

2014-2015

中国彩电研究 蓝皮书

中国电子视像行业协会 (CVIA) 主编



CVIA



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

图书在版编目 (C I P) 数据

2014-2015中国彩电研究蓝皮书 / 中国电子视像行业协会 (CVIA) 主编. — 北京: 人民邮电出版社, 2016. 7
ISBN 978-7-115-42111-1

I. ①2… II. ①中… III. ①彩电行业—产业发展—研究报告—中国—2014-2015 IV. ①F426.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第101126号

内 容 提 要

本书由中国电子视像行业协会组织彩电行业专家、骨干企业领导、咨询公司研究人员等共同编写,并得到了工业和信息化部运行监测协调局、电子信息司的大力支持。本书反映了2014—2015年中国彩电行业的发展形势及未来趋势,分析了彩电行业的市场发展情况,对产品及技术升级、行业热点趋势予以详细剖析。希望本书能够为企业决策层、行业研究人员以及普通消费者提供帮助,同时可以指导行业健康有序地发展!

◆ 主 编 中国电子视像行业协会 (CVIA)

责任编辑 王朝辉

执行编辑 杜海岳

责任印制 彭志环

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

三河市海波印务有限公司印刷

◆ 开本: 880×1230 1/32

印张: 6.5

2016年7月第1版

字数: 164千字

2016年7月河北第1次印刷

定价: 48.00元

读者服务热线: (010)81055410 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

《2014—2015 中国彩电研究蓝皮书》

编委会

指导顾问：刁石京 高素梅

名誉主任：李东生

主任：白为民

副主任：林元芳 周海燕 曲晓杰 郝亚斌

总策划：郝亚斌

委员：（排名不分先后，按照姓氏笔画排序）

王 中 文建平 艾丽雅 冯晓曦 孙 赢

张彦斌 陈晓东 哈 图 喻亮星 董秋红

董 敏 彭 劲 彭健锋 蒋 琨

前 言

2014—2015 年是彩电行业发展的关键时期，彩电企业坚持技术研发、功能革新、市场开拓；显示技术走向多元，OLED 崭露头角，量子点的出现让 LCD 显示技术焕发出新的生机与活力，同时彩电企业把功能创新的落脚点放在了用户体验的提高上；2014—2015 年也是彩电产业结构持续调整的一年，工业精神和互联网思维持续碰撞，推动着行业向新的方向前进。

在结构调整、消费升级时期的新常态下，以用户需求体验为导向，技术及产品创新成为新的突破口，考验着企业的创新能力和技术实力，从而推动电视行业整体快速发展。

在这样的发展形势下，为了及时、准确、全面、客观地总结和分析中国彩电行业的发展情况，并全面展望行业未来的发展趋势，中国电子视像行业协会组织彩电行业专家、骨干企业领导、咨询公司研究人员等共同编写了《2014—2015 中国彩电研究蓝皮书》。

该书在编写过程中，得到了工业和信息化部运行监测协调局、电子信息司的大力支持，也得到业内企业的大力帮助。中国

电子视像行业协会本着科学严谨、求实负责的原则著书，认真履行行业责任，力争将本书打造成具有专业性、权威性、客观性的行业指导手册，为企业进行决策提供重要依据，并对彩电行业的健康和谐发展起到指导作用。

本书主要内容包含以下几点。

- (1) 2014 年彩电行业整体形势回顾。
- (2) 2015 年彩电行业整体形势回顾及展望。
- (3) 新型显示技术及彩电产品升级趋势解析。
- (4) 彩电行业发展热点聚焦。
- (5) 彩电行业数据发布。

《中国彩电研究蓝皮书》自 2007 年由中国电子视像行业协会首次发布至 2015 年，已经经历了 9 个年头，记录了彩电行业 8 年的发展历程，见证了彩电行业的转型升级，经过多年的积累已经成为业内公认的权威读物。连续出版的《2011 中国彩电研究蓝皮书》《2012 中国彩电研究蓝皮书》和《2013 中国彩电研究蓝皮书》更是受到了上级主管部门、企业、媒体以及广大读者的普遍关注和广泛好评。希望《2014—2015 中国彩电研究蓝皮书》能够不负众望，继续起到普及电视行业相关知识、正确引导消费、推动行业发展的作用。

