9.3 CAV丽声
 - 9.3.1 公司简介
 - 9.3.2 文化成就CAV音响基业
 - 9.3.3 CAV丽声音响注重细节

- 9.3.4 CAV理性发展成就未来
- 9.4 威莱
 - 9.4.1 公司简介
 - 9.4.2 “威莱数码”大举进军二、三线市场
 - 9.4.3 威莱音响的发展策略
- 9.5 步步高
 - 9.5.1 公司简介
 - 9.5.2 步步高“平板影院”受青睐
 - 9.5.3 步步高家庭影院实现“人性化”;
- 9.6 万利达
 - 9.6.1 公司简介
 - 9.6.2 万利达领跑“数字家庭”新潮流
 - 9.6.3 万利达自主创新谋发展

第十章 对家庭影院投资及前景分析

- 10.1 家庭影院投资分析
 - 10.1.1 我国电子产品走俏家庭影院市场潜力巨大
 - 10.1.2 “低音炮家庭影院”成投资新宠
 - 10.1.3 迷你家庭影院迅速发展为行业带来机会
 - 10.1.4 影响家庭影院投资规模的因素
 - 10.1.5 家庭影院的投资建议
- 10.2 中国家庭影院行业展望
 - 10.2.1 中国家庭影院行业前景看好
 - 10.2.2 家庭影院市场发展趋势
 - 10.2.3 未来中国家庭影院市场竞争特点
- 10.3 对2024-2030年中国家庭影院相关设备业预测分析
 - 10.3.1 对2024-2030年家庭影院影视设备制造行业预测
 - 10.3.2 对2024-2030年家庭影院音响设备制造行业预测

图表目录

- 图表 中国最受用户关注的10大家庭影院品牌排名
- 图表 中国最受用户关注的10大家庭影院品牌比例分布

图表 飞利浦、先锋、索尼、三星家庭影院品牌关注比例走势

图表 中国家庭影院市场品牌关注排名

图表 中国家庭影院品牌关注比例分布

图表 中国家庭影院品牌关注排名对比

图表 不同价位段家庭影院关注份额

图表 中国家庭影院产品关注排名

图表 先锋家庭影院产品关注排名

图表 飞利浦家庭影院产品关注排名

图表 惠威家庭影院产品关注排名

图表 先锋、飞利浦、惠威家庭影院关注比例走势

图表 先锋、飞利浦、惠威家庭影院品牌重合度对比

图表 中国平板电视市场销售情况

图表 中国液晶电视销售量与销售额

图表 中国等离子电视销售量与销售额

图表 国有品牌平板电视厂商新建投资项目

图表 2014-2018年中国平板电视销售量预测

图表 中国平板电视市场销售情况

图表 中国液晶电视市场销售量变化

图表 中国液晶电视市场销售额变化

图表 中国等离子电视市场销售量变化

图表 中国等离子电视市场销售额变化

图表 中国平板电视市场平均价格变化

图表 中国液晶电视市场平均价格变化

图表 中国等离子电视市场平均价格变化

图表 中国平板电视区域市场结构

图表 中国液晶电视区域市场结构

图表 中国等离子电视区域市场结构

图表 中国平板电视市场屏幕尺寸结构

图表 中国液晶电视市场屏幕尺寸结构

图表 中国等离子电视市场屏幕尺寸结构

图表 中国液晶电视市场品牌销售量结构

图表 中国液晶电视品牌销售额结构

图表 中国液晶电视价格段品牌销售量结构

图表 中国液晶电视产品规格品牌销售量结构

图表 中国等离子电视市场品牌销售量结构

图表 中国等离子电视市场品牌销售额结构

图表 中国等离子电视市场价格段品牌销售量结构

图表 中国等离子电视市场产品规格品牌销售量结构

图表 海信市场竞争策略SWOT分析

图表 创维市场竞争策略的SWOT分析

图表 TCL市场竞争策略的SWOT分析

图表 康佳市场竞争策略的SWOT分析

图表 三星市场竞争策略的SWOT分析

图表 松下市场竞争策略SWOT分析

图表 日立市场竞争策略SWOT分析

图表 长虹市场竞争策略SWOT分析

图表 中国平板电视消费需求增长趋势

图表 中国平板电视市场需求量增长情况

图表 液晶电视、等离子电视出口量变化趋势

图表 不同城市级别平板电视需求比重变化

图表 消费者预期购买平板电视主要考虑产品因素

图表 五大类别平板电视竞争格局

图表 中国彩电出口统计

图表 城市市场分品牌阵营LCD比重走势

图表 农村市场分品牌阵营LCD比重走势

图表 国内外品牌LCD市场零售份额变化

图表 各尺寸LED与CCFL价格倍数关系

图表 中国最受用户关注的15大液晶电视品牌排名

图表 中国最受用户关注的15大液晶电视品牌比例分布

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/416009.html>