



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国液晶显示器市场研究 分析报告

一、调研说明

《2009年中国液晶显示器市场研究分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/37232.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

中国显示器市场在经过了“五穷六绝”的惨淡境况之后，并没有迎来让厂商和经销商欢颜的丰收场面，一线显示器厂商之间频频出现价格拼杀。尽管如此，DIY市场的全面萎缩，加之品牌台式机和笔记本对显示器的不断打压，各品牌产品销量也并未能有太大好转。

对大屏市场的调研发现，进军行业用户市场的大屏显示器厂商对前景并不乐观。某一线品牌代理商透露，大屏幕显示器目前国内行业市场很不占优势，最大的竞争对手就是液晶电视和等离子电视。目前在大屏幕产品需求的行业市场中，液晶显示器与液晶电视的销售比例大致在2:8。

大多数行业用户选择购买液晶电视或等离子电视来代替液晶显示器在工作中的应用，用户认为目前液晶电视在很大程度上能帮助企业实现其网络视频等信息化的建设，相比液晶显示器的价格、性能、质量、外观、高清等多方面综合考虑，用户更多的还是将液晶电视作为了目前的首选产品。分析发现，行业用户更青睐液晶电视，主要是由于以下几点原因：

液晶电视价格优势明显。行业用户选择购买液晶电视的一个主要原因就是液晶电视的价格要比显示器的价格优惠。同尺寸的显示器要比电视的价格高出上万元之多，在行业用户大批量采购液晶电视高峰出现的时候，将可以节约很大一笔资金。

功能应用不逊于液晶显示器。液晶电视不仅仅在价格上占据优势，更重要的是在功能上也可以满足行业用户的需求。主要表现在：

1. 现在的液晶电视产品多配备转接口，其中就包括和电脑的接口端，这样就能很好的接收来自电脑的输出信息。这个功能可以替代显示器与电脑主机搭配的应用。

2. 目前液晶电视已经先于液晶显示器达到1080P的高清标准，尽管显示器也都有HDMI高清接口，但基本上形同虚设，没有前端播出设备，因此也不能实现高清。

3. 液晶电视的高频调谐器（高频头）还可以接收有线广播电视信号。具备双高频头的液晶电视还可以同时接收两路不同的有线电视信号，从而实现两个不同频道的双画面显示功能

。

外观设计优于液晶显示器。行业用户认为液晶电视的外观设计要比液晶显示器更好看。这也看出行业用户对显示设备的外观有一定的要求。靓丽的外观和颜色搭配也是行业用户选择购买液晶电视的一个考虑因素。

其它参数较显示器有优势。对于液晶电视和液晶显示器的厂商来讲，不同的产品所侧重的功能也不尽相同。暂不说从面板选材上的区别，就亮度、色域、可视角度、对比度等参数而言，液晶电视也同样占据不可比拟的优势。亮度高、色域广、可视角度大和较高的对比度都给行业用户在选择液晶电视还是液晶显示器上留有很多空间。

另外，在与渠道商的沟通中发现，大屏幕显示器产品之所以没有液晶电视销售的好，除了上述因素外，一些特殊的行业对显示器也有特殊的要求。例如，电力、交通、公安等行业的指挥中心采购的显示器都需要不带任何边框的；有的行业要求大屏幕的无缝拼接技术等等。这些要求在一部分大屏幕显示器厂商方面还不能完全实现，因此也丢掉了不少进入行业的机会和行业客户。

但我们依然可以预见，在未来显示器市场中，行业用户对大屏幕显示器的需求正在与日俱增。伴随大屏幕显示器市场的逐步成熟、各项技术参数愈来愈贴近行业用户需求、价格日趋平民化等潜在促进因素，行业用户对大屏显示器的关注度明显提高。特别在军队、医疗、楼宇建筑、交通，金融等行业的监中心、展厅和视频会议室有着较为广泛的应用。包括大型购物中心和广场，利用大屏幕显示器将更新的市场信息清晰地传递给大众群体，从而达到传播信息的目的。

固然，目前的行业市场状况对液晶电视的销售扩充有着较大优势，但液晶显示器则更能切身了解行业用户的需求和关注的侧重点。即使目前液晶显示器市场尚未被更多行业用户所接受，我们也有理由相信液晶大屏显示器凭借其高分辨率、高亮度，以及安装数字信号等功能的进一步完善，市场会越来越宽广。

