

2016-2022年中国家庭影院市场现状调研与发展战略研究报告

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《2016-2022年中国家庭影院市场现状调研与发展战略研究报告》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/fangdichang/239341239341.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

电子音响行业直面终端消费者，行业发展对宏观经济的景气度依赖较大，从 2006 年以来，由于宏观经济的波动，中国主要电子音响产品产值增速经历了两次负增长时期。

2006-2014 年中国主要电子音响产品产值及增长趋势

家庭影院行业市场发展现状

随着中国经济规模的快速增长，居民可支配收入亦呈现快速增长势头，中国家电市场规模的扩大和居民消费能力的增强，带动家庭影院市场保持增长的态势，家庭影院音响系统逐步独立并发展成为音响产业的支柱之一。2014 年中国家庭影院音响产值达到 115.81 亿元。

中国家庭影院产值

中国报告网发布的《2016-2022 年中国家庭影院市场现状调研与发展战略研究报告》内容严谨、数据翔实，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研究分析。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。

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。

报告大纲：

第一章 家庭影院相关概述

1.1 家庭影院简介

1.1.1 家庭影院的定义

1.1.2 家庭影院的特点

1.1.3 家庭影院放声系统的多模式介绍

1.1.4 家庭影院的空间规律

1.2 投影机相关概述

1.2.1 投影机简介

1.2.2 投影机的分类

1.2.3 投影机主流技术分析

1.2.4 微型投影机的意义及优势

1.3 音响的相关简介

1.3.1 音响的概念及组成

1.3.2 音响的发展历史

1.3.3 音响的主要技术指标

1.3.4 家庭组合音响的分类

1.3.5 家庭影院中迷你音响

1.4 音箱相关介绍

1.4.1 音箱的概念

1.4.2 音箱的结构组成

1.4.3 音箱分类及特点

1.4.4 家庭影院系统中的音箱

第二章 2013-2015年家庭影院市场分析

2.1 2013-2015年家庭影院发展环境

2.1.1 宏观经济环境

2.1.2 我国家庭住房条件明显改善

2.1.3 我国影视产业迎来良好发展时机

2.1.4 中国家庭影院的产业发展环境

2.2 家庭影院行业综述

2.2.1 中国家庭影院发展的形势与任务

2.2.2 我国家庭影院逐步普及

2.2.3 家庭影院产业化发展探析

2.2.4 传统家庭影院的进化

2.2.5 世界杯带暖家庭影院行业

2.3 2013-2015年中国家庭影院行业的发展

2.3.1 2013年我国家庭影院市场发展状况

2.3.2 2014年我国家庭影院市场分析

2.3.3 2015年我国家庭影院市场动态

2.4 2013-2015年3D时代家庭影院的发展

2.4.1 行业标准为3D家庭影院发展指明方向

2.4.2 浅析3D家庭影院中磁性元器件的需求

2.4.3 3D电视推广需要解决的难题

2.4.4 3D电视前景看好

2.4.5 3D家庭影院投影机的发展

2.4.6 3D蓝光播放器增长势头强劲

2.5 2013-2015年无线传输技术在家庭影院中的应用发展

2.5.1 无线家庭影院的信号传输方式

2.5.2 无线家庭影院的组成部分

2.5.3 无线家庭影院的具体产品应用

