

2014-2019年中国家庭影院 市场调研与投资趋势研究报告

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年中国家庭影院市场调研与投资趋势研究报告》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/201407/109980.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。

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“十二五”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。

本行业报告主要依据国家统计局、国家发改委、国家商务部、国家海关总署、国家工业和信息化部、中关村在线调研中心、易观国际、国内外相关刊物的基础信息以及家庭影院行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界家庭影院行业整体发展大势，对中国家庭影院行业的发展情况、经济运行数据、主要细分市场、市场营销、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来家庭影院行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了家庭影院行业今后的发展与投资策略。

本家庭影院行业报告，为家庭影院生产、贸易、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略

规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一部分 家庭影院行业发展分析

第一章 家庭影院的相关概述 1

第一节 家庭影院的介绍 1

一、家庭影院的定义 1

二、家庭影院的特点 1

三、家庭影院的空间规律 2

四、家庭影院放声系统的多模式介绍 3

第二节 家庭影院技术的概述 6

一、家庭影院技术解读 6

二、无线家庭影院技术 13

三、虚拟环绕声技术 14

第二章 中国家庭影院市场分析 17

第一节 中国家庭影院市场的发展概况 17

一、中国家庭影院市场发展现状 17

二、中国家庭影院市场发展优势明显 18

三、中国DVD数码家庭影院进入家庭 20

第二节 2012-2014年中国家庭影院市场分析 21

一、2012年中国家庭影院产品硬性广告投放浅析 21

二、2013年中国家庭影院市场分析 22

三、2013年中国十大家庭影院品牌排行榜 25

四、2014年中国家庭影院市场分析 25

第三节 中国家庭影院市场品牌分析 33

一、国内家庭影院专业品牌三强出炉 33

二、中国居民家庭影院产品品牌偏好解析 34

三、中国家庭影院国产品牌分析 36

第四节 中国家庭影院市场存在的问题及对策 38

一、家庭影院市场影响因素分析 38

二、中国家庭影院市场做不大的原因 38

三、中国市场的制约因素与对策 40

第三章 中国家庭影视设备制造经济数据分析 42

第一节 2013-2014年全国家庭影视设备制造业主要经济指标 42

一、2013年全国家庭影视设备制造业主要经济指标 42

二、2014年全国家庭影视设备制造业主要经济指标 43

第二节 2013-2014年全国及各省市家庭影视设备制造业产销数据分析 45

一、2013年全国及各省市家庭影视设备制造业产销数据分析 45

二、2014年全国及各省市家庭影视设备制造业产销数据分析 49

第三节 2013-2014年全国及各省市家庭影视设备制造业资产负债分析 52

一、2013年全国及各省市家庭影视设备制造业资产负债分析 52

二、2014年全国及各省市家庭影视设备制造业资产负债分析 56

第四节 2013-2014年全国及各省市家庭影视设备制造业行业规模分析 60

一、2013年全国及各省市家庭影视设备制造业行业规模分析 60

二、2014年全国及各省市家庭影视设备制造业行业规模分析 62

第五节 2013-2014年全国及各省市家庭影视设备制造业盈利能力分析 64

一、2013年全国及各省市家庭影视设备制造业盈利能力分析 64

二、2014年全国及各省市家庭影视设备制造业盈利能力分析 67

第四章 中国家用音响设备制造经济数据分析 71

第一节 2013-2014年全国家用音响设备制造业主要经济指标 71

一、2013年全国家用音响设备制造业主要经济指标 71

二、2014年全国家用音响设备制造业主要经济指标 72

第二节 2013-2014年全国及各省市家用音响设备制造业产销数据分析 74

一、2013年全国及各省市家用音响设备制造业产销数据分析 74

二、2014年全国及各省市家用音响设备制造业产销数据分析 77

第三节 2013-2014年全国及各省市家用音响设备制造业资产负债分析 80

一、2013年全国及各省市家用音响设备制造业资产负债分析 80

二、2014年全国及各省市家用音响设备制造业资产负债分析 83

