

# 2014-2020年中国家庭影院 市场监测与投资方向研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2014-2020年中国家庭影院市场监测与投资方向研究报告》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/201405/106286.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

本研究咨询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，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。

### 【目录】

#### 第一部分 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 2010-2012年中国家庭影院市场分析	21
一、2010年中国家庭影院产品硬性广告投放浅析	21
二、2011年中国家庭影院市场分析	22
二、2011年中国十大家庭影院品牌排行榜	25
四、2012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 2011-2012年全国家庭影视设备制造业主要经济指标	42
一、2011年全国家庭影视设备制造业主要经济指标	42
二、2012年全国家庭影视设备制造业主要经济指标	43
第二节 2011-2012年全国及各省市家庭影视设备制造业产销数据分析	45
一、2011年全国及各省市家庭影视设备制造业产销数据分析	45
二、2012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 2011-2012年全国及各省市家庭影视设备制造业资产负债分析	52
一、2011年全国及各省市家庭影视设备制造业资产负债分析	52
二、2012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 2011-2012年全国及各省市家庭影视设备制造业行业规模分析	60
一、2011年全国及各省市家庭影视设备制造业行业规模分析	60
二、2012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 2011-2012年全国及各省市家庭影视设备制造业盈利能力分析	64
一、2011年全国及各省市家庭影视设备制造业盈利能力分析	64
二、2012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 2011-2012年全国家用音响设备制造业主要经济指标	71
一、2011年全国家用音响设备制造业主要经济指标	71
二、2012年全国家用音响设备制造业主要经济指标	72
第二节 2011-2012年全国及各省市家用音响设备制造业产销数据分析	74
一、2011年全国及各省市家用音响设备制造业产销数据分析	74
二、2012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 2011-2012年全国及各省市家用音响设备制造业资产负债分析	80
一、2011年全国及各省市家用音响设备制造业资产负债分析	80
二、2012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 2011-2012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、2011年全国及各省市家用音响设备制造业行业规模分析	87
二、2012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 2011-2012年全国及各省市家用音响设备制造业盈利能力分析	91
一、2011年全国及各省市家用音响设备制造业盈利能力分析	91
二、2012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 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 2009-2012年彩电市场运行分析	101
一、2009年中国彩电市场运行分析	101
二、2010年中国彩电市场运行综述	104
三、2011年中国彩电市场运行分析	108
四、2011年中国彩电行业十大事件	115
五、2011年中国彩电进出口分析	127
六、2012年彩电市场分析	128
第三节 2009-2012年彩电产品产量数据分析	130

一、2008年全国及主要省份彩色电视机产量分析	130
二、2010年全国及主要省份彩色电视机产量分析	138
三、2011年全国及主要省份彩色电视机产量分析	146
四、2012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、2012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、2011年音响品牌排名情况	198
三、2012年汽车音响市场前景可期	199
四、2012年数码音响市场高速增长	200
第三节 2010-2012年中国组合音响的产量数据分析	200
一、2010年中国组合音响产量数据	200
二、2011年中国组合音响产量数据	204
三、2012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 2011年中国音箱市场回顾	228
一、2011年中国音箱市场品牌分析	228
二、2011年中国多媒体音箱市场现状分析	230
三、2011年中国多媒体音箱市场分析	232
第三节 2012年中国音箱市场走势	233
一、2012年上半年中国音箱市场综述	233
二、2012年中国多媒体音箱市场分析	237
三、2012年中国汽车音响市场前景可期	239

## 第八章 影碟机 241

### 第一节 2010-2012年中国影碟机市场分析 241

#### 一、2010年中国DVD影碟机市场分析 241

#### 二、2011年中国影碟机市场分析 243

#### 三、2012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 2010-2012年中国投影机市场分析 265

#### 一、2010中国投影机市场回顾 265

#### 二、2011年中国投影机市场的发展 265

#### 三、2012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 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、2010 -2011财年创维经营状况分析 296



三、2012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、2010-2011年TCL集团经营情况	299
三、2011-2012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、2011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 发展前景及投资策略

第十一章 2014-2020年中国家庭影院发展前景及趋势	327
第一节 2014-2020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、2014-2020年中国家庭影院趋势分析	329

## 第二节 2014-2020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 2014-2020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、2012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

## 附录： 353

### 附录一：家用视听商品修理更换退货责任规定 353

### 附录二：厅堂混响时间测量规范 359

### 附录三：厅堂扩声特性测量方法 364

## 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：2011年度中国最受用户关注的10大家庭影院品牌排名 23

### 图表：2011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：2011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：2012年上半年中国家庭影院市场品牌关注排名 26

