

# 2014-2020年中国互联网电 视市场深度研究与投资前景调研报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2014-2020年中国互联网电视市场深度研究与投资前景调研报告》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.abaogao.com/b/hulianwang/006189RCCY.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

### 第一部分 发展现状分析

#### 第一章 全球互联网电视行业发展分析 1

##### 第一节 互联网电视基本概念 1

###### 一、基本概念 1

###### 二、技术简介 1

###### 三、发展状况 2

###### 四、主要功能 2

###### 五、主要特色 3

##### 第二节 全球互联网电视行业经济指标分析 3

###### 一、赢利性 3

###### 二、成长速度 4

###### 三、附加值的提升空间 4

###### 四、进入壁垒 / 退出机制 5

###### 五、风险性 5

##### 第三节 2014年全球互联网电视市场分析 6

###### 一、2014年全球互联网电视市场回顾 6

###### 二、2014年全球互联网电视市场环境 7

###### 三、2014年全球互联网电视需求分析 11

###### 四、2014年全球互联网电视市场规模 12

##### 第四节 部分国家地区互联网电视行业发展状况 13

###### 一、2012-2014年美国互联网电视行业发展分析 13

###### 二、2012-2014年欧洲互联网电视行业发展分析 16

###### 三、2012-2014年日本互联网电视行业发展分析 17

###### 四、2012-2014年韩国互联网电视行业发展分析 20

### 第二章 我国互联网电视行业发展现状 22

#### 第一节 互联网电视产业发展概况 22

##### 一、互联网电视发展概况 22

##### 二、互联网电视发展的新方式 23

##### 三、媒体竞合下的互联网电视前景分析 24

## 第二节 2012-2014年互联网电视产业发展现状 25

- 一、互联网电视市场分析 25
- 二、电视与网络新媒体融合分析 26
- 三、不同年龄人群互联网电视接触差异分析 27
- 四、我国互联网电视发展瓶颈 28

## 第三节 我国互联网电视行业发展状况 29

- 一、2014年中国互联网电视行业发展回顾 29
- 二、2014年互联网电视行业发展情况分析 33
- 三、2014年我国互联网电视市场特点分析 34
- 四、2014年我国互联网电视市场发展分析 35

## 第四节 中国互联网电视行业供需分析 36

- 一、2014年中国互联网电视市场供给总量分析 36
- 二、2014年中国互联网电视市场供给结构分析 37
- 三、2014年中国互联网电视市场需求总量分析 37
- 四、2014年中国互联网电视市场需求结构分析 38

## 第二部分 行业深度分析

### 第三章 中国互联网电视产业链分析 40

#### 第一节 电视新媒体发展现状与格局 40

- 一、云计算对互联网电视影响 40
- 二、2012-2014年中国智能电视市场发展现状 42
- 三、2012-2014年中国数字电视发展现状 45
- 四、广播电视新媒体的发展情况 46

#### 第二节 电视新媒体发展预测 51

- 一、2014年中国智能电视用户规模预测 51
- 二、2014年中国智能电视市场销量预测 52
- 三、2014-2020年中国智能电视市场消费需求预测 52

#### 第三节 中国互联网电视产业链结构 55

- 一、互联网电视的价值链 55
- 二、中国电视产业链分析 57

### 第四章 影响中国互联网电视产业发展因素 62

第一节 有利因素分析	62
一、互联网电视的优势分析	62
二、国家政策的鼓励支持	63
三、消费者消费水平的提高	64
第二节 网络多媒体对互联网电视的影响	66
一、互联网电视与网络等新媒体融合	66
二、未来10年互联网对互联网电视的影响	71
第三节 跨媒体整合互联网电视的情况	72
一、目前跨媒体合作模式诞生的背景	72
二、目前的合作模式中的得失分析	74
三、跨媒体整合中互联网电视行业的对策	75
第五章 互联网电视行业投资与发展前景分析	78
第一节 2014年互联网电视行业投资情况分析	78
一、2014年互联网电视行业总体投资结构	78
二、2014年互联网电视分行业投资分析	79
第二节 互联网电视行业投资机会分析	82
一、互联网电视投资项目分析	82
二、2014年互联网电视投资机会	84
三、2014年互联网电视投资新方向	88
第三节 互联网电视行业发展前景分析	90
一、互联网电视市场发展前景分析	90
二、我国互联网电视市场蕴藏的商机	92
第三部分 竞争格局分析	
第六章 互联网电视行业竞争格局分析	94
第一节 互联网电视行业集中度分析	94
一、互联网电视企业集中度分析	94
二、互联网电视区域集中度分析	94
第二节 互联网电视行业主要企业竞争力分析	95
一、重点企业资产总计对比分析	95
二、重点企业全年营业收入对比分析	96

