

2018-2024年中国会议电视 产品行业前景研究与投资策略报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国会议电视产品行业前景研究与投资策略报告》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/xiaojiadian/3384773QTJ.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

报告目录：

第一章 2017年中国会议电视产品行业整体局势发展综述 24

第一节 中国会议电视产品行业发展形势情况 24

一、中国会议电视产品行业发展周期 24

二、中国会议电视产品行业产业链分析 27

三、中国会议电视产品行业发展swotw分析 28

第二节 近几年中国会议电视产品行业运行状况研究 29

一、2012-2017年中国会议电视产品行业产量统计 29

二、2012-2017年中国会议电视产品行业需求量走势 31

三、2012-2017年中国会议电视产品行业进出口分析 32

四、2012-2017年中国行业整体供需状况 32

第二章 2015-2017年当前经济形势对行业发展环境的影响 34

第一节 2015-2017年中国会议电视产品行业经济环境展望 34

一、2017年中国国民经济分析 34

二、2017年中国固定资产投资情况分析 35

三、2017年中国恩格尔系数分析 37

四、2018-2024年中国宏观经济发展预测 37

第二节 中国会议电视产品行业社会环境分析 41

一、居民消费水平分析 41

二、城镇人员从业状况 46

第三节 中国会议电视产品行业政策法规解读 47

一、产业振兴规划 47

二、产业发展规划 49

三、行业标准政策 49

四、市场应用政策 50

五、财政税收政策 51

第四节 中国会议电视产品行业国际贸易环境研究 52

第五节 当前经济形势对行业发展环境的影响 52

第三章 2012-2017年 中国会议电视产品行业数据情报跟踪监测 54

第一节 2012-2017年 中国会议电视产品行业规模分析 54

一、企业数量增长分析 54

二、从业人数增长分析 54

三、资产规模增长分析 55

第二节 2017年 中国会议电视产品行业结构分析 56

一、企业数量结构分析 56

(一)、不同类型分析 56

(二)、不同所有制分析 57

二、销售收入结构分析 58

(一)、不同类型分析 58

(二)、不同所有制分析 58

第三节 2012-2017年 中国我国会议电视产品行业产值分析 59

一、产成品增长分析 59

二、工业销售产值分析 60

三、出货值分析 61

第四节 2012-2017年 中国我国会议电视产品行业成本费用分析 62

一、销售成本统计 62

二、费用统计 63

第五节 2012-2017年 中国我国会议电视产品行业盈利能力分析 64

一、主要盈利指标分析 64

二、主要盈利能力指标分析 65

第四章 2018-2024年中国会议电视产品行业区域市场需求状况预测 67

第一节 2018-2024年华北地区会议电视产品市场需求状况 67

一、2017年 行业发展现状分析 67

二、2017年 市场规模情况分析 68

三、2017年 市场需求情况 68

四、2018-2024年会议电视产品行业发展前景预测 69

第二节 2018-2024年东北地区会议电视产品市场规模研究 70

一、2017年 会议电视产品行业发展现状 70

