

2009-2012年中国夏普液晶电视市场企业及深度调查研究报告

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《2009-2012年中国夏普液晶电视市场企业分析及深度调查研究报告》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/7679176791.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 8000

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

内容简介

2009-2010年夏普液晶电视将加大渠道的拓展力度，从一二级市场向三四级城市深入。目前夏普已经与国美、苏宁及一二级城市的部分经销商展开合作，为了扩大在中国市场的销量，夏普液晶电视将加大渠道拓展力度。原定于2010年3月份正式开工的十代线也因为中国市场的巨大需求提前至2009年10月份。十代线开工以后，夏普在中国市场将有更强的竞争力。在十代线即将开工的同时，已经停产的位于日本龟山的六代线何时引入中国，也成为关注的焦点。随着液晶电视大尺寸所带来的运输成本上升，夏普早已开始考虑改变原有商业模式，将生产前端与后端集中在消费地完成，目前也已经在讨论各种方案，但依然没有定论。

2009年，在拉动内需的一系列政府调控措施的带动下，国内平板电视仍保持平稳的增长态势，年内平板电视需求量将达1500万台。在平板电视消费中，液晶电视占了主导地位，激烈的市场竞争也在促进液晶产业的整体发展。调查显示，在预期购买的各类电视中，预计购买普通液晶的占到51%，而LED液晶背光源电视预期购买率也达到34%。虽然在我国液晶电视市场外资厂商占据主导地位，但近期三星、夏普、索尼等主要外资品牌的市场份额均有不同程度下滑。与此同时，市场表现出集中度上升、二线品牌加速淘汰的特征。占据市场前四位厂商的市场份额总和为56.9%，远高于去年同期39.7%的水平。而上广电、厦华、东芝等品牌市场份额下滑严重，在产品水平、工业设计、性价比方面与主流品牌有一定差距，面临生存危机。

在中国家电下乡计划的推动下，2009年国内液晶电视销量将上升至1670万台，比2008年增长27%。这种强劲的增长将为今后几年进一步扩张铺平道路，预计2013年销量将达到3110万台，当年产量将增长到3790万台。随着液晶电视产业的快速发展，新一代全新应用LED背光源显示技术产品迅速在市场崛起，其产品凭借着强大的节能、环保和超薄等优势，成为传统液晶电视和等离子电视的主要强劲对手。LED电视由于兼具色彩绚丽、节能环保、超薄等多项先天优势，很快被业界认可并视为未来电视发展的新方向，中外平板电视厂商都把LED背光源液晶电视作为高端新品进行大力度推广，极大的刺激了LED液晶电视的潜在需求。LED这个大产业正处在发展的上升阶段，能创造极大的社会动力，对于节能这一点，目前中国市场上差不多每年有1800万台平板电视的需求。LED电视的技术优势不仅体现在节能、环保上，在动态、听觉等方面也具有非常强的竞争优势。未来三年，LED电视将可能逐步替代传统的液晶电视成为市场主流。

本研究咨询报告主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、工业和信息化部、国家经济信息中心、中国家电行业协会、中国电子视像行业协会、全国商业信息中心、国民经济景气监测中心、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息，对夏普液晶电视的市场规模与前景、供给与需求状况、市场格局与分布、进出口情况、销售渠道及模式等进行了详细研究，并重点分析了中国夏普液晶电视市场状况，报告还对行业内优势品牌的经营策略和发展

动向进行了深入剖析，对液晶电视行业的未来技术发展趋势进行了研判，是夏普液晶电视生产企业、科研单位、经销企业等单位准确了解目前夏普液晶电视行业发展动态，把握企业定位和发展战略不可多得的决策参考资料。