### 图表：2012年上半年中国家庭影院品牌关注比例分布 27

图表：2012年Q1-Q2中国家庭影院品牌关注排名对比	27
图表：2012年上半年不同价位段家庭影院关注份额	28
图表：2012年上半年中国家庭影院产品关注排名	29
图表：2012年上半年先锋家庭影院产品关注排名	30
图表：2012年上半年飞利浦家庭影院产品关注排名	30
图表：2012年上半年惠威家庭影院产品关注排名	31
图表：2012年1-12月先锋、飞利浦、惠威家庭影院关注比例走势	32
图表：2012年上半年先锋、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
图表：2011年1-12月家庭影视设备制造业主要经济指标全国统计数据	42
图表：2012年1-12月家庭影视设备制造业主要经济指标全国统计数据	43
图表：2011年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计工业销售产值（当年价格）	45
图表：2011年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计工业销售产值比去年同期增长（当年价格）	45
图表：2011年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计产成品	46
图表：2011年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计产成品比去年同期增长	47
图表：2011年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计主营业务收入	47
图表：2011年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计主营业务收入比去年同期增长	48
图表：2012年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计产成品	49
图表：2012年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计产成品比去年同期增长	50
图表：2012年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计产品销售收入	50
图表：2012年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计产品销售收入比去年同期增长	51
图表：2011年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计资产总计	52
图表：2011年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计资产总计比去年同期增长	52
图表：2011年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计流动资产	53
图表：2011年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计流动资产比去年同期增长	54
图表：2011年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计负债合计	55
图表：2011年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计负债合计比去年同期增长	55
图表：2012年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计资产总计	56
图表：2012年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计资产总计比去年同期增长	57

图表：2012年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计流动资产	57
图表：2012年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计流动资产平均余额比去年同期增长	58
图表：2012年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计负债合计	59
图表：2012年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计负债合计比去年同期增长	59
图表：2011年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计全部从业人员平均人数	60
图表：2011年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计全部从业人员平均人数比去年同期增长	61
图表：2011年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计企业单位数	61
图表：2012年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计全部从业人员平均人数	62
图表：2012年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计全部从业人员平均人数比去年同期增长	63
图表：2012年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计企业单位数	64
图表：2011年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计利润总额	64
图表：2011年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计亏损企业单位数	65
图表：2011年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计亏损企业亏损总额	66
图表：2011年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计亏损企业亏损总额比去年同期增长	66
图表：2012年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计利润总额	67
图表：2012年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业成本费用利润率	68
图表：2012年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计亏损企业单位数	68
图表：2012年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计亏损企业亏损总额	69
图表：2012年1-12月全国及各省市家庭影视设备制造业累计亏损企业亏损总额比去年同期增长	69
图表：2011年1-12月家用音响设备制造业主要经济指标全国统计数据	71
图表：2012年1-12月家用音响设备制造业主要经济指标全国统计数据	72
图表：2011年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计工业销售产值（当年价格）	74
图表：2011年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计工业销售产值比去年同期增长（当年价格）	74
图表：2011年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计产成品	75
图表：2011年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计产成品比去年同期增长	75
图表：2011年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计主营业务收入	76

图表：2011年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计主营业务收入比去年同期增长 77

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计产成品 77

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计产成品比去年同期增长 78

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计产品销售收入 78

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计产品销售收入比去年同期增长 79

图表：2011年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计资产总计 80

图表：2011年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计资产总计比去年同期增长 80

图表：2011年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计流动资产 81

图表：2011年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计流动资产比去年同期增长 81

图表：2011年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计负债合计 82

图表：2011年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计负债合计比去年同期增长 83

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计资产总计 83

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计资产总计比去年同期增长 84

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计流动资产 84

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计流动资产比去年同期增长 85

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计负债合计 86

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计负债合计比去年同期增长 86

图表：2011年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计全部从业人员平均人数 87

图表：2011年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计全部从业人员平均人数比去年同期增长 88

