

## 2024-2029年中国电视行业品牌调研与竞争策略研究报告

### 报告简介

经过几十年的发展，彩电业已进入产能过剩、市场饱和、发展疲软的阶段，彩电市场零售额的下降幅度远高于零售量的增长幅度。

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、国家市场监督管理总局、国务院发展研究中心、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，对中国电视行业及各子行业的发展状况、市场供需形势、进出口贸易等进行了分析，并重点分析了中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、行业的发展策略等。报告还对国际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

#### 第一章 中国电视行业发展现状

##### 第一节 中国电视行业发展环境

- 一、国内经济形势
- 二、国内政策规划
- 三、房地产市场走势
- 四、国内人口结构
- 五、居民支出情况
- 六、消费升级情况

##### 第二节 中国电视行业发展现状

- 一、电视的使用率
- 二、电视行业现状
- 三、电视产销规模
- 四、电视渠道库存
- 五、电视价格走势
- 六、电视发展趋势

### 第三节 中国电视行业前景展望

#### 一、电视市场增长因素

##### 1、更新换代

##### 2、新增购买

#### 二、电视行业发展前景

## 第二章 中国电视市场品牌格局调研

### 第一节 中国电视行业市场格局

#### 一、行业竞争格局

#### 二、行业集中度

#### 三、行业竞争力

### 第二节 中国电视行业品牌状况

#### 一、市场品牌现状

##### 1、国内品牌

##### 2、国外品牌

#### 二、市场品牌格局

#### 三、市场品牌特点

#### 四、市场品牌规模

### 第三节 电视行业不同市场品牌格局

#### 一、城市市场

##### 1、一二线城市

##### 2、三四线城市

#### 二、农村市场

### 第四节 电视高端品牌分析

#### 一、主要高端品牌

二、高端品牌定位

三、高端品牌价格

四、高端品牌现状

五、高端品牌创新

第三章 电视品牌企业竞争能力调研

第一节 电视品牌企业渠道分析

一、企业销售渠道铺设

二、企业门店规模分布

第二节 电视品牌企业产品分析

一、产品市场定位

二、产品销售价格

三、产品售后费用

第三节 电视品牌企业能力分析

二、企业生产备货能力

三、企业货源分配能力

四、企业区域周转能力

五、企业售后服务能力

六、企业产品创新能力

第四节 电视品牌企业布局分析

一、电视品牌企业关注点

二、产品细分化领域布局

第四章 中国电视行业市场品牌营销调研

第一节 品牌消费者分析

一、消费群体

二、消费态度

三、消费能力

四、消费行为变化

五、消费需求趋向

六、对品牌的认知

七、品牌忠诚度

第二节 品牌营销环境

一、互联网环境

二、电商环境

三、电视媒体环境

四、社区物业环境

第三节 品牌营销现状

一、营销渠道

二、营销模式

三、营销现状

第四节 品牌营销存在的问题

一、营销方面存在的问题

二、品牌推广的营销策略

1、广告策略

2、公关策略

3、促销策略

4、终端策略

5、网络策略

6、店铺营销

第五章 中国电视行业主要品牌企业分析

## 第一节 创维集团有限公司

一、企业电视品牌

二、电视市场定位

三、电视市场价格

四、电视产销规模

五、企业品牌价值

六、企业竞争实力

七、企业战略目标

## 第二节 海尔集团公司

一、企业电视品牌

二、电视市场定位

三、电视市场价格

四、电视产销规模

五、企业品牌价值

六、企业竞争实力

七、企业战略目标

## 第三节 四川长虹电子控股集团有限公司

一、企业电视品牌

二、电视市场定位

三、电视市场价格

四、电视产销规模

五、企业品牌价值

六、企业竞争实力

七、企业战略目标

#### 第四节 海信家电集团股份有限公司

一、企业电视品牌

二、电视市场定位

三、电视市场价格

四、电视产销规模

五、企业品牌价值

六、企业竞争实力

七、企业战略目标

#### 第五节 康佳集团股份有限公司

一、企业电视品牌

二、电视市场定位

三、电视市场价格

四、电视产销规模

五、企业品牌价值

六、企业竞争实力

七、企业战略目标

#### 第六节 松下电器(中国)有限公司

一、企业电视品牌

二、电视市场定位

三、电视市场价格

四、电视产销规模

五、企业品牌价值

六、企业竞争实力

七、企业战略目标

## 第七节 小米科技有限责任公司

一、企业电视品牌

二、电视市场定位

三、电视市场价格

四、电视产销规模

五、企业品牌价值

六、企业竞争实力

七、企业战略目标

## 第八节 tcl集团股份有限公司

一、企业电视品牌

二、电视市场定位

三、电视市场价格

四、电视产销规模

五、企业品牌价值

六、企业竞争实力

七、企业战略目标

## 第九节 索尼(中国)有限公司

一、企业电视品牌

二、电视市场定位

三、电视市场价格

四、电视产销规模

五、企业品牌价值

六、企业竞争实力

七、企业战略目标

## 第十节 夏普商贸(中国)有限公司

### 一、企业电视品牌

### 二、电视市场定位

### 三、电视市场价格

### 四、电视产销规模

### 五、企业品牌价值

### 六、企业竞争实力

### 七、企业战略目标

## 第六章 中国电视行业品牌企业竞争策略

### 第一节 中国电视行业品牌的重要性

#### 一、电视行业品牌化趋势

#### 二、电视行业品牌的重要性

#### 三、电视实施品牌战略的意义

### 第二节 中国电视行业品牌的机遇与挑战

#### 一、品牌渗透加强的主要驱动因素

#### 二、中国电视行业品牌的机遇

#### 三、中国电视行业品牌的挑战

### 第三节 中国电视行业品牌竞争能力的提升

#### 一、品牌定位和管理能力

##### 1、选准机会战场

##### 2、明确品牌价值和风格定位

##### 3、高效实现品牌传播

#### 二、商品和供应链协同能力

##### 1、商品企划与运营



2、设计研发

3、供应链

4、市场销售

## 第七章 中国电视行业品牌扩张路径

### 第一节 电视行业投资分析

一、电视行业投资壁垒

二、电视行业投资现状

三、电视行业兼并重组

### 第二节 电视行业品牌扩张路径

一、品牌扩张形式与障碍

二、品牌扩张风险与防范

1、政策风险与防范

2、市场风险与防范

3、目标风险与防范

4、质量风险与防范

5、信誉风险与防范

三、品牌市场扩张路径

### 图表目录

图表：国内经济形势

图表：国内政策规划

图表：中国人口结构

图表：中国消费升级

图表：中国居民支出

图表：中国电视行业市场规模

- 图表：中国电视行业产销规模
- 图表：中国电视行业进口分析
- 图表：中国电视行业出口分析
- 图表：中国电视行业进出口前景预测
- 图表：中国电视行业市场品牌现状
- 图表：中国电视行业市场品牌格局
- 图表：中国电视行业市场品牌定位
- 图表：中国电视行业品牌在市场中的份额占比
- 图表：中国电视行业品牌消费群体
- 图表：中国电视行业品牌消费态度
- 图表：中国电视行业品牌消费能力
- 图表：中国电视行业品牌消费行为变化
- 图表：中国电视行业品牌消费需求趋向
- 图表：中国电视行业消费者对品牌的认知
- 图表：中国电视行业低端品牌产销规模
- 图表：中国电视行业中端品牌产销规模
- 图表：中国电视行业高端品牌产销规模
- 图表：中国电视行业奢侈品牌产销规模

**把握投资 决策经营！**

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/sc/20190725/129775.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)