2026-2031年电视行业兼并重组机会研究及投资战略咨询报告

报告简介

电视机的转变从一开始的机顶盒、电视棒，到如今可以搭载操作系统的智能一体机，功能更加强大，归根到底是为了逐步满足消费者对于电视的内容和人机交互等方面日益提升的需求，一步步实现电视的“互联网化”、“智能化”、“定制化”，并大大拓展了电视内容。如今的智能电视，用户可以自主增减软件，已经成为了一个智能终端，一个互联网入口，在智能家居生态中扮演着重要的一环。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国电视行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国电视行业发展状况和特点，以及中国电视行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球电视行业发展态势作了详细分析，并对电视行业进行了趋向研判，是电视生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前电视行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 电视企业兼并重组背景分析

第一节 电视行业兼并重组意义

第二节 电视行业兼并重组背景分析

第三节 电视企业兼并重组特点分析及整体趋势分析

第四节 电视行业兼并重组方式分析

第五节 电视行业兼并重组一般程序分析

第六节 电视行业兼并重组趋势分析

第七节 电视企业兼并重组的障碍

一、政策障碍

二、组织结构障碍

三、资金障碍

四、技术障碍

第二章 中国企业并购重组政策及总体规模

第一节 中国企业并购环境分析

一、全球资本市场发展环境分析

二、中国企业并购资本市场环境

三、中国企业并购重组经济环境

第二节 中国企业并购重组政策环境分析

一、《关于进一步优化企业兼并重组市场环境的意见》

二、《上市公司重大资产重组管理办法》

三、国企改革酝酿并购重组大潮

四、证监会促进上市公司并购重组

第三节 中国并购市场规模及案例

一、中国并购市场宣布规模

二、中国并购市场进行案例

三、中国并购市场完成规模

四、中国并购市场完成案例

五、中国企业并购类型结构

六、中国企业并购行业分布

第三章 上市公司并购重组与操作策略

第一节 上市公司并购重组相关概述

一、上市公司并购重组主要形式

二、上市公司并购重组类型分析

三、上市公司重大资产重组分析

(一)重大资产重组定义

(二)重大资产重组制度

(三)重大资产重组特征对比

第二节 2021-2026年上市公司并购重组统计分析

一、上市公司并购重组案例数量

二、上市公司并购重组金额分析

三、上市公司并购重组地区分布

第三节 2021-2026年上市公司并购重组业务类型

一、多元化战略并购重组规模分析

二、横向整合并购重组规模分析

三、借壳上市并购重组规模分析

四、行业整合并购重组规模分析

五、业务转型并购重组规模分析

第四节 2021-2026年重点行业公司并购重组分析

一、制造行业并购重组规模分析

二、电视业并购重组规模分析

三、建筑行业并购重组规模分析

四、金融行业并购重组规模分析

五、文化娱乐行业并购重组规模

六、交通运输行业并购重组规模

七、电子信息行业并购重组规模

八、金属采矿行业并购重组规模

第五节 上市公司产业并购流程及要素

一、上市公司产业并购特点分析

二、上市公司产业并购审核要点

三、上市公司产业并购案例分析

第二部分 行业深度分析

第四章 电视行业国际市场分析

第一节 国际电视行业发展分析

一、电视行业发展现状分析

二、电视行业发展规模分析

三、电视行业发展趋势分析

第二节 电视行业区域发展分析

一、发达国家发展分析

二、发展中国家发展分析

三、电视行业发展重点企业介绍

四、电视行业发展成功案例分析

第五章 中国电视行业整体运行现状分析

第一节 电视行业产业链概况

一、电视行业上游发展现状

二、电视行业上游发展趋势

三、电视行业下游发展现状

四、电视行业下游发展趋势

第二节 电视行业市场供需情况分析

一、市场供给情况分析

二、行业供给趋势分析

三、国内市场需求情况分析

四、市场需求发展情况分析

第三节 2021-2026年国内电视行业发展现状

一、电视行业价格现状

二、电视行业产销状况分析

三、电视行业市场盈利能力分析

第三部分 竞争格局分析

第六章 2021-2026年中国电视行业竞争格局分析

第一节 电视行业竞争结构分析

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 电视行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 2021-2026年电视行业竞争格局分析