本书编委会

目 录

第一篇 2014 年回顾	1
1. 2014 年彩电行业发展回顾	2
2. 2014 年中国彩电零售市场回顾	9
3. 2014 年农村家电市场发展现状及变化趋势	12
4. 2014 年商用电视市场分析与展望	19
5. 2014 年智能电视应用市场分析与展望	26
6. 2014 年智慧社区发展现状及对策分析	32
第二篇 2015 年回顾及展望	37
7. 2015 年中国彩电市场总结及 2016 年展望	38
8. 2015 年电视面板市场总结及 2016 年展望	59
9. 2015 年全球彩电整机出货总结及 2016 年展望	70
10. 2015 年 OTT 盒子市场总结及 2016 年展望	80
11. 2015 年智能硬件市场总结及 2016 年展望	96

第三篇 产品与技术创新	123
12. 彩电新型显示技术发展趋势解析	124
13. 行业新宠量子点电视将成液晶终极产品	139
14. 电视更聪明 渐成家庭娱乐中心	143
15. 2015 年“中国好电视”解决消费选购难题	148
第四篇 行业热点聚焦	153
16. 中国电子视像行业协会与 HDMI 特许公司在 中国建立新型合作共赢关系	154
17. 创维 GLED Air: 回归用户需求 引领时代前沿	157
18. 消费观念有变 营销策略紧跟	164
19. 传统家电企业的垂直化电商之路	171
第五篇 彩电数据发布	175
20. 2014—2015 年中国彩电产量数据	176
21. 2014—2015 年中国彩电出口数据	177
22. 2014 及 2015 年中国大陆液晶电视面板 月度购销规模	179
23. 2014—2015 年中国彩电线上零售市场分析	180
24. 2014 年中国彩电市场重点产品销量与渗透率分析	181
25. 2015 年中国彩电市场重点产品销量与渗透率分析	183

第六篇 主编单位及支持机构介绍	185
26. 中国电子视像行业协会介绍	186
27. 深圳创维-RGB 电子有限公司介绍	190
28. 北京奥维云网大数据科技股份有限公司介绍	197

第一篇

2014 年回顾

1. 2014 年彩电行业发展回顾

2014 年,我国彩电行业面对宏观经济增速放缓、“后政策时代”消费需求不足、各环节成本显著提高等压力,面临产品同质化严重、核心技术话语权不足、产品生命周期缩短等挑战。全年彩电市场持续低位运行,整体需求收窄、销量下滑,尽管下半年彩电销量较上半年有所回升,但依然无法扭转行业“困局”。

一、基本情况

(一) 生产保持增长

2014 年,全行业共生产彩电 14129 万台,同比增长 10.9%;其中,液晶电视 13866 万台,同比增长 13.3%。从月度看,除年初受节日因素影响增幅较小外,液晶电视全年基本保持两位数的增幅。

(二) 出口增势突出

据海关统计,2014 年,我国共出口彩电 7406 万台,出口额 135.5 亿美元,同比增长 22.6%;其中,液晶电视出口达到 6871 万台,出口额 128.3 亿美元,同比增长 20.5%。详见图 1-1。

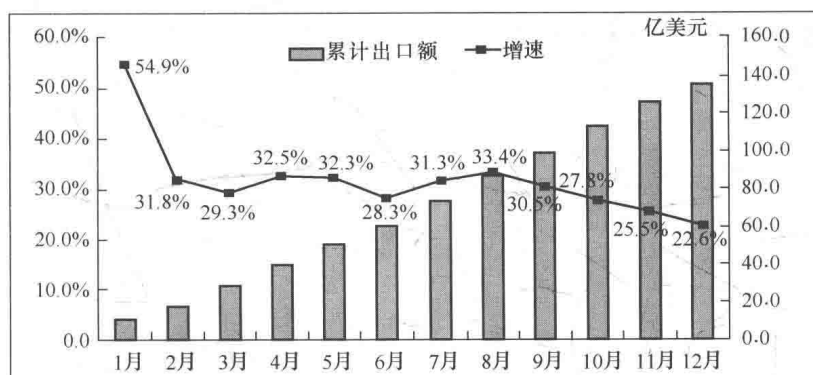


图 1-1 2014 年我国彩电逐月累计出口情况

（三）收入低位增长，利润扭亏为盈

2014 年，我国电视机制造业实现主营业务收入 4054 亿元，同比增长 1.1%；实现利润 138 亿元，同比增长 20.2%。行业平均利润率为 3.4%，低于电子制造业平均水平 1.5 个百分点。从走势来看，2014 年电视机制造业除年初受传统节日的影响，收入增幅较大，进入二季度后，增势维持低位；而上半年利润增速维持负增长，进入下半年，随着大屏、智能、4K 液晶电视销量的增加，扭转了利润负增长的态势。详见图 1-2、图 1-3。