报告目录

第一部分 行业发展态势

第一章 2009年世界夏普液晶电视发展态势分析 1

第一节 2009年世界液晶电视市场发展分析 1

一、2009年全球液晶电视出货量分析 1

二、2009年全球液晶电视销售额分析 3

三、2010年全球液晶电视出货量预测 4

第二节 2009年全球夏普液晶电视市场分析 5

一、2009年全球液晶电视需求分析 5

二、2009年中国液晶电视世界占有率 6

三、2009年夏普液晶电视北美市场分析 7

第二章 中国夏普液晶电视发展概况分析 8

第一节 中国夏普液晶电视发展总体概况 8

一、2009年中国液晶电视市场发展分析 8

二、2009年中国LED液晶电视市场分析 9

三、2009年中国夏普液晶电视发展成就 10

第二节 2009年上半年中国液晶电视市场分析 11

一、市场概述 11

二、市场结构研究 14

三、市场价格研究 24

四、市场发展趋势预测 28

第二部分 行业发展环境

第三章 金融危机下夏普液晶电视宏观经济环境分析 31

第一节 2008-2010年全球经济环境分析 31

一、2009年全球经济运行概况 31

二、2010年全球经济形势预测 38

第二节 金融危机对全球经济的影响 45

一、国际金融危机发展趋势及其国际影响 45

二、对各国实体经济的影响 51

第三节 金融危机对中国经济的影响 54

一、金融危机对我国实体经济的影响 54

二、我国实体经济应对经济危机的策略	55
三、2009年我国宏观经济政策取向分析	56
第四节 2008-2010年中国宏观经济环境分析	65
一、2008年中国宏观经济运行概况	65
二、2009年中国宏观经济运行分析	106
三、2010年中国宏观经济趋势预测	133
第四章 2009年夏普液晶电视相关行业发展概况	139
第一节 上游行业市场发展分析	139
一、2009年夏普液晶电视面板发展分析	139
二、2009年液晶面板出货量情况	140
三、2009年液晶面板价格走势分析	141
四、2010-2013年液晶面板产需预测	147
五、液晶面板对液晶电视行业的影响	150
六、液晶电视应对上游情况的策略分析	154
第二节 下游行业市场发展分析	156
一、液晶电视产业下游互动分析	156
二、液晶电视下游利润情况分析	157
三、2009年家电卖场价格竞争分析	161
四、2010年元旦家电卖场销售形势	162
五、2010年家电卖场彩电销售形势	163
第三部分 行业发展现状	
第五章 2009年中国夏普液晶电视发展概况	165
第一节 2009年中国夏普液晶电视发展态势分析	165
一、2009年夏普液晶电视“新品研发”与“家电下乡”分析	165
二、2009年夏普在华建液晶电视组装的垂直统合体制	166
三、2009年夏普液晶电视产能情况分析	167
四、2009年夏普液晶电视渠道拓展策略	167
第二节 2009年中国夏普液晶电视研发情况分析	168
一、2009年夏普披露下一代液晶电视的核心技术	168
二、2009年夏普液晶电视开发光配向技术	169
三、2009年夏普发布新品液晶电视角逐大屏幕市场	169
四、2009年年底夏普LED液晶电视推出新款	171
五、2010年夏普3D液晶电视将量产	172
第六章 2009年中国夏普液晶电视整体运行状况	173
第一节 2009年夏普液晶电视行业产销分析	173

- 一、2008财年夏普液晶电视在华销量 173
- 二、2009年夏普液晶面板海外产销能力 174
- 三、2009年夏普液晶电视产销情况分析 174
- 四、2009财年夏普液晶电视销量预测 177
- 第二节 2009年夏普液晶电视盈利能力分析 177
 - 一、2008年夏普液晶电视盈利能力分析 177
 - 二、2009年夏普液晶电视盈利能力分析 178
- 第三节 2009年中国液晶电视行业产销分析 178
 - 一、2009年中国液晶电视行业产量分析 178
 - 二、2009年中国液晶电视行业产销分析 185
- 第四节 2009年LED电视行业运行分析 187
 - 一、LED电视进入增长通道 187
 - 二、价格因素制约LED电视发展 188
 - 三、LED电视将加速国产彩电业转型升级 189
- 第五节 2009年中国彩电行业运行分析 191
 - 一、2009年前三季度彩电生产情况分析 191
 - 二、2009年前三季度彩电出口情况分析 191
 - 三、2009年前三季度彩电内销形势分析 191
 - 四、2009年前三季度本土企业效益分析 192
 - 五、2009年三季度彩电行业热点及特点 192
- 第七章 2009年中国夏普液晶电视产业政策环境分析 195
 - 第一节 2009年夏普液晶电视相关政策分析 195
 - 一、2009年夏普得益环保政策实施 195
 - 二、2009年夏普液晶电视入围家电下乡 195
 - 第二节 2009年家电下乡政策措施及效果 196
 - 一、2009年前三季度情况 196
 - 二、效果评析与主要问题 197
 - 第三节 2009年以旧换新政策措施及效果 197
 - 一、2009年前三季度情况 197
 - 二、效果评析与主要问题 198
- 第八章 2009年中国夏普液晶电视进出口现状与预测 199
 - 第一节 2009年液晶电视出口情况分析 199
 - 一、2009年上半年液晶电视出口分析 199
 - 二、2009年1-9月液晶电视出口分析 200
 - 三、2009年1-11月液晶电视出口分析 200