【 目录 】

第一章 液晶显示器行业国际发展概况

第一节 国际液晶显示器行业发展概况

第二节 市场现状与特点分析

第三节 主要国家液晶显示器市场概况

第二章 行业宏观发展环境分析

第一节 经济环境分析

一、国际经济形势运行分析

二、国内经济形势发展分析

三、国内外贸易发展形势分析

第二节 政策环境分析

一、国际上对行业影响深远的政策法规分析

二、国内主要政策分析

第三节 技术环境分析

第三章 市场结构分析

第一节 行业一般特征

一、行业盈利水平分析

二、行业生产结构分析

三、行业消费结构分析

第二节 市场集中度分析

一、市场占有率分析

二、品牌集中度分析

三、产品集中度分析

第三节 影响市场结构的因素分析

第四章 市场需求分析

第一节 需求结构分析

一、城乡需求结构对比

二、区域需求结构分析

三、产品需求结构对比

第二节 各种需求行为分析

一、积极需求行为分析

二、消极需求行为分析

第三节 影响需求的因素分析

一、广告

二、价格

三、产品性能

四、销售地点

第四节 区域市场需求分析

一、主要市场需求容量对比

二、主要市场成熟度对比

三、主要市场消费者观念、行为对比

第五章 市场供给分析

第一节 生产能力现状

一、国际市场生产能力

二、国内市场产能扩张状况

三、近年国内市场主要企业产品产量

第二节 产品进出口情况

一、进出口数据统计分析

二、进出口结构分析

三、进口来源分析

四、出口流向分析

第三节 产品新建及扩建项目

第四节 产品生产成本分析

一、原材料成本分析

二、人工成本分析

三、制造费用成本分析

第六章 区域市场竞争状况分析

第一节 东北市场

一、市场现状

二、决定消费的主要因素

三、价格水平

第二节 华北市场

一、市场现状

二、决定消费的主要因素

三、价格水平

第三节 西部市场

一、市场现状

二、决定消费的主要因素

三、价格水平

第四节 华南市场

一、市场现状

二、决定消费的主要因素

三、价格水平

第五节 华东市场

一、市场现状

二、决定消费的主要因素

三、价格水平

第七章 主要厂商分析

第一节 三星

一、市场地位

二、产品结构

三、销售策略

四、盈利状况

第二节 LG

一、市场地位

二、产品结构

三、销售策略

四、盈利状况

第三节 AOC冠捷

一、市场地位

二、产品结构

三、销售策略

四、盈利状况

第四节 优派

一、市场地位

二、产品结构

三、销售策略

四、盈利状况

第五节 飞利浦

一、市场地位

二、产品结构

三、销售策略

四、盈利状况

第八章 市场发展趋势预测

第一节 国际、国内市场规模

一、国际市场规模预测

二、国内市场规模预测

第二节 产品竞争方式预测（主要分析是产品、价格、品牌还是服务哪个方面的竞争）

第三节 市场集中度分析

一、市场占有率变化预测

二、品牌集中度变化预测

三、主要地区渗透率预测

第四节 市场价格分析

一、影响市场价格因素分析

二、市场价格走势分析

第五节 区域市场预测

一、区域市场供求平衡预测

二、区域市场竞争格局预测

第六节 市场竞争策略建议

一、一线厂商竞争策略建议

二、二线厂商竞争策略建议

图表目录：

2007、2008年中国市场最受用户关注的15大液晶显示器品牌分布
2007年Q1-2008Q4中国市场四大液晶显示器品牌关注比例走势对比
2007年Q1-2008Q4中国市场六大液晶显示器品牌关注比例走势对比
2007、2008年中国市场十大液晶显示器品牌关注比例增长对比
2007-2008年中国数码相机区域市场关注比例分布
2007-2008年七大区域市场液晶显示器品牌排行榜
2007-2008年中国市场宽屏与普屏液晶显示器关注比例分布
2007-2008年中国市场宽屏与普屏液晶显示器关注比例走势对比
2007-2008年中国市场主流尺寸液晶显示器关注比例分布
2007-2008年中国市场主流尺寸液晶显示器关注比例走势对比
2007-2008年中国市场不同价位液晶显示器关注比例分布
2007-2008年中国市场不同价位液晶显示器关注比例走势对比
2007-2008年中国市场不同价位普屏液晶显示器关注比例分布
2007-2008年中国市场不同价位宽屏液晶显示器关注比例分布
2007-2008年中国市场不同价位宽屏液晶显示器关注比例走势对比
2007-2008年中国液晶显示器市场产品价格指数走势
2007-2008年中国液晶显示器市场产品均价走势对比
2007-2008年中国市场宽屏液晶显示器产品均价走势对比
2007-2008年中国市场主流尺寸液晶显示器均价走势对比
2007-2008年中国液晶显示器市场主流厂商产品均价对比
2007-2008年中国市场三星液晶显示器产品线及产品数量分布
2007-2008年中国市场LG液晶显示器产品线及产品数量分布
2007-2008年中国市场AOC液晶显示器产品线及产品数量分布
2007-2008年中国市场优派液晶显示器产品线及产品数量分布
2007-2008年中国市场飞利浦液晶显示器产品线及产品数量分布

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37232.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。