（四）行业投资低位运行

2014 年，电视机制造业 500 万元以上的项目完成固定资产投资 102 亿元，同比下降 15.3%，低于电子制造业平均水平 26.7 个百分点。从投资增速来看，呈 L 形走势，从 3 月份开始下降

幅度逐渐收窄。从投资领域来看,投资重点集中在智能电视及芯片开发等环节。详见图 1-4。

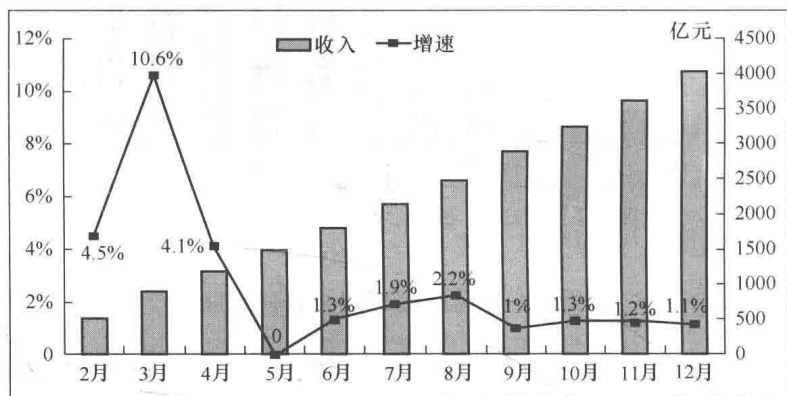


图 1-2 2014 年我国电视机制造业逐月累计收入情况

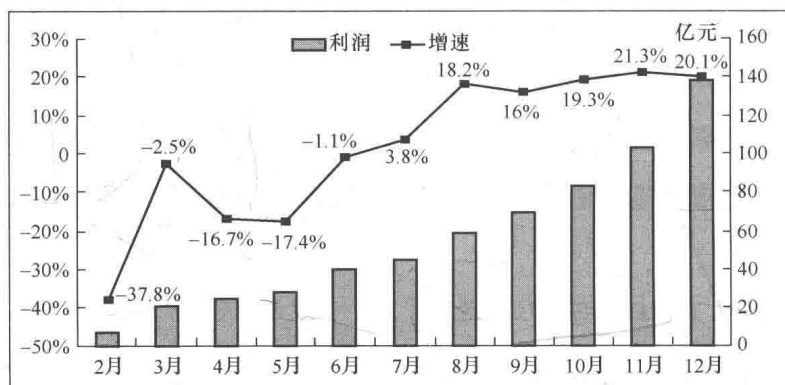


图 1-3 2014 年我国电视机制造业逐月累计利润情况

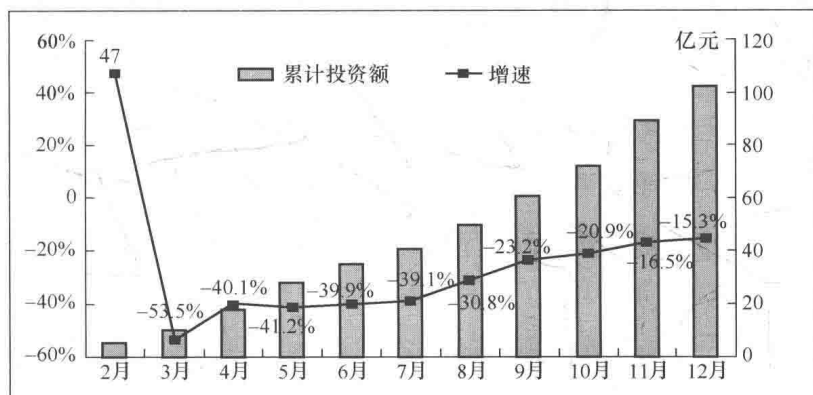


图 1-4 2014 年电视机制造业逐月累计投资情况

二、运行特点

（一）我国彩电产业基本完成平板化转型，平板显示工业体系初步建立

从产业结构看：液晶电视成为主导，占据出货量的 92.9%，内销市场 LCD 电视占比为 98.52%，PDP 电视占比为 1.47%，CRT 电视基本退出，只有外销。ULED 和 OLED 等新型显示技术的电视产品逐渐受到消费者的关注。

从工业体系看：平板显示产业体系已重构。目前国内初步形成了北京地区、长三角地区、成渝地区以及珠三角地区 4 个面板显示产业集聚发展带。目前已建成面板生产线 14 条，还有拟建、在建的 14 条。2014 年我国面板自主配套率首次突破 50%。2015