2.5.4 家庭影院无线传输技术日趋成熟

2.6 家庭影院市场问题与策略

2.6.1 阻碍国内家庭影院市场做大的因素

2.6.2 家庭影院质量及售后问题亟待解决

2.6.3 家庭影院企业应树立品牌形象

2.6.4 家庭影院市场发展的建议

第三章 中国家用视听设备制造行业相关经济数据分析

3.1 中国家庭影院影视设备制造行业财务状况

3.2 中国家庭影院音响设备制造行业财务状况

第四章 2013-2015年平板电视发展分析

4.1 平板电视市场综述

4.1.1 中国平板电视行业的发展现状

4.1.2 平板电视市场格局分析

4.1.3 中国平板电视逐步形成三大新特点

4.1.4 中国平板电视业步入消费普及期

4.1.5 中国平板彩电产业高速增长

4.1.6 网络与平板电视融合成为市场新卖点

4.2 2013-2015年中国平板电视的发展

4.2.1 2013年中国平板电视市场的发展

4.2.2 2014年中国平板电视市场发展状况

4.2.3 2015年中国平板电视市场发展态势

4.3 2013-2015年中国液晶电视市场透析

4.3.1 中国液晶电视发展总析

4.3.2 中国液晶电视市场发展的特征

4.3.3 2013年中国液晶电视市场热点透视

4.3.4 2014年中国液晶电视市场解析

4.3.5 2015年中国液晶电视市场动态

4.3.6 中国液晶电视品牌的SWOT分析

4.3.7 中国液晶电视市场发展建议

4.4 2013-2015年中国等离子电视市场状况

4.4.1 等离子电视市场再次崛起

4.4.2 等离子电视出货量迅猛增长

- 4.4.3 等离子电视销量呈上升态势
- 4.4.4 离子电视将雄霸大屏幕电视市场
- 4.4.5 3D促等离子电视市场阵营扩大
- 4.5 2013-2015年中国平板电视的SWOT分析
 - 4.5.1 优势 (Strength)
 - 4.5.2 劣势 (Weakness)
 - 4.5.3 机会 (Opportunity)
 - 4.5.4 威胁 (Threat)
- 4.6 平板电视发展存在的问题
 - 4.6.1 平板电视发展的瓶颈
 - 4.6.2 中国平板电视节能发展中的不足
 - 4.6.3 企业忽视平板电视可靠性
 - 4.6.4 中国平板电视质量及售后问题亟待解决
- 4.7 中国平板电视发展策略分析
 - 4.7.1 政策利好平板电视产业发展
 - 4.7.2 基于市场调查平板电视行业发展策略总结
 - 4.7.3 发展环保技术助平板电视产业走“绿色”之道
 - 4.7.4 中国平板电视企业开农村市场的策略
- 4.8 平板电视趋势解析
 - 4.8.1 未来平板电视发展的产业环境
 - 4.8.2 深度探析家用平板电视的发展趋向
 - 4.8.3 中国平板电视市场面临的主要机遇
 - 4.8.4 中国平板电视行业面临的风险
 - 4.8.5 未来十年中国平板电视行业的战略布局
 - 4.8.6 中国平板电视企业有望赢得下一个十年
- 第五章 2013-2015年投影机发展分析
 - 5.1 2013-2015年国际投影机市场总析
 - 5.1.1 全球投影机市场规模透析
 - 5.1.2 全球微型投影机发展态势良好
 - 5.1.3 全球投影机产销预测
 - 5.2 2013-2015年中国投影机行业综述
 - 5.2.1 中国投影机业的发展历程
 - 5.2.2 我国投影机行业标准状况
 - 5.2.3 我国发展投影机产业有巨大优势
 - 5.2.4 我国投影机行业进入成熟期

5.3 中国投影机市场全面解析

5.3.1 中国投影机市场渠道模式的演变

5.3.2 我国投影机品牌分化加快

5.3.3 中国投影机消费市场解析

5.3.4 投影机市场呈多元化竞争格局

5.3.5 中国投影机市场的“短焦之战”