第二节 2009年主要地区液晶电视出口分析 201

- 一、2009年江苏彩电出口分析 201
- 二、2009年广东彩电出口分析 201
- 三、2009年深圳液晶彩电出口分析 202

第九章 2009-2010年度中国液晶电视市场品牌研究 204

第一节 2009-2010年度液晶电视整体市场分析 204

- 一、年度品牌格局分析 204
- 二、季度品牌格局分析 206
- 三、年度产品格局分析 208
- 四、主流品牌走势分析 209
- 五、主流品牌竞争状况 210

第二节 2009-2010年度国产液晶电视品牌市场分析 214

- 一、年度品牌格局分析 214
- 二、主流品牌走势分析 215

第三节 2009-2010年度国外液晶电视品牌市场分析 216

- 一、年度品牌格局分析 216
- 二、主流品牌走势分析 217

第四节 2009-2010年度LED背光液晶电视市场分析 218

- 一、年度品牌格局分析 218
- 二、主流品牌走势分析 220

第四部分 行业竞争格局

第十章 2009年中国夏普液晶电视市场竞争格局分析 221

第一节 液晶电视行业竞争分析 221

- 一、2009年液晶电视市场竞争分析 221
- 二、2009年LED液晶电视市场竞争态势 224
- 三、LED液晶电视将成未来竞争焦点 226

第二节 夏普液晶电视市场竞争分析 227

- 一、2009年夏普LED电视竞争分析 227
- 二、2009年夏普、东芝液晶电视竞争分析 228
- 三、2009年夏普、索尼液晶电视竞争分析 229

第三节 日系三巨头差异化竞争分析 229

- 一、索尼液晶电视竞争分析 229
- 二、松下液晶电视竞争分析 230
- 三、夏普液晶电视竞争分析 230

第四节 2009-2010年液晶电视行业竞争格局 230

- 一、液晶电视占市场主导地位 231
- 二、内、外资液晶电视竞争分析 231
- 三、外资液晶电视竞争形势分析 232
- 第十一章 2009年中国液晶电视行业重点企业竞争力分析 234
- 第一节 液晶电视行业重点企业分析 234
- 一、液晶电视品牌排行 234
- 二、2009-2010年液晶电视十大品牌发展分析 235
- 第二节 夏普SHARP 236
- 一、企业概况 236
- 二、2009年在华发展 239
- 三、2009年经营状况 241
- 第三节 索尼Sony 242
- 一、企业概况 242
- 二、2009年经营状况 243
- 三、2010年发展策略 247
- 第四节 三星Samsung 250
- 一、企业概况 250
- 二、2009年液晶电视发展 253
- 三、2009年经营状况 254
- 第五节 海信Hisense 255
- 一、企业概况 255
- 二、2008-2009年财务分析 257
- 三、2009年经营状况 261
- 第六节 LG 262
- 一、企业概况 262
- 二、2009年经营状况 262
- 三、2010年发展策略 264
- 第七节 创维SKYWORTH 264
- 一、企业概况 264
- 二、2009年品牌价值 266
- 三、2010年发展规划 267
- 第八节 东芝Toshiba 270
- 一、企业概况 270
- 二、2009年经营状况 272
- 三、2010年发展规划 274

第九节 飞利浦PHILIPS 275

- 一、企业概况 275
- 二、飞利浦发展 276
- 三、2009年经营状况 279

第十节 TCL 280

- 一、企业概况 280
- 二、2008-2009年财务分析 281
- 三、2009年经营状况 284

第十一节 康佳KONKA 286

- 一、企业概况 286
- 二、2008-2009年财务分析 287
- 三、2009年经营状况 291

第十二节 长虹 293

- 一、企业概况 293
- 二、2008-2009年财务分析 294
- 三、2009年经营状况 298

第十三节 海尔 298

- 一、企业概况 298
- 二、2008-2009年财务分析 301
- 三、2009年经营状况 305

第十四节 厦华 306

- 一、企业概况 306
- 二、2008-2009年财务分析 306
- 三、2009年经营状况 310

第五部分 投资策略分析

第十二章 金融危机下中国夏普液晶电视投资分析及建议 313

第一节 夏普液晶电视投资分析 313

- 一、2009年金融危机下夏普液晶电视投资分析 313
- 二、2010年夏普液晶电视投资风险分析 314
- 三、中国液晶电视市场风险分析 319
- 四、夏普液晶电视风险控制策略 320

