

2019年中国智能电视行业分析报告- 行业深度调研与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国智能电视行业分析报告-行业深度调研与发展趋势预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/dianshi/404731404731.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

一、智能电视行业相关定义

随着互联网时代的到来，电视被认为是电脑和手机以外的第三大互联网流量窗口。

一般认为，智能电视是基于互联网技术，具备开放式操作系统和应用平台，可实现双向人机交互功能，集影音、娱乐、数据等多种功能于一体，以满足用户多样化和个性化需求的一类电视产品，其目的是带给用户更便捷的体验，经过多年发展，目前已经成为电视的主流趋势，卖场上基本上已经很难见到非智能电视的销售了。

相比于传统电视而言，智能电视具有以下特征：（1）更强的硬件设备，包括高速处理器和大规模存储空间，用于系统的运行和数据的存储；（2）搭载了智能操作系统和平台，用户可自行安装、运行和卸载想要的程序和游戏等；（3）配置多种网络连接方式，用户可以通过连接高速互联网，来获得更好、更富有个性化的体验；（4）具备多种交互体验方式，如智能语音、多屏互动、数据共享等方式。

二、智能电视行业产业链条分析

智能电视产业上游主要是各元件设备的生产，以及配套的软件和操作系统的开发，下游则是各智能电视的销售渠道，如家电卖场和电商平台等各经销渠道。

智能电视产业链条

资料来源：观研天下数据中心整理

三、智能电视行业所属生命周期分析

当前我国智能电视行业已经有了较大的市场竞争，目前市面上几乎全部的品牌所生产的电视均为智能电视，许多商超和卖场几乎已经见不到传统电视的身影。

另一方面，目前许多家庭都依旧在使用传统彩电，由于电视机普遍使用寿命都在5年甚至10年以上，而智能电视的大面积生产销售不过才几年的历史，因此智能电视的换机需求仍然是客观存在，行业仍存在向上的发展空间，还没有进入到智能电视的存量促销升级的时代。可以判断，智能电视行业目前仍旧处于行业发展的成长期，离市场成熟期还有一段距离。

智能电视行业所属生命周期

资料来源：观研天下数据中心整理

四、智能电视行业附加值的提升空间分析

目前智能电视行业利润主要来自于智能电视的组装和销售，相对来说比较单一，这种略显单薄的盈利模式必然会在行业走向成熟期和价格战的时候给行业内的企业带来较大的伤害，如何去提升产品附加值是智能电视行业目前一个比较紧迫的任务。

1、软实力的提升

智能电视的上游主要是硬件设备和软件平台开发，相对来说，硬件设备目前大多数是由独立的上游企业来提供，智能电视企业往往话语权不多，而软件平台开发则是智能电视企业一个比较大有文章可做的环节。

不同的智能电视企业可以通过对自身软件操作系统的深度定制，尤其是内容层面的深度定制和消费者分析，来实现智能电视软件应用层面的附加值的提升。

2、周边配套设备的完善

在这个讲究万物互联的时代，许多智能电视厂家，同时会配备有其他智能设备产品，可以跟智能电视一起组合时代，得到更高级的体验享受，常见的如智能音响、智能穿戴设备、智能语音设备等，虽然智能电视行业开始有红海市场的迹象，但绝大部分周边设备都是一片蓝海，其利润率可观，通过智能电视周边设备来提升智能电视的感官体验，也是智能电视行业附加值提升的一个重要方面。

3、销售渠道的升级

在新零售的大环境下，许多品牌智能电视都有了多种渠道的销售，但基本仍旧处于传统的卖场模式和电商模式的框架下，很多时候由于消费者的消费体验竞品过多，会让部分优秀的产品黯然失色，难以被消费者发现。由于智能电视的销售是一个很讲究消费者“眼缘”的过程，如何通过提升这个眼缘的体验过程，是所有智能电视厂商都值得去投入的一个环节，然而事实上目前绝大部分品牌还没有意识到这一点，或者采取的销售方式仍旧大同小异，这是值得去提高的。

智能电视行业常见的附加值提升方式

资料来源：观研天下数据中心整理（YM）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国智能电视行业分析报告-行业深度调研与发展趋势预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型

分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国智能电视行业发展概述

第一节 智能电视行业发展情况概述

- 一、智能电视行业相关定义
- 二、智能电视行业基本情况介绍
- 三、智能电视行业发展特点分析

第二节 中国智能电视行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、智能电视行业产业链条分析
- 三、中国智能电视行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国智能电视行业生命周期分析