二、2017年 市场规模情况分析 70

三、2017年 市场需求情况	71
四、2018-2024年会议电视产品行业发展前景预测	72
第三节2018-2024年华东地区会议电视产品行业前景展望	73
一、2017年 会议电视产品行业发展回顾	73
二、2017年 市场规模情况分析	73
三、2017年 市场需求情况	74
四、2018-2024年会议电视产品行业发展前景预测	75
第四节2018-2024年华南地区会议电视产品市场需求预测	76
一、2017年 会议电视产品行业发展局势分析	76
二、2017年 市场规模情况分析	76
三、2017年 市场需求格局	77
四、2018-2024年会议电视产品行业发展前景预测	78
第五节2018-2024年华中地区会议电视产品行业发展潜力分析	78
一、2017年 会议电视产品行业发展情况	78
二、2017年 市场规模研究	79
三、2017年 市场需求情况	80
四、2018-2024年会议电视产品行业发展前景预测	81
第六节2018-2024年西南地区会议电视产品市场规模预测	81
一、2017年 会议电视产品行业发展形势	81
二、2017年 市场规模情况	82
三、2017年 市场需求预测	83
四、2018-2024年会议电视产品行业发展前景预测	84
第七节2018-2024年西北地区会议电视产品行业发展预测	85
一、2017年 会议电视产品行业发展现状分析	85
二、2017年 市场规模情况分析	85
三、2017年 会议电视产品行业市场需求状况	86
四、2018-2024年会议电视产品行业发展前景预测	87
第五章 2012-2017年 中国会议电视产品行业成本费用统计分析	88
第一节2012-2017年 会议电视产品行业产品销售成本分析	88
一、2012-2017年 会议电视产品行业销售成本总额分析	88
二、不同规模企业销售成本比较分析	89

三、不同所有制企业销售成本比较分析	90
第二节2012-2017年 会议电视产品行业营业费用分析	90
一、2012-2017年 会议电视产品行业营业费用总额分析	90
二、不同规模企业营业费用比较分析	91
三、不同所有制企业营业费用比较分析	92
第三节2012-2017年 会议电视产品行业管理费用分析	92
一、2012-2017年 会议电视产品行业管理费用总额分析	92
二、不同规模企业管理费用比较分析	93
三、不同所有制企业管理费用比较分析	94
第四节2012-2017年 会议电视产品行业财务费用分析	94
一、2012-2017年 会议电视产品行业财务费用总额分析	94
二、不同规模企业财务费用比较分析	95
三、不同所有制企业财务费用比较分析	96
第六章 中国会议电视产品产业市场营销策略竞争深度研究	97
第一节 不同规模企业市场营销策略竞争分析	97
一、不同规模企业市场产品策略	97
二、不同规模企业市场渠道策略	97
三、不同规模企业市场价格策略	99
四、不同规模企业广告媒体策略	99
五、不同规模企业客户服务策略	104
第二节 不同所有制企业市场营销策略竞争分析	105
一、不同所有制企业市场产品策略	105
二、不同所有制企业市场渠道策略	106
三、不同所有制企业市场价格策略	107
四、不同所有制企业广告媒体策略	108
五、不同所有制企业客户服务策略	108
第三节 不同规模企业/所有制企业市场营销策略专家观点	109
第七章2017年 中国会议电视产品行业营销策略和销售渠道考察	111
第一节 中国会议电视产品行业目前主要营销渠道分析	111
第二节 中国会议电视产品行业重点企业营销策略	114