三、重点企业利润总额对比分析	96
第三节 互联网电视行业竞争格局分析	97
第七章 2014-2020年中国互联网电视行业发展形势分析	98
第一节 互联网电视行业发展概况	98
一、互联网电视行业发展特点分析	98
二、互联网电视行业总产值分析	99
三、互联网电视行业技术发展分析	99
第二节 2012-2014年互联网电视行业市场情况分析	102
一、互联网电视行业市场发展分析	102
二、互联网电视市场存在的问题	103
三、互联网电视市场规模分析	104
第三节 中国互联网电视市场发展对策	106
一、产品设计	106
二、技术支持	106
三、网络支持上	107
四、内容供应	107
五、消费模式	108
第八章 中国互联网电视行业整体运行指标分析	109
第一节 2012-2014年中国互联网电视行业总体规模分析	109
一、企业数量结构分析	109
二、行业市场规模分析	110
第二节 2012-2014年中国互联网电视行业财务指标总体分析	111
一、行业盈利能力分析	111
二、行业偿债能力分析	112
三、行业营运能力分析	113
四、行业发展能力分析	114
第九章 互联网电视行业赢利水平分析	115
第一节 成本分析	115
一、2012-2014年互联网电视价格走势分析	115

二、2012-2014年互联网电视行业成本分析 116

第二节 盈利水平分析 117

一、2012-2014年互联网电视行业营业收入情况 117

二、2012-2014年互联网电视行业毛利率情况 118

三、2014-2020年互联网电视行业赢利能力预测 119

第十章 互联网电视行业盈利能力分析 120

第一节 2012-2014年中国互联网电视行业利润总额分析 120

一、利润总额分析 120

二、不同规模企业利润总额比较分析 123

第二节 2012-2014年中国互联网电视行业销售利润率 126

一、销售利润率分析 126

二、不同规模企业销售利润率比较分析 127

第十一章 重点互联网电视企业分析 129

第一节 三星 129

一、企业概况 129

二、2012-2014年经营状况 132

三、2012-2014年盈利能力 135

四、2012-2014年投资风险 136

第二节 索尼 137

一、企业概况 137

二、2012-2014年经营状况 139

三、2012-2014年盈利能力 139

第三节 东芝 141

一、企业概况 141

二、2012-2014年经营状况 142

三、2012-2014年盈利能力 143

第四节 LG 145

一、企业概况 145

二、2012-2014年经营状况 150

三、2014-2020年盈利能力 151

第五节 夏普	152
一、企业概况	152
二、2012-2014年经营状况	154
三、2014-2020年盈利能力	157
第六节 青岛海尔	158
一、企业概况	158
二、2012-2014年经营状况	159
三、2012-2014年财务指标	163
四、企业竞争优势	167
第七节 创维集团	168
一、企业概况	168
二、2012-2014年经营优势	169
三、2012-2014年财务分析	170
第八节 TCL集团	172
一、企业概况	172
二、2012-2014年经营状况	172
三、2011-2014年财务分析	174
四、企业竞争优势	177
五、企业发展战略	177
第九节 海信电器	179
一、企业概况	179
二、2012-2014年经营状况	180
三、2011-2014年财务分析	182
四、企业发展战略	185
第十节 康佳集团	186
一、企业概况	186
二、2012-2014年经营状况	187
三、2011-2014年财务分析	192

#### 第四部分 投资策略指导

第十二章 互联网电视行业投资策略分析	196
--------------------	-----

第一节 行业发展特征	196
------------	-----



一、行业的周期性	196
二、行业的上下游	199
三、行业经营模式	204
第二节 行业投资形势分析	210
一、行业发展格局	210
二、行业进入壁垒	212
三、行业SWOT分析	221
第三节 互联网电视行业投资效益分析	228
一、2014年互联网电视行业投资状况分析	228
二、2014年互联网电视行业投资效益分析	232
三、2014-2020年互联网电视行业投资方向	235
四、2014-2020年互联网电视行业投资建议	237
第四节 互联网电视行业投资策略研究	239
一、2014年互联网电视行业投资策略	239
二、2014年互联网电视行业投资策略	239
三、2014-2020年互联网电视行业投资策略	240
四、2014-2020年互联网电视细分行业投资策略	240
第十三章 互联网电视行业投资风险预警	243
第一节 影响互联网电视行业发展的主要因素	243
一、2014年影响互联网电视行业运行的有利因素	243
二、2014年影响互联网电视行业运行的稳定因素	244
三、2014年影响互联网电视行业运行的不利因素	246
四、2014年我国互联网电视行业发展面临的挑战	248
五、2014年我国互联网电视行业发展面临的机遇	250
第二节 互联网电视行业投资风险预警	251
一、2014-2020年互联网电视行业政策风险预测	251
二、2014-2020年互联网电视行业经营风险预测	252
三、2014-2020年互联网电视行业竞争风险预测	255
第十四章 互联网电视行业发展趋势分析	257
第一节 2014-2020年中国互联网电视市场趋势分析	257