- 一、智能电视行业生命周期理论概述
- 二、智能电视行业所属的生命周期分析

第四节 智能电视行业经济指标分析

- 一、智能电视行业的赢利性分析
- 二、智能电视行业的经济周期分析
- 三、智能电视行业附加值的提升空间分析

第五节 中国智能电视行业进入壁垒分析

- 一、智能电视行业资金壁垒分析
- 二、智能电视行业技术壁垒分析
- 三、智能电视行业人才壁垒分析
- 四、智能电视行业品牌壁垒分析
- 五、智能电视行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球智能电视行业市场发展现状分析

第一节 全球智能电视行业发展历程回顾

第二节 全球智能电视行业市场区域分布情况

第三节 亚洲智能电视行业地区市场分析

- 一、亚洲智能电视行业市场现状分析
- 二、亚洲智能电视行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲智能电视行业市场前景分析
- 第四节 北美智能电视行业地区市场分析
 - 一、北美智能电视行业市场现状分析
 - 二、北美智能电视行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美智能电视行业市场前景分析
- 第五节 欧盟智能电视行业地区市场分析
 - 一、欧盟智能电视行业市场现状分析
 - 二、欧盟智能电视行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟智能电视行业市场前景分析
- 第六节 2019-2025年世界智能电视行业分布走势预测
- 第七节 2019-2025年全球智能电视行业市场规模预测

第三章 中国智能电视产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品智能电视总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国智能电视行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国智能电视产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国智能电视行业运行情况

第一节 中国智能电视行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国智能电视行业市场规模分析

第三节 中国智能电视行业供应情况分析

第四节 中国智能电视行业需求情况分析

第五节 中国智能电视行业供需平衡分析

第六节 中国智能电视行业发展趋势分析

第五章 中国智能电视所属行业运行数据监测

第一节 中国智能电视所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国智能电视所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国智能电视所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国智能电视市场格局分析

第一节 中国智能电视行业竞争现状分析

一、中国智能电视行业竞争情况分析

二、中国智能电视行业主要品牌分析

第二节 中国智能电视行业集中度分析

一、中国智能电视行业市场集中度分析

二、中国智能电视行业企业集中度分析

第三节 中国智能电视行业存在的问题

第四节 中国智能电视行业解决问题的策略分析

第五节 中国智能电视行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国智能电视行业需求特点与动态分析

第一节 中国智能电视行业消费市场动态情况

第二节 中国智能电视行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 智能电视行业成本分析

第四节 智能电视行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国智能电视行业价格现状分析

第六节 中国智能电视行业平均价格走势预测

- 一、中国智能电视行业价格影响因素
- 二、中国智能电视行业平均价格走势预测
- 三、中国智能电视行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国智能电视行业区域市场现状分析

第一节 中国智能电视行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地智能电视市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区智能电视市场规模分析
- 四、华东地区智能电视市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析

三、华中地区智能电视市场规模分析

四、华中地区智能电视市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区智能电视市场规模分析

第九章 2016-2018年中国智能电视行业竞争情况

第一节 中国智能电视行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国智能电视行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国智能电视行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 智能电视行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国智能电视行业发展前景分析与预测

第一节 中国智能电视行业未来发展前景分析

一、智能电视行业国内投资环境分析

二、中国智能电视行业市场机会分析

三、中国智能电视行业投资增速预测

第二节 中国智能电视行业未来发展趋势预测

第三节 中国智能电视行业市场发展预测

一、中国智能电视行业市场规模预测

二、中国智能电视行业市场规模增速预测

三、中国智能电视行业产值规模预测

四、中国智能电视行业产值增速预测

五、中国智能电视行业供需情况预测

第四节 中国智能电视行业盈利走势预测

- 一、中国智能电视行业毛利润同比增速预测
- 二、中国智能电视行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国智能电视行业投资风险与营销分析

第一节 智能电视行业投资风险分析

- 一、智能电视行业政策风险分析
- 二、智能电视行业技术风险分析
- 三、智能电视行业竞争风险分析
- 四、智能电视行业其他风险分析

第二节 智能电视行业企业经营发展分析及建议

- 一、智能电视行业经营模式
- 二、智能电视行业销售模式
- 三、智能电视行业创新方向

第三节 智能电视行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国智能电视行业发展策略及投资建议

第一节 中国智能电视行业品牌战略分析

- 一、智能电视企业品牌的重要性
- 二、智能电视企业实施品牌战略的意义
- 三、智能电视企业品牌的现状分析
- 四、智能电视企业的品牌战略
- 五、智能电视品牌战略管理的策略

第二节 中国智能电视行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国智能电视行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略

- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国智能电视行业发展策略及投资建议

第一节 中国智能电视行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国智能电视行业定价策略分析

第三节 中国智能电视行业营销渠道策略

- 一、智能电视行业渠道选择策略
- 二、智能电视行业营销策略

第四节 中国智能电视行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国智能电视行业重点投资区域分析
- 二、中国智能电视行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianshi/404731404731.html>