第三节 中国会议电视产品行业产品营销策略建议 116

一、产品功效优先策略 116

二、产品品牌提升策略 116

三、产品价格杠杆策略 117

四、产品媒体组合策略 117

五、产品个性推介策略 119

六、产品层次营销策略 119

第四节 中国会议电视产品行业营销渠道变革专家研究 119

一、会议电视产品行业营销渠道新理念 119

二、会议电视产品行业渠道管理新发展 121

三、当前中国中小企业的外部营销环境 123

四、中小企业营销渠道存在的问题和不足 124

第五节 中国会议电视产品行业营销渠道发展趋势点评 126

一、营销渠道结构扁平化 126

二、营销渠道终端个性化 127

三、营销渠道关系互动化 127

四、营销渠道商品多样化 130

第八章 2017年中国会议电视产品行业需求用户调研结果 132

第一节 2017年会议电视产品行业用户认知程度分析 132

一、不同收入用户认知程度分析 132

二、不同年龄用户认知程度分析 132

三、不同地区用户认知程度分析 132

四、不同学历用户认知程度分析 133

第二节 2017年中国会议电视产品行业用户需求特点 133

一、不同收入用户需求特点分析 133

二、不同年龄用户需求特点分析 133

三、不同地区用户需求特点分析 134

四、不同学历用户需求特点分析 134

第三节 2017年中国会议电视产品行业用户关注因素分析 134

一、功能多样性 134

二、质量可靠性 136

三、价格合理性 137

四、外型美观性 137

五、服务便捷性 137

第四节2017年 会议电视产品行业其它用户特征分析 138

第九章 2017年 中国会议电视产品行业整体竞争格局形势剖析 140

第一节 2017年 中国会议电视产品行业集中度分析 140

一、行业集中度分析 140

二、不同所有制企业市场份额调查 141

三、不同规模企业市场份额调查 141

四、不同类型市场主要企业分析 142

第二节2017年 中国区域竞争格局深度剖析 143

一、主要生产区域 143

二、主要消费区域 144

三、主要产销区市场对接分析 145

第三节2017年 中国会议电视产品行业与替代品行业市场占有率分析 146

第四节2018-2024年中国会议电视产品行业市场竞争趋势预测 146

第十章2017年 中国会议电视产品标杆企业竞争力指标分析（企业可自选） 149

第一节 华为技术有限公司 149

一、企业发展概况 149

二、企业主要经济指标分析 150

三、企业盈利能力分析 151

四、企业偿债能力分析 152

五、企业运营能力分析 154

六、企业成长能力分析 156

第二节 朗新科技股份有限公司 157

一、企业发展概况 157

二、企业主要经济指标分析 158

三、企业盈利能力分析 159

四、企业偿债能力分析 160

五、企业运营能力分析 162

六、企业成长能力分析 164

第三节 沈阳金海洲数码有限公司 165

一、企业发展概况 165

二、企业主要经济指标分析 165

三、企业盈利能力分析 166

四、企业偿债能力分析 167

五、企业运营能力分析 169

六、企业成长能力分析 171

第四节 朗景信息技术有限公司 172

一、企业发展概况 172

二、企业主要经济指标分析 172

三、企业盈利能力分析 173

四、企业偿债能力分析 174

五、企业运营能力分析 176

六、企业成长能力分析 178

第五节 厦门音视频会议系统工程技术有限公司 179

一、企业发展概况 179

二、企业主要经济指标分析 179

三、企业盈利能力分析 179

四、企业偿债能力分析 180

五、企业运营能力分析 182

六、企业成长能力分析 184

第十一章 2018-2024年中国会议电视产品行业市场盈利预测与投资潜力 186

第一节 2018-2024年中国会议电视产品行业重点企业投资行为研究 186

第二节 2018-2024年中国会议电视产品行业市场规模预测 188

第三节 2018-2024年中国会议电视产品行业盈利水平分析 189

第四节 2018-2024年中国会议电视产品投资机会分析 191

一、细分市场机会 191

二、新进入者投资机会 192

三、产业链投资机会 195

第五节 2018-2024年中国会议电视产品总体机会专家评价 196

第十二章 2018-2024年中国会议电视产品行业前景展望及对策分析 198

第一节 2018-2024年中国会议电视产品行业发展前景展望 198

- 一、会议电视产品行业市场发展前景分析 198
- 二、会议电视产品行业市场蕴藏的商机探讨 199
- 三、会议电视产品行业“十三五”规划解读 200

第二节 2018-2024年中国行业发展对策研究 201

- 一、把握国家投资的契机 201
- 二、竞争性战略联盟的实施 201
- 三、市场重点客户战略实施 202

第十三章 2018-2024年中国会议电视产品产业未来发展预测及投资风险 205

第一节 当前行业存在的问题解决 205

第二节 中国会议电视产品行业发展预测与投资前景 205

第三节 中国会议电视产品产业投资风险 206

- 一、政策风险 206
- 二、技术风险 206
- 三、市场风险 206
- 四、财务风险 207
- 五、经营管理风险 207

第四节 当前经济不景气环境下会议电视产品企业防范措施及策略 208

第十四章 2018-2024年中国会议电视产品行业投资风险策略探讨 209

第一节 产品定位与定价 209

第二节 成本控制建议 211

第三节 技术创新研究 212

第四节 投资策略解析 215

第五节 如何应对当前经济形势 217

第十五章 项目投资注意事项(专家点评) 219 (ZY ZM)

