

2015-2020年中国4k电视 市场竞争格局及趋势预测分析报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国4k电视市场竞争格局及趋势预测分析报告》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.bosidata.com/dianqi1502/M465108RA7.html>

【报告价格】纸介版**6800**元 电子版**7000**元 纸介+电子**7200**元

【出版日期】2026-03-07

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告目录：

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 1

第一节 国外4k---业发展要素分析 1

一、政策环境和历史背景 1

二、资本运营 2

三、经营理念 3

四、新产品开发 3

五、产权保护 4

第二节 全球4k电视产业发展分析 4

一、欧债危机对4k电视的影响 4

二、2013-2014年美国4k电视市场分析 5

三、2013-2014年英国4k电视发展分析 5

四、2013-2014年俄罗斯4k电视发展分析 6

五、2013-2014年澳大利亚4k电视分析 6

六、2013-2014年法国4k电视的发展分析 7

七、2013-2014年日本4k电视的发展分析 7

八、日本有望在2014年7月推出4k电视服务 8

第三节 西方4k电视产业走势分析 9

一、内容为王 9

二、全媒体争夺战 10

第二章 中国4k电视产业发展现状 11

第一节 4k电视产业发展概况 11

一、4k电视发展概况 11

二、4k电视发展的新方式 18

三、4k电视渐成市场热点，内容仍是普及短板 20

四、媒体竞合下的4k电视业前景分析 22

第二节 2013-2014年4k电视产业发展现状 24

一、2013-2014年4k电视市场分析 24

二、创维打响4k电视普及战 25

三、2013年成4k电视元年	26
四、智能电视开打4k大战	27
五、4k电视品牌价值的市场解析	28
第三节 4k电视价格分析	30
一、2012年4k电视价格分析	30
二、2013年4k电视价格下降的原因分析	30
三、2015-2020年4k电视价格发展趋势分析	30
第三章 2013-2014年中国4k电视产业链分析	32
第一节 4k电视发展现状与格局	32
一、3d电视对4k电视影响	32
二、2013年4k电视实践亮点分析	32
三、2013-2014年中国电视市场发展现状	33
四、2013-2014年中国4k电视发展现状	35
五、广播电视新媒体的发展情况	36
第二节 4k电视发展预测	37
一、2014年中国4k电视用户规模预测	37
二、2014年中国4k电视市场销量预测	38
三、2015-2020年中国4k电视市场消费需求预测	39
第三节 中国4k电视产业链结构	39
一、4k电视的价值链	39
二、中国电视剧产业价值链分析	40
三、2013-2014年4k电视“一头一尾”产业链分析	41
第四节 4k电视片源发展情况	42
一、4k电视片源供应状况分析	42
二、4k电视片源的需求量分析	43
三、4k电视片源对4k电视产业的影响	43
四、2015-2020年4k电视片源发展趋势	43
第四章 影响中国4k电视产业发展因素	45
第一节 有利因素分析	45
一、4k电视的优势分析	45
二、体制改革与消费升级因素	47
第二节 不利因素分析	49

一、进入威胁因素	49
二、替代产品压力	49
三、买方侃价能力	50
四、供方侃价能力	50
五、法律政策因素	51
六、人力资本因素	52
七、现有竞争对手的竞争	53
第三节 网络多媒体对4k电视的影响	54
一、发挥4k电视优势分析	54
二、4k电视数字化原则	55
三、未来10年新技术对4k电视的影响	55
第五章 2013-2014年4k电视产业渠道分析	56
第一节 2013年国内4k电视产品的营销模式	56
第二节 4k电视行业国际化营销模式分析	57
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	59
一、国内生产企业投资运作模式	59
二、国内营销企业投资运作模式	59
三、外销与内销优势分析	61
第六章 2013-2014年4k电视行业相关产业分析	64
第一节 4k电视行业产业链概述	64
第二节 4k电视行业上游运行分析	67
一、4k电视行业上游介绍	67
二、4k电视行业上游发展状况分析	68
三、4k电视行业上游对4k电视行业影响力分析	70
第三节 4k电视行业下游运行分析	71
一、4k电视行业下游介绍	71
二、4k电视行业下游发展状况分析	71
三、4k电视行业下游对4k电视行业影响力分析	71
第二部分 4k电视行业竞争格局	
第七章 4k电视行业竞争分析	72
第一节 4k电视竞争状况	72
一、网络媒体对4k电视的冲击	72