5.3.6 新技术引领投影机市场前行

5.4 2013-2015年中国投影机市场剖析

5.4.1 2013年中国投影机市场发展回顾

5.4.2 2014年中国投影机市场状况

5.4.3 2015年中国投影机市场发展形势

5.5 2013-2015年中国家用投影机市场发展状况

5.5.1 家庭影院投影机对比度的发展

5.5.2 家用投影机市场剖析

5.5.3 家庭影院投影机市场定位日趋明晰

5.5.4 中国高端家用投影机市场悄然兴起

5.5.5 从电影院线市场管窥家用投影机的发展路线

5.5.6 家用投影机市场前景广阔

第六章 2013-2015年其他家庭影院显示设备市场探析

6.1 投影屏幕市场

6.1.1 中国投影屏幕市场综述

6.1.2 中国投影屏幕市场品牌深入分析

6.1.3 中国投影屏幕市场机遇和挑战并存

6.1.4 中国投影幕市场向中高端发展

6.1.5 中国投影屏幕市场进入品牌竞争阶段

6.1.6 未来中国投影屏幕的方向

6.2 家庭影院投影屏幕发展概况

6.2.1 投影屏幕是家庭影院的重要组成部分

6.2.2 家用投影机降价给投影屏幕带来无限商机

6.2.3 新认证标准为家庭影院投影屏幕提供品质规范

6.3 背投电视

6.3.1 背投电视的优势

6.3.2 背投电视成家庭影院建设的首选

6.3.3 背投电视市场的竞争状况

6.3.4 LCoS背投电视面临的考验和出路

- 6.3.5 LCoS背投电视市场潜力无限
- 第七章 2013-2015年影碟机发展分析
 - 7.1 2013-2015年全球影碟机行业分析
 - 7.1.1 全球DVD市场简况
 - 7.1.2 国外蓝光影碟机市场发展态势良好
 - 7.1.3 全球蓝光影碟机出货量预测
 - 7.2 2013-2015年中国影碟机市场状况
 - 7.2.1 我国DVD影碟机产业基本状况
 - 7.2.2 中国DVD影碟机行业总体分析
 - 7.2.3 中国DVD影碟机市场危机四伏
 - 7.2.4 中国影碟机产业朝“低碳互联网时代”迈进
 - 7.3 中国影碟机产业的问题及对策
 - 7.3.1 制约我国影碟机市场发展的因素
 - 7.3.2 影碟机行业的进入壁垒
 - 7.3.3 我国影碟机产业处境尴尬
 - 7.3.4 我国影碟机存在技术升级难题
 - 7.3.5 透析中国DVD产业产权纠纷问题及建议
 - 7.3.6 影碟机产品走低端路线求发展
- 第八章 2013-2015年音响发展分析
 - 8.1 中国音响市场发展透析
 - 8.1.1 中国音响行业总况
 - 8.1.2 中国音响市场格局分析
 - 8.1.3 中国音响消费市场深度解析
 - 8.2 2013-2015年中国音响市场的发展
 - 8.2.1 2013年中国音响市场热点解析
 - 8.2.2 2014年我国迷你音响市场格局剖析
 - 8.2.3 2014年我国迷你音响市场发展状况
 - 8.2.4 2015年我国迷你音响市场发展现状
 - 8.3 2013-2015年全国及主要省份组合音响产量分析
 - 8.3.1 2014年1-12月全国及主要省份组合音响产量分析
 - 8.3.2 2015年1-9月全国及主要省份组合音响产量分析
 - 8.3.3 2015年1-9月全国及主要省份组合音响产量分析
 - 8.4 2013-2015年家庭影院音响市场解析
 - 8.4.1 中国家庭影院音响市场供需回顾
 - 8.4.2 超薄家庭影院音响层出不穷