第四节 2013-2014年全国及中国各省市家用音响设备制造业行业规模分析 87

一、2013年全国及各省市家用音响设备制造业行业规模分析 87

二、2014年全国及各省市家用音响设备制造业行业规模分析 89

第五节 2013-2014年全国及各省市家用音响设备制造业盈利能力分析 91

一、2013年全国及各省市家用音响设备制造业盈利能力分析 91

二、2014年全国及各省市家用音响设备制造业盈利能力分析 93

第二部分 家庭影院细分行业分析

第五章 彩电 95

第一节 彩电行业发展沿革及现状 95

- 一、彩电行业发展历程 95
- 二、中国彩电技术发展的历史演变 98
- 三、彩电行业进入新一轮景气扩张阶段 98
- 四、彩电全面进入3D互联网时代 99

第二节 2011-2014年彩电市场运行分析 101

- 一、2011年中国彩电市场运行分析 101
- 二、2012年中国彩电市场运行综述 104
- 三、2013年中国彩电市场运行分析 108
- 四、2013年中国彩电行业十大事件 115
- 五、2013年中国彩电进出口分析 127
- 六、2014年彩电市场分析 128

第三节 2011-2014年彩电产品产量数据分析 130

- 一、2011年全国及主要省份彩色电视机产量分析 130
- 二、2012年全国及主要省份彩色电视机产量分析 138
- 三、2013年全国及主要省份彩色电视机产量分析 146
- 四、2014年全国及主要省份彩色电视机产量分析 154

第四节 彩电行业竞争分析 158

- 一、彩电业进入工业设计竞争时代 158
- 二、彩电进入平台竞争时代 158
- 三、彩电步入品牌竞争阶段 159
- 四、中国彩电业迎来反超外资品牌良机 163
- 五、互联网电视或颠覆彩电业竞争格局 165
- 六、2014年中国彩电市场竞争将呈现两横两纵格局 167

第五节 彩电业存在的问题 169

- 一、中国彩电业面临的困境 169
- 二、国内彩电业发展面临六大危机 170
- 三、彩电行业面临五大问题待解决 171
- 四、彩电业游戏规则急需重构 172
- 五、我国彩电行业存在资源整合难题 173

六、我国彩电行业面临的风险分析	175
第六节 中国彩电业的发展策略	177
一、服务创新成彩电业洗牌新动力	177
二、彩电业突破的八个机会点	178
三、外观设计为中国彩电企业一个突破口	179
四、我国彩电业出路——加强品牌建设	181
五、实施六大战略振兴中国彩电工业	182
第六章 音响	187
第一节 中国音响行业的发展概况	187
一、中国音响产业的发展历程及回顾	187
二、音响行业从“制造”到“创造”的转型	188
三、中国专业音响产业发展的影响因素	191
四、中国民用音响企业战略转型行为浅析	192
第二节 中国音响市场分析	197
一、中国音响消费指数趋势分析	197
二、2013年音响品牌排名情况	198
三、2014年汽车音响市场前景可期	199
四、2014年数码音响市场高速增长	200
第三节 2012-2014年中国组合音响的产量数据分析	200
一、2012年中国组合音响产量数据	200
二、2013年中国组合音响产量数据	204
三、2014年中国组合音响产量数据	208
第四节 中国音响行业存在的问题	209
一、中国音响产业特许经营存在的四大问题	209
二、中国音响市场先天性缺钙企业面临危机	211
三、中国音响全行业复兴仍难	212
第五节 中国音响行业的发展对策	213
一、中国音响行业应改变观念应对生存危机	213
二、打造中国音响品牌的注意事项	216
三、中国音响成为世界名牌的三条路	218
四、出口远洋是中国音响产业发展的新道路	220
第七章 音箱	222

第一节 音箱的相关概述	222
一、音箱的定义	222
二、音箱的分类	222
三、音箱的结构组成	225
四、音箱的性能指标	227
第二节 2013年中国音箱市场回顾	228
一、2013年中国音箱市场品牌分析	228
二、2013年中国多媒体音箱市场现状分析	230
三、2013年中国多媒体音箱市场分析	232
第三节 2014年中国音箱市场走势	233
一、2014年中国音箱市场综述	233
二、2014年中国多媒体音箱市场分析	237
三、2014年中国汽车音响市场前景可期	239
第八章 影碟机	241
第一节 2012-2014年中国影碟机市场分析	241
一、2012年中国DVD影碟机市场分析	241
二、2013年中国影碟机市场分析	243
三、2014年中国影碟机市场发展走势	244
第二节 中国影碟机行业发展分析	248
一、中国影碟机加入三网融合大战	248
二、中国互联网影碟机蕴藏巨大商机	249
三、制约中国影碟机市场发展的四个因素	251
第九章 投影机	253
第一节 中国投影机行业的发展概述	253
一、中国投影机产业发展现状	253
二、投影机功能的发展	255
三、家庭影院投影机的六大技术特征	259
四、国产家用投影机的优势	262
第二节 2012-2014年中国投影机市场分析	265
一、2012中国投影机市场回顾	265
二、2013年中国投影机市场的发展	265
三、2014年中国投影机市场综述	269