二、2014年3d电视与4k电视竞争格局	74
三、2012-2013年4k电视与4k电视的竞争	75
第二节 电视传媒竞争的方向分析	76
一、媒体后时代的发展	76
二、电视竞争新格局	78
三、媒体后时代的生存法则	79
四、4k电视的竞争力	84
第三节 省级卫视竞争分析	85
一、我国省级卫视的市场竞争环境分析	85
二、省级卫视竞争格局分析	90
三、2013年省级卫视全国收视分析	92
四、2013年各地晚间黄金段电视剧收视率	93
第四节 2013-2014年中国4k电视行业竞争分析及预测	94
一、2013年4k电视市场竞争情况分析	94
二、2013年4k电视市场竞争形势分析	94
三、2015-2020年集中度分析及预测	95
四、2015-2020年swot分析及预测	95
五、2015-2020年进入退出状况分析及预测	96
六、2015-2020年生命周期分析及预测	96
第八章 4k电视企业竞争策略分析	98
第一节 4k电视市场竞争策略分析	98
一、2013年4k电视市场增长潜力分析	98
二、2013年4k电视主要潜力项目分析	98
三、现有4k电视竞争策略分析	98
四、4k电视潜力项目竞争策略选择	98
五、典型企业项目竞争策略分析	99
第二节 4k电视企业竞争策略分析	99
一、欧债危机对4k电视行业竞争格局的影响	99
二、欧债危机后4k电视行业竞争格局的变化	99
三、2015-2020年我国4k电视市场竞争趋势	99
四、2015-2020年4k电视行业竞争格局展望	100
五、2015-2020年4k电视行业竞争策略分析	100

