

# 中国4K电视行业产销分析及未来五年盈利前景预测报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国4K电视行业产销分析及未来五年盈利前景预测报告》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/216354216354.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

2014年，全球彩电行业整体营收规模出现下滑，但4K电视迎来了高速增长，成为市场最大亮点。

据英国市调机构未来最新发布的报告，2014年全球4K超高清电视出货量将超过1160万台，预计2018年全球4K电视出货量将达到1亿台。

该咨询公司表示，2014年全球4K电视出货量的增长幅度预计达到700%，其中，中国市场占据全球4K电视市场需求的70%。

西欧和北美市场4K电视需求量占比分别为10%和8%，预计到2018年这两个地区的4K电视需求量将保持72%的年均复合增长率。

“4K电视预计从2015年开始将保持快速增长，2018年的出货量将超过1亿台，到那时4K电视将占到全球电视市场份额的38%。”未来咨询研究分析师大卫·邵蒂说，“4K电视之所以这么快就成为市场主流，是因为在上个月的黑色星期五促销季很多4K电视都进行了降价促销。”

邵蒂表示，明年4K电视销售预计会集中在50英寸左右的大尺寸产品上，不过40英寸以下的小尺寸4K电视可能会更流行，然而本地化的4K内容资源仍然稀缺。

与此同时，未来咨询的报告还指出，2014年全球电视市场的出货量将达到2.34亿台，比2013年增长3%，不过全球彩电的贸易值预计下降4%，为970亿美元。该机构指出，全球彩电行业营收下滑，主要是因为电视均价下跌——单台价格已从652美元下降到608美元。

“2014年北美市场彩电出货量较为平稳，为4000万台，拉美地区增长17%，为3200万台。拉美地区很多国家需要完成模拟信号的关闭。”未来咨询高级市场分析师杰克·威瑟雷尔表示，“其他市场，上半年受世界杯提振，电视出货量实现增长，在随后的第三季度表现也要好于预期。2014年欧洲市场电视出货量超过5700万台，其中西欧增长2%，东欧持平。”

2014年整个亚太地区的电视出货量为8800万台，预计2018年将达到1亿台，这期间将保持4%的年均复合增长率。

“这个市场尚未达到饱和，一些国家的数字信号转换还没有完成。预计2015—2018年全球电视市场将保持3%的年均复合增长率，2018年出货量将超过2.6亿台。”威瑟雷尔说。

除了4K，智能功能也是电视销售的一个重要因素。2014年全球市场智能电视的销量占比将首次超过50%，到2018年这一比例将提高为82%。

“尽管业界关注的焦点仍集中在超高清和曲面电视上，但智能电视的市场渗透率在进一步提高。智能作为电视的一项增值功能，改进的用户界面、语音和手势控制、栏目导航等，吸引了大量消费者的注意力。”威瑟雷尔表示。

“彩电消费向大尺寸转移的趋势将得到延续，”邵蒂说，“一部分得益于4K电视，因为高分辨率的优势在大屏幕上更容易看到。目前50英寸及以上的电视（含高清和4K）的市场占比为18%，预计到2018年将达到25%。其中，美国市场在这方面的表现会最突出，其次会

是亚洲市场。”