8.4.3 家庭组合音响的趋向

8.5 2013-2015年音响区域市场分析

8.5.1 北京音响市场进入“三化”时代

8.5.2 上海地区音响市场消费特点剖析

8.5.3 长沙音响市场开发空间大

8.5.4 成都地区音响业市场状况

8.5.5 海南音响市场概况

8.6 音响行业发展问题

8.6.1 我国音响行业缺失核心技术和标准

8.6.2 中国音响业特许经营存在四大问题

8.6.3 中国音响市场“先天缺钙”企业面临危机

8.6.4 中国音响行业存在的缺陷

8.6.5 中国音响企业亟待向“中国创造”转型

8.7 音响行业发展策略

8.7.1 中国音响行业应走创新之路

8.7.2 中国音响业需要良性互动

8.7.3 中国音响进入国外市场的策略

8.7.4 音响企业发展的建议

8.8 音响行业投资及展望

8.8.1 国外风险投资“抢食”中国音响市场

8.8.2 中国音响产业发展的新方向

8.8.3 中国平板音响市场前景看好

第九章 2013-2015年音箱发展分析

9.1 中国音箱市场发展综述

9.1.1 中国多媒体音箱行业现状

9.1.2 中国多媒体音箱行业特点

9.1.3 制约国内音箱行业发展的五大因素

9.2 2013-2015年中国音箱市场剖析

9.2.1 市场规模

9.2.2 技术水平

9.2.3 竞争水平

9.3 2013-2015年音箱市场回顾

9.3.1 2013年中国音箱市场发展回顾

9.3.2 2014年中国音箱市场运行状况

9.3.3 2015年中国音箱市场发展动态

9.4 中国音箱市场趋势分析

9.4.1 中国音箱市场预测

9.4.2 未来中国多媒体音箱的发展

9.4.3 中国多媒体音箱的技术方向

第十章 家庭影院行业重点企业分析

10.1 TCL集团

(1)公司简介

(2)公司营况况分析

(3)公司有劣势分析

(4)未来发展战略

10.2 创维

(1)公司简介

(2)公司营况况分析

(3)公司有劣势分析

(4)未来发展战略

10.3 CAV丽声

(1)公司简介

(2)公司营况况分析

(3)公司有劣势分析

(4)未来发展战略

10.4 威莱

(1)公司简介

(2)公司营况况分析

(3)公司有劣势分析

(4)未来发展战略

10.5 步步高

(1)公司简介

(2)公司营况况分析

(3)公司有劣势分析

(4)未来发展战略

10.6 万利达

(1)公司简介

(2)公司营况况分析

(3)公司有劣势分析

(4)未来发展战略

第十一章 家庭影院投资及前景

11.1 家庭影院投资分析

11.1.1 我国电子产品走俏家庭影院市场潜力巨大

11.1.2 “低音炮家庭影院”成投资新宠

11.1.3 迷你家庭影院迅速发展为行业带来机会

11.1.4 影响家庭影院投资规模的因素

11.1.5 家庭影院的投资建议

11.2 中国家庭影院行业展望

11.2.1 中国家庭影院行业前景看好

11.2.2 家庭影院市场发展趋势

11.2.3 未来中国家庭影院市场竞争特点

11.3 2016-2022年中国家庭影院相关设备业预测分析

11.3.1 2016-2022年家庭影院影视设备制造行业预测

11.3.2 2016-2022年家庭影院音响设备制造行业预测

图表目录：

图表 中国等离子电视市场屏幕尺寸结构

图表 中国液晶电视市场品牌销售量结构

图表 中国液晶电视品牌销售额结构

图表 中国液晶电视价格段品牌销售量结构

图表 中国液晶电视产品规格品牌销售量结构

图表 中国等离子电视市场品牌销售量结构

图表 中国等离子电视市场品牌销售额结构

图表 中国等离子电视市场价格段品牌销售量结构

图表 中国等离子电视市场产品规格品牌销售量结构

图表 海信市场竞争策略SWOT分析

图表 创维市场竞争策略的SWOT分析

图表 TCL市场竞争策略的SWOT分析

图表 康佳市场竞争策略的SWOT分析

图表 三星市场竞争策略的SWOT分析

图表 松下市场竞争策略SWOT分析

图表 日立市场竞争策略SWOT分析

图表 长虹市场竞争策略SWOT分析

图表 中国平板电视消费需求增长趋势

图表 中国平板电视市场需求量增长情况

图表 液晶电视、等离子电视出口量变化趋势

图表 不同城市级别平板电视需求比重变化

图表 消费者预期购买平板电视主要考虑产品因素

图表 五大类别平板电视竞争格局

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangdichang/239341239341.html>