六、2015-2020年4k电视企业竞争策略分析 100

第九章 国内外4k电视重点企业分析 102

第一节 三星 102

一、基本情况 102

二、竞争优势分析 105

三、2013-2014年经营状况 108

四、2015-2020年发展战略 109

第二节 索尼 110

一、基本情况 110

二、竞争优势分析 112

三、2012-2013年经营状况 113

四、2015-2020年发展战略 117

第三节 东芝 119

一、基本情况 119

二、竞争优势分析 123

三、2012-2013年经营状况 125

四、2015-2020年发展战略 127

第四节 LG 127

一、基本情况 127

二、竞争优势分析 129

三、2012-2013年经营状况 131

四、2015-2020年发展战略 135

第五节 夏普 136

一、基本情况 136

二、竞争优势分析 140

三、2013-2014年经营状况 141

四、2015-2020年发展战略 144

第六节 TCL集团 144

一、基本情况 144

二、竞争优势分析 145

三、2013-2014年经营状况 147

四、2015-2020年发展战略 155

第七节 四川长虹 157

一、基本概况 157

二、竞争优势分析 158

三、2013-2014年经营状况 159

四、2015-2020年发展战略 166

第八节 康佳集团 168

一、基本概况 168

二、企业竞争优势分析 171

三、2013-2014年经营状况 172

四、2015-2020年发展战略 178

第九节 海信电视 180

一、基本概况 180

二、竞争优势分析 180

三、2013-2014年经营状况 181

四、2013-2014年经营状况 188

第十节 创维集团 189

一、基本概况 189

二、企业竞争优势分析 190

三、2015-2020企业经营状况分析 191

四、2015-2020企业发展战略分析 195

第十一节 海尔集团 197

一、基本概况 197

二、企业竞争优势分析 198

三、2015-2020企业经营状况分析 199

四、2015-2020企业发展战略分析 207

第十章 2013-2014年中国4k电视区域发展透析 212

第一节 东北地区 212

一、辽宁 212

二、吉林 212

第二节 华北沿海地区 212

一、北京 212

二、天津 213

三、河北 213

四、山东 213

第三节 黄河中游地区 213

一、河南 213

二、山西 214

三、陕西 214

四、内蒙古 214

第四节 华东沿海地区 215

一、上海 215

二、江苏 215

三、浙江 216

第五节 华南沿海地区 216

一、福建 216

二、广东 216

三、广西 217

第六节 长江中游地区 218

一、湖北 218

二、湖南 218

三、江西 218

四、安徽 219

第七节 西南地区 219

一、重庆 219

二、四川 219

三、贵州 220

四、云南 220

第八节 西北地区 220

一、甘肃 220

二、青海 221

三、宁夏 221

第三部分 4k电视市场趋势调查

第十一章 中国4k电视产业趋势分析 222

第一节 2013年4k电视产业发展趋势 222

一、中国电视传媒发展的方向分析	222
二、2011-2013年4k电视发展趋势	223
三、2014年电视广告形势的预测	223
四、“十三五”广电行业规划及影响	225
第二节 4k电视产业走向分析	228
一、电视传媒产业动力机制	228
二、---创新趋势	231
三、---策划趋势	233
四、电视新闻发展趋势	234
第三节 4k电视产业运行趋势	238
一、传播趋势	238
二、运营的创新	238
三、营销方式	239
四、产业链模式	239
五、开展业务策略	240
六、节目体系的创新	240
第四节 中国4k电视的转型与创新	242
一、影响4k电视转型的因素	242
二、4k电视转型的内涵	244
第十二章 4k电视行业发展趋势预测	245
第一节 2015-2020年4k电视市场趋势分析	245
一、2013-2014年4k电视市场总结	245
二、2015-2020年4k电视发展趋势分析	246
三、2015-2020年4k电视市场发展空间	247
四、2015-2020年4k电视产业政策趋向	248
五、2015-2020年4k电视价格走势分析	249
第二节 2015-2020年4k电视市场预测	252
一、2015-2020年4k电视市场结构预测	252
二、2015-2020年4k电视市场需求前景	253
三、2015-2020年4k电视市场价格预测	254
四、2015-2020年4k电视行业集中度预测	255
第四部分 4k电视行业投资规划建议研究	

第十三章 4k电视行业投资现状分析	256
第一节 2013-2014年4k电视行业投资情况分析	256
一、2013年总体投资及结构	256
二、2013年投资规模情况	256
三、2013年投资增速情况	256
四、2013年分行业投资分析	256
五、2013年分地区投资分析	256
六、2013年外商投资情况	257
第二节 2014年四季度4k电视行业投资情况分析	257
一、2014年四季度总体投资及结构	257
二、2014年四季度投资规模情况	257
三、2014年四季度投资增速情况	257
四、2014年四季度分地区投资分析	258
五、2014年四季度外商投资情况	258
第十四章 4k电视行业投资环境分析	259
第一节 经济发展环境分析	259
一、2013-2014年我国宏观经济运行情况	259
二、2015-2020年我国宏观经济形势分析	272
三、2015-2020年投资趋势及其影响预测	275
第二节 政策法规环境分析	277
一、2013年4k电视行业政策环境	277
二、2013年4k电视评判依据出台	277
三、2013年国内宏观政策对其影响	278
四、2013年行业产业政策对其影响	279
第三节 社会发展环境分析	280
一、国内社会环境发展现状	280
二、2013年社会环境发展分析	281
三、2015-2020年社会环境对行业的影响分析	289
第十五章 4k电视行业投资机会与风险	
第一节 4k电视行业投资效益分析	290
一、2013-2014年4k电视行业投资状况分析	290
二、2013-2014年4k电视行业投资效益分析	290