一、国内外电视竞争分析

二、我国电视市场竞争分析

三、国内主要电视企业动向

四、国内行业竞争趋势发展分析

第七章 2021-2026年电视行业企业竞争格局分析

第一节 飞利浦

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第二节 夏普

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第三节 东芝

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第四节 索尼

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第五节 乐视

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第六节 联想

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第七节 创维

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第八节 海尔

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第九节 长虹

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第十节 康佳

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第四部分 行业发展前景分析

第八章 “十四五”期间我国电视市场供需形势分析

第一节 我国电视市场供需分析

一、2021-2026年我国电视行业供给情况

1、我国电视行业供给分析

2、重点企业供给及占有份额

二、2021-2026年我国电视行业需求情况

1、电视行业需求市场

2、电视行业客户结构

3、电视行业需求的地区差异

三、2021-2026年我国电视行业供需平衡分析

第二节 电视产品(服务)市场应用及需求预测

一、电视产品(服务)应用市场总体需求分析

1、电视产品(服务)应用市场需求特征

2、电视产品(服务)应用市场需求总规模

二、“十四五”期间电视行业领域需求量预测

1、“十四五”期间电视行业领域需求产品(服务)功能预测

2、“十四五”期间电视行业领域需求产品(服务)市场格局预测

三、重点行业电视产品(服务)需求分析预测

第九章 电视行业并购市场分析

第一节 2021-2026年并购市场综述

一、2021-2026年并购市场回顾

二、2021-2026年海外并购分析

三、2021-2026年中国并购市场监测

第二节 2026-2031年并购市场发展前景预测

一、2026-2031年并购市场前景分析

二、2026-2031年并购基金市场前景分析

三、2026-2031年民营企业海外并购前景分析

第三节 2026-2031年并购市场发展趋势预测

一、2026-2031年后并购时代的市场趋势

二、2026-2031年中国企业并购发展趋势

三、2026-2031年外资并购发展趋势预测

第五部分 兼并重组机会

第十章 电视行业区域性兼并重组机会分析

第一节 环渤海经济区

一、电视行业发展特征与竞争力分析

二、电视行业兼并重组可行性与趋势分析

第二节 长三角经济区

一、电视行业发展特征与竞争力分析

二、电视行业兼并重组可行性与趋势分析

第三节 珠三角经济区

一、电视行业发展特征与竞争力分析

二、电视行业兼并重组可行性与趋势分析

第四节 新兴地区

一、电视行业发展特征与竞争力分析

二、电视行业兼并重组可行性与趋势分析

第十一章 电视行业产业链兼并重组机会分析

第一节 电视企业与上下游企业兼并重组背景分析

第二节 电视企业与上下游企业兼并重组案例分析

第三节 电视企业与上下游企业兼并重组趋势分析

第四节 电视企业与上下游企业兼并重组机会分析

第五节 电视企业与其他行业兼并重组机会分析

第十二章 电视行业规模性兼并重组机会分析

第一节 大型规模企业兼并重组机会分析

第二节 中型规模企业兼并重组机会分析

第三节 小型规模企业兼并重组机会分析

第六部分 兼并重组方案

第十三章 目标公司调查基本流程

第一节 被调查对象主体资格

第二节 资产、负债、所有者权益

第三节 重大合同

第四节 诉讼及行政处罚情况。

第五节 保险

第六节 职工

第七节 税务

第八节 环保

第九节 外汇

第十节 财政

第十一节 经营存在的问题

第十二节 调查结论

第十四章 项目并购重组研究

第一节 电视项目投资环境分析

第二节 电视行业竞争格局分析

第三节 电视行业财务指标分析参考

第四节 电视行业市场分析与项目投入规模

第五节 项目所属的细分市场的市场现状、未来市场空间

第六节 项目应用技术方案(产品原料、制造成本、销售成本、利润预期)