第二节 2010-2012年液晶电视行业投资机会分析 320

- 一、2009年液晶电视消费者态度 321
- 二、2010-2012年国产液晶电视厂商的机遇 325
- 三、2010-2012年合资液晶电视厂商的机遇 326

第三节 液晶电视三四级市场投资风险分析	327
一、三四级市场液晶电视的投资机会	328
二、三四级市场液晶电视的投资风险	329
三、投资三四级市场液晶电视的建议	329
第四节 夏普液晶电视的中国机会	331
一、液晶电视带来发展机遇	331
二、市场扩张道路上的障碍	332
三、夏普液晶电视应对策略	333
第十三章 夏普液晶电视发展趋势与投资战略研究	335
第一节 2010-2012年全球液晶电视市场趋势分析	335
一、2010年全球液晶电视市场预测	335
二、2012年全球液晶电视市场需求预测	335
第二节 2010-2012年中国液晶电视市场趋势分析	336
一、液晶电视发展新趋势分析	336
二、LED液晶电视渐成行业趋势	346
三、2011年中国液晶电视市场预测	347
四、2012年LED液晶电视市场占有率预测	348
第三节 2010-2012年夏普液晶电视市场趋势分析	349
一、从夏普看液晶电视发展趋势	349
二、2010年夏普平板电视发展趋势	351
三、2010年夏普面板供给情况预测	351
四、2010年夏普液晶电视价格预测	352
五、2010年夏普LED液晶电视比例预测	352
六、2012年夏普液晶电视市场趋势预测	353
第四节 夏普液晶电视在华战略研究	354
一、夏普液晶电视在华战略研究	354
二、夏普液晶电视绿色战略分析	359
三、2010年夏普液晶电视在华战略调整	360
四、2010年夏普液晶电视发展策略调整	362
五、促进液晶电视行业健康发展的建议	363
第五节 对我国夏普液晶电视品牌的战略思考	364
一、品牌的基本含义	364
二、品牌战略在企业发展中的重要性	364
三、夏普液晶电视品牌的特性和作用	365
四、夏普液晶电视品牌价值战略分析	366

五、我国夏普液晶电视品牌竞争趋势 366

六、夏普液晶电视企业品牌发展战略 367

七、夏普液晶电视行业品牌竞争策略 368

图表目录

图表：2009年第三季全球电视出货按应用技术别出货量与成长率 2

图表：2009年第三季全球电视品牌出货金额排名、市占率与成长率 3

图表：2009-2019年中国液晶电视生产预测 8

图表：2009年第二季度中国市场最受用户关注的十大液晶电视品牌分布 14

图表：2009年上半年中国市场最受用户关注的十大液晶电视品牌分布 14

图表：2009年第二季度中国市场七大区域液晶电视关注比例分布 16

图表：2009年第二季度液晶电视厂商在中国七大区域市场关注度排名 17

图表：2009年第二季度中国市场不同尺寸液晶电视关注比例分布 18

图表：2009年1-6月主流尺寸液晶电视关注度走势对比（1） 19

图表：2009年1-6月主流尺寸液晶电视关注度走势对比（2） 19

图表：2009年第二季度中国市场不同分辨率液晶电视关注比例分布 20

图表：2009年1-6月不同分辨率液晶电视关注度走势 21

图表：2009年第二季度中国市场不同价位段液晶电视关注比例 22

图表：2009年1-6月不同价位段液晶电视关注度走势对比（1） 23

图表：2009年1-6月不同价位段液晶电视关注度走势对比（2） 23

图表：2009年1-6月中国市场液晶电视市场均价走势 24

图表：2009年1-6月主流尺寸液晶电视市场均价对比（1） 25

图表：2009年1-6月主流尺寸液晶电视市场均价对比（2） 26

图表：2009年第二季度中国液晶电视市场32

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianshi/7679176791.html>