三、2015-2020年4k电视行业投资趋势预测	290
四、2015-2020年4k电视行业的投资方向	290
五、2015-2020年4k电视行业投资的建议	292
六、新进入者应注意的障碍因素分析	293
第二节 影响4k电视行业发展的主要因素	293
一、2015-2020年影响4k电视行业运行的有利因素分析	293
二、2015-2020年影响4k电视行业运行的稳定因素分析	294
三、2015-2020年影响4k电视行业运行的不利因素分析	296
四、2015-2020年我国4k电视行业发展面临的挑战分析	296
五、2015-2020年我国4k电视行业发展面临的机遇分析	297
第三节 4k电视行业投资前景及控制策略分析	297
一、2015-2020年4k电视行业市场风险及控制策略	297
二、2015-2020年4k电视行业政策风险及控制策略	299
三、2015-2020年4k电视行业经营风险及控制策略	299
四、2015-2020年4k电视同业竞争风险及控制策略	301
五、2015-2020年4k电视行业其他风险及控制策略	301
第十六章 4k电视行业投资规划建议研究	
第一节 4k电视行业发展战略研究	307
一、战略综合规划	307
二、技术开发战略	307
三、区域战略规划	310
四、产业战略规划	320
五、营销品牌战略	322
六、竞争战略规划	324
第二节 对4k电视品牌的战略思考	327
一、企业品牌的重要性	327
二、4k电视实施品牌战略的意义	328
三、4k电视企业品牌的现状分析	331
四、4k电视企业的品牌战略	332
五、4k电视品牌战略管理的策略	335
第三节 4k电视行业投资规划建议研究	337
一、2014年电视行业投资规划建议	337