第一节 中国会议电视产品行业投资环境考察 219

- 一、经济因素 219

二、政策因素	220
三、人口因素	221
四、社会发展因素	221
第二节 中国会议电视产品行业投资风险控制策略	221
一、行业投资风险控制及策略研究	221
二、建立健全投资风险预警机制	223
三、建立完善的质量管理体系（提高产品市场竞争力）	227
四、建立健全企业内控机制（降低投资风险的可能性）	230
第三节 会议电视产品行业技术应用注意事项	235
第四节 会议电视产品行业项目投资注意事项	236
一、注意选择好项目实施团队	236
二、注意对项目的前期分析	237
三、注意与企业现有产业相衔接	237
四、注意与所在地区产业相连接	237
五、注意与现有营销体系相连接	238
六、注意对项目投资总额的控制	238
第五节 会议电视产品行业生产开发注意事项	239
一、产品开发与品牌路线相吻合，战线统一	239
二、开发新产品要差异化，拥有个性	239
三、注产现场管理，精益化生产	242
第六节 会议电视产品行业销售注意事项	244

图表目录：

图表 1 我国会议电视产品行业所处生命周期示意图	24
图表 2 行业生命周期、战略及其特征	25
图表 3 2012-2017年 我国会议电视产品行业工业销售产值及增长对比	29
图表 4 2012-2017年 我国会议电视产品行业销售收入及增长对比	31
图表 5 2004年ii季度-2017年2季度国内生产总值季度累计同比增长率（%）	34
图表 6 2004年1-5月-2017年 1-6月下图未显示9月数据固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）	35
图表 7 2004年9月-2017年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）	41
图表 8 2017年居民消费价格主要数据	42

图表 9 2004年9月-2017年居民消费价格指数（上年同月=100） 44
图表 10 2012-2017年 我国会议电视产品行业规模企业个数 54
图表 11 2012-2017年 我国会议电视产品行业从业人员 54
图表 12 2012-2017年 我国会议电视产品行业资产合计及增长情况 55
图表 13 2012-2017年 我国会议电视产品行业资产合计及增长对比 55
图表 14 2015-2017年我国会议电视产品行业不同规模企业数量对比 56
图表 15 2015-2017年我国会议电视产品行业不同所有制企业数量对比 57
图表 16 2015-2017年我国会议电视产品行业不同规模企业销售收入对比 58
图表 17 2015-2017年我国会议电视产品行业不同所有制企业销售收入对比 58
图表 18 2012-2017年 我国会议电视产品行业产成品及增长情况 59
图表 19 2012-2017年 我国会议电视产品行业产成品及增长对比 59
图表 20 2012-2017年 我国会议电视产品行业工业销售产值及增长情况 60
图表 21 2012-2017年 我国会议电视产品行业工业销售产值及增长对比 60
图表 22 2012-2017年 我国会议电视产品行业出货值及增长情况 61
图表 23 2012-2017年 我国会议电视产品行业出货值及增长对比 61
图表 24 2012-2017年 我国会议电视产品行业主营业务成本及增长情况 62
图表 25 2012-2017年 我国会议电视产品行业主营业务成本及增长对比 62
图表 26 2012-2017年 我国会议电视产品行业营业费用及增长情况 63
图表 27 2012-2017年 我国会议电视产品行业营业费用及增长对比 63
图表 28 2012-2017年 我国会议电视产品行业利润总额及增长情况 64
图表 29 2012-2017年 我国会议电视产品行业利润总额及增长对比 64
图表 30 2012-2017年 我国会议电视产品行业销售收入及增长情况 65
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/3384773QTJ.html>