

2006年全球平板电视市场及2007 - 2011年市场发展预测研究报告

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

《2006年全球平板电视市场及2007 - 2011年市场发展预测研究报告》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/yejing/4310438NVF.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

2006年全球平板电视市场及2007 - 2011年市场发展预测研究报告 内容介绍：

平板电视（FTV）：平板的定义来自于英文Flat Panel的直译，平板主要为了区别于CRT电视的显像原理中，电子发射枪与显示屏幕必须保持一定的距离。本文中的平板显示主要指等离子和液晶显示技术，在它们的显示原理中，成像部件与显示屏幕集成在一起，像素平面分布。

液晶电视（LCD TV）：根据液晶显像原理显示的电视终端接收机。液晶是一种介于固体与液体之间，具有规则性分子排列的有机化合物。液晶显示原理是液状晶体在不同电流电场作用下，按规则旋转90度排列，产生透光度的差别，通过对每个像素的控制，就构成了显示图像。

等离子电视（PDP TV）：指利用等离子气体发光原理制成的电视终端接收机。等离子气体发光原理是在真空玻璃管中注入惰性气体或水银气体，利用加电压方式，使气体产生等离子效应，放出紫外线，个别激发三种不同的荧光体，产生不同三原色的可见光，并利用激发时间的长短来产生不同的亮度，形成彩色影像。

APEJ：在本报告中不止一次地提到APEJ市场，指亚太区除去日本以外的市场，即Asia Pacific Except Japan。

ROW：即世界其他地区市场，本研究报告中，对主要市场分区域进行了研究，而非主要市场区域即列为世界其他地区市场（ROW）进行研究。

复合年度增长率（CAGR）：在对未来一定年限时间内市场增长情况进行预测时，从起始年度到终止年度的复合平均增长速度。

2006年世界平板电视市场销量规模达到4300万台，比2005年的2600万台增长了65.3%，其中液晶电视销量达到3400万台，等离子电视销量达到900万台。

2006年世界平板电视市场的竞争中，随着液晶电视屏幕的不断大型化，在大屏幕平板电视市场，液晶电视的增长速度远远超过了等离子电视的增长速度，并且在第三季度超过了等离

子电视的规模。

我们公司调查数据显示：2006年第三季度，全球37英寸以上等离子电视销量比上季度增长3.6%，销量约228.3万台；而同期37英寸以上的液晶电视的销量则是增长了34.5%，达到243.1万台。这表明在液晶电视与等离子电视的竞争中，等离子电视已经失去大屏幕的优势，不再独霸大尺寸平板电视市场。这是因为等离子电视厂商已经发现很难在50英寸以下等离子电视当中集成1080p HD高清晰度分辨率，而液晶电视厂商则抓住机会，以高分辨率的液晶电视杀入市场，尽管40英寸等离子电视在价格上仍有优势，但是差距在逐步缩小。

2006年，全球平板电视产销量大增，随着平板电视价格的大幅度下降，在欧美和日本地区平板电视已经成为其电视市场的顶梁柱。其中在日本电视市场，液晶电视的出货量已经占到电视市场总出货量的75%左右，而欧美地区也达到35%左右。在2006年第二季度，全球液晶电视销售额比2005年同期增长超过130%，超过1100亿美元，比第一季度增长约30%。

世界平板电视市场增长速度在2007年将大幅下降。这是因为：一，随着近几年市场的快速增长，平板电视市场销售规模日益扩大，增长基数的扩大，势必对增长速度产生一定的限制作用；二，2007年处于2006年足球世界杯和2008年北京奥运会之间，没有什么刺激平板电视需求增长的重大体育赛事，2006年世界杯的举办极大的刺激了全球平板电视的销售，之前已经提前预支了部分2007年的市场购买需求，而只有到2008年初后，随着北京奥运会的迫近，因重大体育赛事而产业的购买需求才会大量增加，那时将引起平板电视市场的爆发式增长。这都将导致2007年世界平板电视市场增长速度的下降。虽然世界平板电视市场增长速度有所下降，但是市场规模仍将持续增长。我们预计在2007年亚洲平板电视市场将成为全球的焦点，因为所有推动销售的因素（高清电玩、蓝光碟、高清电视等）将在亚洲发挥作用。

公司预测，世界平板电视市场在未来五年（2007-2011）将持续增长，到2011年市场规模将达到14000万台。预计在2008年世界平板电视市场增长幅度将达到一个最高点，随后的几年市场的扩张速度将有所减缓。

一、2006年世界平板电视市场发展背景

1.1全球经济发展对平板电视发展的影响

1.2平板电视市场环境

1.3全球平板电视技术发展情况

1.4平板电视产业链发展情况

二、2006年全球平板电视发展现状

2.1 世界平板电视总体市场规模及结构

2.1.1 液晶电视

2.1.2 等离子电视

2.2 世界平板电视市场发展特征

2.3 世界平板电视区域市场规模及结构

2.3.1 液晶电视

2.3.2 等离子电视

2.4 世界平板电视市场结构特征

2.4.1按平板电视屏幕尺寸

2.4.2品牌市场结构

2.5全球主要平板电视厂商竞争格局

2.5.1 液晶电视厂商

2.5.2 等离子电视厂商

三、全球平板电视用户消费倾向分析

3.1 品牌倾向

3.1.1 液晶电视

3.1.2 等离子电视

3.2 屏幕尺寸倾向

3.2.1 液晶电视

3.2.2 等离子电视

四、2007-2011年世界平板电视市场发展分析及预测

4.1 2007-2011年世界平板电视市场发展趋势分析

4.1.1市场发展总趋势

4.1.2产品发展趋势

4.1.3 区域市场发展趋势

4.2 2007-2011年世界平板电视总体市场规模预测

4.2.1 规模预测

4.2.2 市场结构预测

4.2.3 区域市场预测

4.3 2007-2011年世界液晶电视市场规模预测

4.3.1 2007-2011年市场规模预测

4.3.2 2007-2011年区域市场结构预测

4.3.3 2007-2011年按屏幕尺寸市场结构预测

4.3.4 2007-2011年液晶电视按尺寸区分区域市场预测

4.4 2007-2011年世界等离子电视市场规模预测

4.4.1 2007-2011年市场规模预测

4.4.2 2007-2011年世界等离子电视区域市场规模预测

4.4.3 2007-2011年按屏幕尺寸市场结构预测

4.4.4 2007-2011年等离子电视区域市场预测

五、综合建议

5.1 把握好市场产品发展趋势

5.2 根据市场需求合理制定价格策略

5.3 保持新产品在市场的领先地位 91

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yejing/4310438NVF.html>