## 第一部分 4K电视行业发展现状

### 第一章 2013-2014年全球4K电视产业发展分析

#### 第一节 国外4K电视节目业发展要素分析

一、政策环境和历史背景

二、资本运营

三、经营理念

四、新产品开发

五、产权保护

#### 第二节 全球4K电视产业发展分析

八、日本有望在2014年7月推出4K电视服务

#### 第三节 西方4K电视产业走势分析

一、内容为王

二、全媒体争夺战

## 第二章 中国4K电视产业发展现状

### 第一节 4K电视产业发展概况

一、4K电视发展概况

二、4K电视发展的新方式

三、4K电视渐成市场热点，内容仍是普及短板

四、媒体竞合下的4K电视业前景分析

### 第二节 2013-2014年4K电视产业发展现状

一、2013-2014年4K电视市场分析

二、创维打响4K电视普及战

三、2013年成4K电视元年

## 第三章 2013-2014年中国4K电视产业链分析

### 第一节 4K电视发展现状与格局

一、3D电视对4K电视影响

二、2013年4K电视实践亮点分析

三、2013-2014年中国电视市场发展现状

四、2013-2014年中国4K电视发展现状

五、广播电视新媒体的发展情况

### 第二节 4K电视发展预测

一、2014年中国4K电视用户规模预测

二、2014年中国4K电视市场销量预测

## 第四章 2013-2014年4K电视产业渠道分析

## 第一节 2013年国内4K电视产品的营销模式

### 第二节 4K电视行业国际化营销模式分析

### 第三节 2013年国内4K电视产品生产及销售投资运作模式分析

#### 一、国内生产企业投资运作模式

#### 二、国内营销企业投资运作模式

#### 三、外销与内销优势分析

## 第二部分 4K电视行业竞争格局

## 第五章 4K电视行业竞争分析

### 第一节 4K电视竞争状况

#### 一、网络媒体对4K电视的冲击

#### 二、2012年3D电视与4K电视竞争格局

#### 三、2012-2013年4K电视与4K电视的竞争

### 第二节 电视传媒竞争的方向分析

#### 一、媒体后时代的发展

#### 二、电视竞争新格局

#### 三、媒体后时代的生存法则

#### 四、4K电视的竞争力

### 第三节 省级卫视竞争分析

#### 一、我国省级卫视的市场竞争环境分析

#### 二、省级卫视竞争格局分析

#### 三、2013年省级卫视全国收视分析

#### 四、2013年各地晚间黄金段电视剧收视率

## 第六章 4K电视企业竞争策略分析

### 第一节 4K电视市场竞争策略分析

#### 一、2013年4K电视市场增长潜力分析

#### 二、2013年4K电视主要潜力项目分析

#### 三、现有4K电视竞争策略分析

#### 四、4K电视潜力项目竞争策略选择

#### 五、典型企业项目竞争策略分析

### 第二节 4K电视企业竞争策略分析

#### 一、2015-2020年我国4K电视市场竞争趋势

#### 二、2015-2020年4K电视行业竞争格局展望

#### 三、2015-2020年4K电视行业竞争策略分析

#### 四、2015-2020年4K电视企业竞争策略分析

## 第七章 国内外4K电视重点企业分析

第一节 三星

第二节 索尼

第三节 东芝

第四节 LG

第五节 夏普

第六节 TCL集团

第七节 四川长虹

第八节 康佳集团

第九节 海信电视

第十节 创维集团

第十一节 海尔集团

第三部分 4K电视行业前景预测

第八章 中国4K电视产业趋势分析

第一节 2013年4K电视产业发展趋势

一、中国电视传媒发展的方向分析

二、2011-2013年4K电视发展趋势

三、2014年电视广告形势的预测

四、“十二五”广电行业规划及影响

第二节 4K电视产业走向分析

一、电视传媒产业动力机制

二、电视节目创新趋势

三、电视节目策划趋势

四、电视新闻发展趋势

第三节 4K电视产业运行趋势

一、传播趋势

二、运营的创新

三、营销方式

第九章 4K电视行业发展趋势预测

第一节 2015-2020年4K电视市场趋势分析

一、2013-2014年4K电视市场总结

二、2015-2020年4K电视发展趋势分析

三、2015-2020年4K电视市场发展空间

四、2015-2020年4K电视产业政策趋向

五、2015-2020年4K电视价格走势分析

第二节 2015-2020年4K电视市场预测

- 一、2015-2020年4K电视市场结构预测
- 二、2015-2020年4K电视市场需求前景
- 第四部分 4K电视行业投资战略研究
- 第十章 4K电视行业投资环境分析
- 第一节 经济发展环境分析
- 一、2013-2014年我国宏观经济运行情况
- 二、2015-2020年我国宏观经济形势分析
- 三、2015-2020年投资趋势及其影响预测
- 第二节 政策法规环境分析
- 一、4K电视行业政策环境
- 二、4K电视评判依据出台
- 三、国内宏观政策对其影响
- 四、行业产业政策对其影响
- 第三节 社会发展环境分析
- 第十一章 2015-2020年4K电视行业投资战略研究
- 第一节 4K电视行业发展战略研究
- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划
- 第二节 对4K电视品牌的战略思考
- 一、企业品牌的重要性
- 二、4K电视实施品牌战略的意义
- 三、4K电视企业品牌的现状分析
- 四、4K电视企业的品牌战略
- 五、4K电视品牌战略管理的策略
- 第三节 4K电视行业投资战略研究
- 图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianshi/216354216354.html>