图表：2011年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计企业单位数 88

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计全部从业人员平均人数 89

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计全部从业人员平均人数比去年同期增长 89

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计企业单位数 90

图表：2011年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计利润总额 91

图表：2011年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计亏损企业单位数 91

图表：2011年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计亏损企业亏损总额 92

图表：2011年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计亏损企业亏损总额比去年同期增长 92

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计利润总额 93

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计亏损企业单位数 93

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计亏损企业亏损总额	94
图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计亏损企业亏损总额比去年同期增长	94
图表：2006-2012年国内PDP彩电销售量趋势及预测	101
图表：2006-2012年中国PDP TV各尺寸销量比重	103
图表：彩电消费市场对画面质量关键因素的要求	103
图表：2010年我国彩电生产和出口分月度增长情况	104
图表：2010年家用影像设备行业销售收入和利润增长情况	105
图表：2010年重点彩电企业的平板电视产销占比情况	106
图表：2010年的全球彩电出货量情况	107
图表：2005-2011年中国彩电销售规模	108
图表：彩电及GDP季度走势对比图	109
图表：2011年彩电品牌零售量份额	110
图表：2011年3-12月家电下乡彩电主要品牌销售量份额	113
图表：互联网电视与平板电视比重	114
图表：2006-2010年等离子彩电销售额月度走势	116
图表：2008年1-12月全国及各省市彩色电视机产量	130
图表：2010年1-12月全国及各省市彩色电视机产量	130
图表：2011年1-12月全国及各省市彩色电视机产量	130
图表：2012年1-12月全国及各省市彩色电视机产量	130
图表：2008年1-12月全国及各省市组合音响产量	130
图表：2010年1-12月全国及各省市组合音响产量	130
图表：2011年1-12月全国及各省市组合音响产量	130
图表：2012年1-12月全国及各省市组合音响产量	130
图表：2011年中国音箱市场品牌分布	229
图表：2011年音箱品牌排行榜前五名人气走势	229
图表：2011年中国多媒体音箱市场不同声道类型产品销售情况	233
图表：2011年中国多媒体音箱市场不同声道价格产品销售情况	233
图表：2004-2011年中国投影机市场规模	267
图表：2011年度中国最受用户关注的15大家用投影机品牌排名	267
图表：2011年度中国最受用户关注的15大家用投影机品牌比例分布	268
图表：2011年度中国最受用户关注的前10款家用投影机产品排名	269

图表：2012年上半年中国投影机品牌关注排名	270
图表：2012年上半年中国投影机品牌关注比例分布	271
图表：2012年Q1-Q2中国投影机品牌关注排行对比	271
图表：2012年上半年中国教育投影机品牌关注排名	272
图表：2012年上半年中国教育投影机品牌关注比例分布	273
图表：2012年上半年中国娱乐投影机品牌关注排名	273
图表：2012年上半年中国娱乐投影机品牌关注比例分布	274
图表：2012年上半年中国商务投影机品牌关注排名	274
图表：2012年上半年中国商务投影机品牌关注比例分布	275
图表：2012年上半年不同价位投影机关注份额	276
图表：2012年上半年不同类别投影机关注份额	276
图表：2012年上半年不同投影技术投影机关注份额	277
图表：2012年上半年中国投影机产品关注排名	278
图表：2012年上半年明基投影机产品关注排名	279
图表：2012年上半年索尼投影机产品关注排名	280
图表：2012年上半年爱普生投影机产品关注排名	280
图表：2012年1-12月明基、索尼、爱普生投影机关注比例走势	281
图表：2012年上半年明基、索尼、爱普生投影机不同类型数量占比	282
图表：2012年上半年明基、索尼、爱普生投影机不同价位段产品数量占比	283
图表：2012年上半年明基、索尼、爱普生投影机品牌重合度对比	283
图表：最受用户关注的50款投影机产品排行榜	284
图表：2011年TCL集团股份有限公司主营构成表	302
图表：2009-2012年TCL集团股份有限公司流动资产表	303
图表：2009-2012年TCL集团股份有限公司长期投资表	304
图表：2009-2012年TCL集团股份有限公司固定资产表	304
图表：2009-2012年TCL集团股份有限公司无形及其他资产表	304
图表：2009-2012年TCL集团股份有限公司流动负债表	304
图表：2009-2012年TCL集团股份有限公司长期负债表	305
图表：2009-2012年TCL集团股份有限公司股东权益表	305
图表：2009-2012年TCL集团股份有限公司主营业务收入表	305
图表：2009-2012年TCL集团股份有限公司主营业务利润表	305
图表：2009-2012年TCL集团股份有限公司营业利润表	306

图表：2009-2012年TCL集团股份有限公司利润总额表	306
图表：2009-2012年TCL集团股份有限公司净利润表	306
图表：2009-2012年TCL集团股份有限公司每股指标表	306
图表：2009-2012年TCL集团股份有限公司获利能力表	306
图表：2009-2012年TCL集团股份有限公司经营能力表	307
图表：2009-2012年TCL集团股份有限公司偿债能力表	307
图表：2009-2012年TCL集团股份有限公司资本结构表	307
图表：2009-2012年TCL集团股份有限公司发展能力表	307
图表：2009-2012年TCL集团股份有限公司现金流量分析表	308
图表：2006-2012年中国彩电内销市场规模	331
图表：国内外研究机构对2013年经济增长的预测	339
图表：模拟节目信号功率谱	372

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201405/106286.html>