第七节 目标企业经营状况及经营运作上存在的主要问题

第八节 项目运作后的价值预估、成长预期

第九节 投资估算与资金筹措

第十节 财务与敏感性分析

第十一节 收购项目的价值及风险分析

第十二节 电视行业及项目发展趋势预测

第十三节 项目调整所需的主要整改措施、投入

第十四节 收购成功所需注意的关键要点

第十五节 并购项目研究结论与建议

第七部分 兼并重组策略

第十五章 中国电视行业兼并重组风险分析

第一节 资产重组风险分析

第二节 品牌组合风险分析

第三节 技术变动风险分析

第四节 生产整合风险分析

第五节 人事变动情况分析

第六节 企业管理情况分析

第七节 销售管理情况分析

第八节 企业文化情况分析

第九节 企业战略情况分析.

第十六章 电视企业兼并重组中的竞争战略分析

第一节 差异化战略分析

第二节 成本领先战略分析

第三节 市场集中战略分析

第四节 并购策略研究

一、企业并购注意的问题研究

二、企业并购决策的基本原则

三、目标公司分析

四、目标公司价值估算

第五节 企业并购发展策略分析

一、企业并购资金的筹集策略

二、企业并购后的整合策略

三、中道泰和并购建议

第十七章 新形势下并购财务操作及资产评估处理

第一节 目标企业价值评估的必要性以及存在的问题

一、目标企业价值评估的必要性

二、中国目标企业价值评估存在的问题

第二节 国内外企业并购中目标企业价值评估理论与方法述评

一、国外企业并购中目标企业价值评估理论与方法述评

二、国内企业并购中目标价值评估理论与方法研究述评

第三节 并购及其对目标企业价值的影响

一、企业并购及其效应的产生

二、协同效应及其对目标企业价值的影响

第四节 目标企业价值的识别

一、目标企业价值识别的内容和范围

二、目标企业价值识别的步骤

第五节 目标企业价值影响因素的分析

一、影响目标企业价值的外部因素

二、影响目标企业价值的内部诸因素

第六节 目标企业价值评估中成本法的运用

一、运用成本法对目标企业价值的评估

二、成本法评估并购中目标企业价值的优、缺点分析

第七节 目标企业价值评估中市场法的运用

一、市场法的两种具体方法

二、运用市场法对目标企业价值评估的局限性

第八节 目标企业价值评估中收益法的运用

一、运用收益法时参数的估算

二、运用收益法对目标企业价值评估应注意的问题

第九节 目标企业价值评估中实物期权法的运用

一、知识经济和实物期权法

二、运用实物期权法对目标企业价值评估的可行性分析

三、实物期权法在目标企业价值评估中的具体应用

第十节 目标企业价值评估方法的比较与选择

一、各种评估方法运用条件的比较

二、评估方法的选择

第十八章 中道泰和电视行业兼并重组建议

第一节 买方建议

第二节 卖方建议

第三节 研究结论

图表目录

图表：电视产业链分析

图表：电视行业生命周期

图表：2021-2026年中国电视行业市场规模

图表：2021-2026年全球电视产业市场规模

图表：2021-2026年电视重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国电视行业利润情况分析

图表：2021-2026年中国电视行业资产情况分析

图表：2021-2026年中国电视竞争力分析

图表：2026-2031年中国电视市场前景预测

图表：2026-2031年中国电视市场价格走势预测

图表：2026-2031年中国电视发展前景预测

图表：2021-2026年电视行业行业集中度分析

图表：2021-2026年电视行业区域集中度分析

图表：2021-2026年电视行业企业集中度分析

图表：2021-2026年我国GDP分析

图表：2021-2026年我国固定资产投资分析

图表：2021-2026年电视行业资产分析

图表：2021-2026年电视行业负债分析

图表：2021-2026年电视行业偿债能力分析

图表：2021-2026年国内生产总值及其增长速度

图表：2021-2026年居民消费价格涨跌幅度

图表：2021-2026年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2026-2031年行业发展规模分析

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

报告编号：18691

本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20170206/18691.shtml

在线订购：点击这里