第三节 中国投影机发展前景 285

一、中国家用投影机市场潜力巨大 285

二、光学触控投影机市场前景广阔 290

三、微型投影机市场前景可期 292

第三部分 家庭影院重点企业

第十章 重点企业 294

第一节 创维 294

一、公司简介 294

二、2012-2013财年创维经营状况分析 296

三、2014年创维平板电视销量目标 297

四、创维彩电营销体系加速 297

第六节 TCL集团 298

一、公司简介 298

二、2012-2013年TCL集团经营情况 299

三、2013-2014年企业财务数据分析 302

四、TCL互联网电视打造“新一代家庭影院” 308

第三节 CAV丽声 309

一、公司品牌简介 309

二、CAV丽声音响焕发新机 310

三、2013年CAV逆势上扬 311

四、CAV音响的培训式营销概述 312

第四节 爱浪 313

一、公司简介 313

二、爱浪音响进入专业音响市场 314

三、爱浪推音响业首创的“高清影院”行动 316

第五节 步步高 316

一、公司简介 316

二、步步高领跑DVD家庭影院潮流 319

三、步步高公司的竞争策略 322

第六节 万利达 324

一、公司简介 324

二、万利达集成创新出新品 325

三、万利达集团发展战略 325

第四部分 家庭影院行业发展前景及投资策略

第十一章 2014-2019年中国家庭影院发展前景及趋势 327

第一节 2014-2019年中国家庭影院的发展预测 327

一、中国家庭影院市场的发展预测 327

二、中国家庭影院市场发展趋势 328

三、2014-2019年中国家庭影院趋势分析 329

第二节 2014-2019年中国家庭影院产品的前景预测 329

一、中国彩电行业发展的新趋势 329

二、中国音响未来发展趋势分析 331

三、中国DVD影碟机市场发展趋势 332

第十二章 2014-2019年中国家庭影院投资策略 335

第一节 投资背景 335

一、中国家庭影院产业发展环境综述 335

二、中国家庭影院市场竞争情况 335

三、2014年我国宏观经济形势分析 338

第二节 投资机会 340

一、无线家庭影院将成为家庭娱乐的主角 340

二、3D家庭影院蕴藏巨大投资价值 342

三、中国迷你家庭影院市场发展迅速 345

第三节 投资风险 348

一、中国家庭影院市场扑朔迷离 348

二、中国家庭影院产品消费者与厂商的错位 351

三、中国消费者认识模糊 351

图表目录

图表：国内常见影碟种类及其声频编码格式分类表 类别 片源 使用的声频编码格式 6

图表：2013年度中国最受用户关注的10大家庭影院品牌排名 23

图表：2013年度中国最受用户关注的10大家庭影院品牌比例分布 23

图表：2013年Q1-Q4飞利浦、先锋、索尼、三星家庭影院品牌关注比例走势 24

图表：2014年中国家庭影院市场品牌关注排名 26

图表：2014年中国家庭影院品牌关注比例分布 27

图表：2014年Q1-Q2中国家庭影院品牌关注排名对比 27

- 图表：2014年不同价位段家庭影院关注份额 28
- 图表：2014年中国家庭影院产品关注排名 29
- 图表：2014年先锋家庭影院产品关注排名 30
- 图表：2014年飞利浦家庭影院产品关注排名 30
- 图表：2014年惠威家庭影院产品关注排名 31
- 图表：2014年先锋、飞利浦、惠威家庭影院关注比例走势 32
- 图表：2014年先锋、飞利浦、惠威家庭影院品牌重合度对比 33
- 图表：我国居民已购买的家庭影院产品品牌分布 34
- 图表：我国居民购买家庭影院产品品牌选择分布 35
- 图表：影响我国居民购买家庭影院产品的因素 35

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201407/109980.html>