二、2014年4k电视行业投资规划建议 338

三、2015-2020年4k电视行业投资规划建议 339

四、2015-2020年细分行业投资规划建议 341

图表目录：

图表：2014年中国4k电视市场品牌关注比例分布 12

图表：2014年Q1-Q4中国4k电视市场品牌关注比例对比 12

图表：2014年中国4k电视市场产品关注排名 13

图表：2014年中国4k电视市场最受关注的前10款产品及主要参数 14

图表：2014年1-11月中国4k电视市场市售产品数量走势 15

图表：2014年中国4k电视市场不同产品尺寸关注比例分布 16

图表：2014年1-11月中国4k电视市场产品屏幕平均尺寸走势 16

图表：2014年全球4k电视出货量国家（地区）分布 30

图表：2014年4k电视零售量规模 39

图表：2014年4k电视零售量渗透率 39

图表：2014年1-11月4k2k液晶电视面板出货量 69

图表：2014年11月各面板厂商4k2k液晶电视面板出货份额 69

图表：2014年11月各尺寸4k2k液晶电视面板出货份额 70

图表：省级卫视的波特五力模型分析 85

图表：2014年省级卫视收视率排名出炉 93

图表：2014年1-11月各地晚间电视剧收视排行 94

图表：2013-2014年索尼公司利润表 116

图表：2013-2014年索尼公司资产负债表 117

图表：2013-2014年索尼公司现金流量表 117

图表：2013-2014年LG资产负债表 134

图表：2013-2014年LG利润表 134

图表：2013-2014年LG现金流量表 135

图表：夏普4k电视lcd-52lx960a主要参数 141

图表：2014年TCL集团主营业务分行业状况 149

图表：2014年TCL集团主营业务分地区状况 149

图表：2014年TCL集团多媒体液晶彩电业务状况 151

图表：2013-2014年TCL集团股份有限公司现金流量表 151

图表：2013-2014年TCL集团股份有限公司利润分配表 152

图表：2013-2014年TCL集团股份有限公司资产负债表 152

图表：2013-2014年TCL集团股份有限公司偿债能力分析 153

图表：2013-2014年TCL集团股份有限公司资本结构分析 153

图表：2013-2014年TCL集团股份有限公司经营效率分析 153

图表：2013-2014年TCL集团股份有限公司获利能力分析 154

图表：2013-2014年TCL集团股份有限公司发展能力分析 154

图表：2013-2014年TCL集团股份有限公司现金流量分析 155

图表：2013-2014年TCL集团股份有限公司投资收益分析 155

图表：2013-2014年四川长虹股份有限公司现金流量表 162

图表：2013-2014年四川长虹股份有限公司利润分配表 162

图表：2013-2014年四川长虹股份有限公司资产负债表 163

图表：2013-2014年四川长虹股份有限公司偿债能力分析 163

图表：2013-2014年四川长虹股份有限公司资本结构分析 164

图表：2013-2014年四川长虹股份有限公司经营效率分析 164

图表：2013-2014年四川长虹股份有限公司获利能力分析 165

图表：2013-2014年四川长虹股份有限公司发展能力分析 165

图表：2013-2014年四川长虹股份有限公司现金流量分析 166

图表：2013-2014年四川长虹股份有限公司投资收益分析 166

图表：2014年四季度康佳集团主营业务状况 173

图表：2013-2014年康佳集团股份有限公司现金流量表 174

图表：2013-2014年康佳集团股份有限公司利润分配表 174

图表：2013-2014年康佳集团股份有限公司资产负债表 175

图表：2013-2014年康佳集团股份有限公司偿债能力分析 175

图表：2013-2014年康佳集团股份有限公司资本结构分析 176

图表：2013-2014年康佳集团股份有限公司经营效率分析 176

图表：2013-2014年康佳集团股份有限公司获利能力分析 177

图表：2013-2014年康佳集团股份有限公司发展能力分析 177

图表：2013-2014年康佳集团股份有限公司现金流量分析 178

图表：2013-2014年康佳集团股份有限公司投资收益分析 178

图表：2014年四季度海信电器主营业务分析 182

图表：2013-2014年海信电器股份有限公司现金流量表 184

图表：2013-2014年海信电器股份有限公司利润分配表 184

图表：2013-2014年海信电器股份有限公司资产负债表 185

图表：2013-2014年海信电器股份有限公司偿债能力分析 185

图表：2013-2014年海信电器股份有限公司资本结构分析 186

图表：2013-2014年海信电器股份有限公司经营效率分析 186

图表：2013-2014年海信电器股份有限公司获利能力分析 187

图表：2013-2014年海信电器股份有限公司发展能力分析 187

图表：2013-2014年海信电器股份有限公司现金流量分析 188

图表：2013-2014年海信电器股份有限公司投资收益分析 188

图表：2013-2014年创维集团股份有限公司主要财务指标 194

图表：2013-2014年创维集团股份有限公司利润表 194

图表：2013-2014年创维集团股份有限公司资产负债表 195

图表：2013-2014年创维集团股份有限公司现金流量表 195

图表：2013-2014年青岛海尔股份有限公司现金流量表 203

图表：2013-2014年青岛海尔股份有限公司利润分配表 203

图表：2013-2014年青岛海尔股份有限公司资产负债表 204

图表：2013-2014年青岛海尔股份有限公司偿债能力分析 204

图表：2013-2014年青岛海尔股份有限公司资本结构分析 205

图表：2013-2014年青岛海尔股份有限公司经营效率分析 205

图表：2013-2014年青岛海尔股份有限公司获利能力分析 206

图表：2013-2014年青岛海尔股份有限公司发展能力分析 206

图表：2013-2014年青岛海尔股份有限公司现金流量分析 207

图表：2013-2014年青岛海尔股份有限公司投资收益分析 207

图表：2009-2014年中国gdp及增长率 261

图表：2009-2014年中国人均gdp及增长率 261

图表：2009-2014年中国居民消费价格指数 264

图表：2014年中国居民消费价格水平 265

图表：2010-2014年中国城镇居民人均总收入及增长 266

图表：2010-2014年中国城镇居民人均可支配收入及增长 267

图表：2014年固定资产投资到位资金情况 268

图表：2010-2014年中国固定资产投资及增长 271

图表：2009-2014年中国进出口总额及增长 272

图表：历年中国大学毕业生数量 285

图表：区域发展投资调研流程图 317

图表：区域swot战略分析图 319

详细请访问：<http://www.bosidata.com/dianqi1502/M465108RA7.html>