一、2012-2014年我国互联网电视市场趋势总结	257
二、2014-2020年我国互联网电视发展趋势分析	257
第二节 2014-2020年互联网电视产品发展趋势分析	261
第三节 2014-2020年中国互联网电视行业供需预测	267
一、2014-2020年中国互联网电视供给预测	267
二、2014-2020年中国互联网电视需求预测	268
三、2014-2020年中国互联网电视价格预测	269
第四节 2014-2020年互联网电视行业规划建议	271
一、互联网电视行业“十二五”规划	271
二、2014-2020年互联网电视行业规划建议	272

## 第十五章 企业管理策略建议 278

第一节 市场策略分析	278
一、互联网电视价格策略分析	278
二、互联网电视渠道策略分析	280
第二节 对我国互联网电视品牌的战略思考	282
一、互联网电视实施品牌战略的意义	282
二、互联网电视企业品牌的现状分析	285
三、我国互联网电视企业的品牌战略	286
四、互联网电视品牌战略管理的策略	287

## 图表目录

图表：2014-2020年全球智能电视出库量占平板电视总出库量比重	7
图表：2008年以来法国互联网广告市场的投资情况	17
图表：2014年中国液晶电视关注比例分布	22
图表：2014年分季度智能电视产品关注度情况	23
图表：2014年中国液晶电视市场3D电视关注比例分布	23
图表：不同年龄人群互联网电视接触差异	28
图表：2014年中国互联网电视市场供给结构	37
图表：2014年互联网电视市场不同尺寸出库量占比	38
图表：2012-2014智能电视销量及预测	52
图表：2009-2014年农村人均纯收入	65

图表：2009-2014年城镇人均可支配收入	65
图表：2014年居民消费价格指数月度增长幅度	66
图表：2014年中国互联网电视产品品牌关注度分布结构	94
图表：2012-2014年中国互联网电视市场区域品牌关注比例对比	95
图表：重点企业资产总计对比	95
图表：重点企业全年营业收入对比	96
图表：重点企业利润总额对比分析	96
图表：2011-2014年企业数量结构	109
图表：2011-2014年市场规模结构	110
图表：2012-2014年中国互联网电视行业盈利能力分析	111
图表：2012-2014年中国互联网电视行业偿债能力分析	112
图表：2012-2014年中国互联网电视行业运营能力分析	113
图表：2012-2014年中国互联网电视行业发展能力分析	114
图表：2012-2014年互联网电视价格走势分析	115
图表：2012-2014年互联网电视行业成本分析	116
图表：2012-2014年互联网电视行业营业收入	117
图表：2012-2014年互联网电视行业毛利率情况	118
图表：2014-2020年互联网电视行业赢利能力预测	119
图表：2008-2012年三星集团员工数量	134
图表：2008-2012年三星集团净销售额	135
图表：2008-2012年三星集团总资产	135
图表：2008-2012年三星集团总负债	135
图表：2008-2012年三星集团股票总值	136
图表：2008-2012年三星集团净收益	136
图表：2011-2014年青岛海尔主要财务数据	164
图表：2011-2014年青岛海尔盈利能力指标	165
图表：2011-2014年青岛海尔偿债能力指标	166
图表：2011-2014年青岛海尔成长能力指标	166
图表：2011-2014年青岛海尔运营能力指标	167
图表：2011-2014年主要财务数据指标	174
图表：2011-2014年TCI集团盈利能力指标	175
图表：2011-2014年TCI集团偿债能力指标	176

图表：2011-2014年TCI集团成长能力指标	176
图表：2011-2014年TCI集团运营能力指标	177
图表：2014年海信电视业务经营情况	181
图表：2014年海信电视业务全球运营情况	181
图表：2011-2014年海信电器主要财务指标	182
图表：2011-2014年海信电器盈利能力分析指标	183
图表：2011-2014年海信电器偿债能力分析指标	184
图表：2011-2014年海信电器成长能力分析指标	184
图表：2011-2014年海信电器运营能力分析指标	185
图表：2011-2014年康佳电器主要财务指标	192
图表：2011-2014年康佳电器盈利能力指标	193
图表：2011-2014年康佳电器偿债能力指标	194
图表：2011-2014年康佳电器成长能力指标	194
图表：2011-2014年康佳电器运营能力指标	195
图表：行业生命周期图	196
图表：产品生命周期特征与策略	198
图表：互联网电视行业生命周期图	199
图表：品牌在不同阶段品牌的特点图	284
略&hellip;&hellip;	

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/006189RCCY.html>