年,在建项目如期达产,以面积计算,可满足国内液晶电视需求的 75%。

(二) 出口量大幅增长为彩电市场的发展注入新的活力

2014 年,我国彩电出口实现增长 22.6%,扭转了连续 3 年出口下降的趋势,成为支持彩电行业上升增长的重要力量。其主要原因如下。

(1) 巴西世界杯创造了新一轮的彩电销售契机,同时也带动了电视平均尺寸的增长。

(2) 随着经济逐步好转,西欧和北美电视市场也正在恢复,出现平板电视和超高清电视产品更新换代需求,北美洲、欧洲和非洲市场同比增幅较大。

(3) 加大海外市场开拓力度,分散产能增加。长虹、海信和海尔品牌外销出货量同比增幅较大。国内家电企业除加强研发外,还积极尝试跨国收购。创维并购了厦华南非公司,就近解决供应链问题;海尔先收购了三洋在东南亚和日本的白电资产,又收购了新西兰斐雪派克;TCL 以 1.2 亿港元收购了三洋在墨西哥的彩电工厂及相关资产。

(三) 内销市场低迷

据中国电子视像行业协会统计,我国彩电内销总量为 4461 万台,同比下降 6.6%。内销市场低迷的主要原因有:一是家电补贴政策退出,且前期透支了部分市场;二是国内经济增速放

缓，特别是房地产业不景气，直接影响产品需求；三是互联网企业进军家电领域，以“内容补贴硬件”的模式对传统彩电需求带来冲击。

（四）电商渠道地位进一步提高

互联网改变了传统电视产品的形态，也改变着家电的传统销售渠道。在家电市场全面“触网”的背景下，2014 年，家电网购市场业态占比不断增大。2015 年，平板电视线上市场份额达到 20%。伴随电商平台物流体系的建设与完善，家电网购彻底打破了家电渠道在体验、价格、厂商合作关系等方面的传统“价值观”。

三、值得关注的问题

（一）需求进入平台期，规模增长转向结构调整

经历了 10 多年的高速增长，以及近 5 年来的刺激消费，国内彩电的保有量已经较高。另外，原来支撑彩电销量增长的 CRT 替换需求、人口红利、房地产业利润高速增长等因素逐步弱化。因此，未来国内彩电的增长方式将从“规模性增长”向“结构性增长”转变，更大的屏幕、智能化、超高清及 LCD 电视的更新换代将成为未来新的增长点。

（二）价格下降过快，深陷“增量不增收”的困局

彩电作为最后一个接入互联网的客厅大屏，吸引了众多互联网厂商的关注和跨界进入。“羊毛出在猪身上”的互联网商业模

式也随之被带到彩电行业中来，低价一再刷新纪录。从 2012 年到 2014 年的 3 年时间里，电视机平均尺寸不断增大，分别为 37 英寸、40 英寸和 42 英寸（1 英寸=2.54 厘米），而平均单价则分别为 3479 元、3576 元、3456 元，基本处于同一水平。这给处于充分竞争状态、利润微薄的彩电行业带来收入和利润双降的压力，整机厂商必须通过不断升级产品以弥补跌价损失。

（三）内容监管将成为常态，亟需创新发展思路

随着国家信息安全战略的逐步推进，内容监管将成为常态。这将带来几方面影响：一是“擦边球”式的业务创新将面临巨大的政策风险；二是通过资本层面整合产业链的难度加大，“合作分成”模式可能更有效率；三是入口资源的相对集中，为“用户对内容付费”奠定了基础；四是严格的内容审查，促使内容服务商对产品的经营管理更趋精细化。

来源：中国电子视像行业协会

2. 2014 年中国彩电零售市场回顾

2014 年在中国经济整体增长速度放缓、工业疲软、消费者购买意愿谨慎的背景下，彩电行业度过了比较艰难的一年。奥维云网（AVC）数据显示（详见表 2-1）：2014 年中国彩电市场销量为 4461 万台，同比下降 6.6%；销售额 1462 亿元，同比下降 14.5%。彩电行业规模下降的主要原因有以下 3 点：一是历时 5 年的政策刺激，使市场需求透支约 1200 万台，该因素将持续影响未来 3 年；二是房地产行业无力托市，商品房和住宅成交量同比大幅下滑，减少新增需求 150 万台左右；三是智能终端的发展取代了部分彩电更新换代的需求。

表 2-1 2012—2014 年彩电市场销量和销售额及其对比

年份	销量（万台）	销售额（亿元）
2014 年	4461	1462
2013 年	4779	1709
2012 年	4246	1477
2014 年/2013 年	-6.6%	-14.5%
2014 年/2012 年	5%	-1%