



2014年中国平板电视消费状况 及2015年趋势预测报告

中国电子商会消费电子产品调查办公室
2014年12月

报告说明

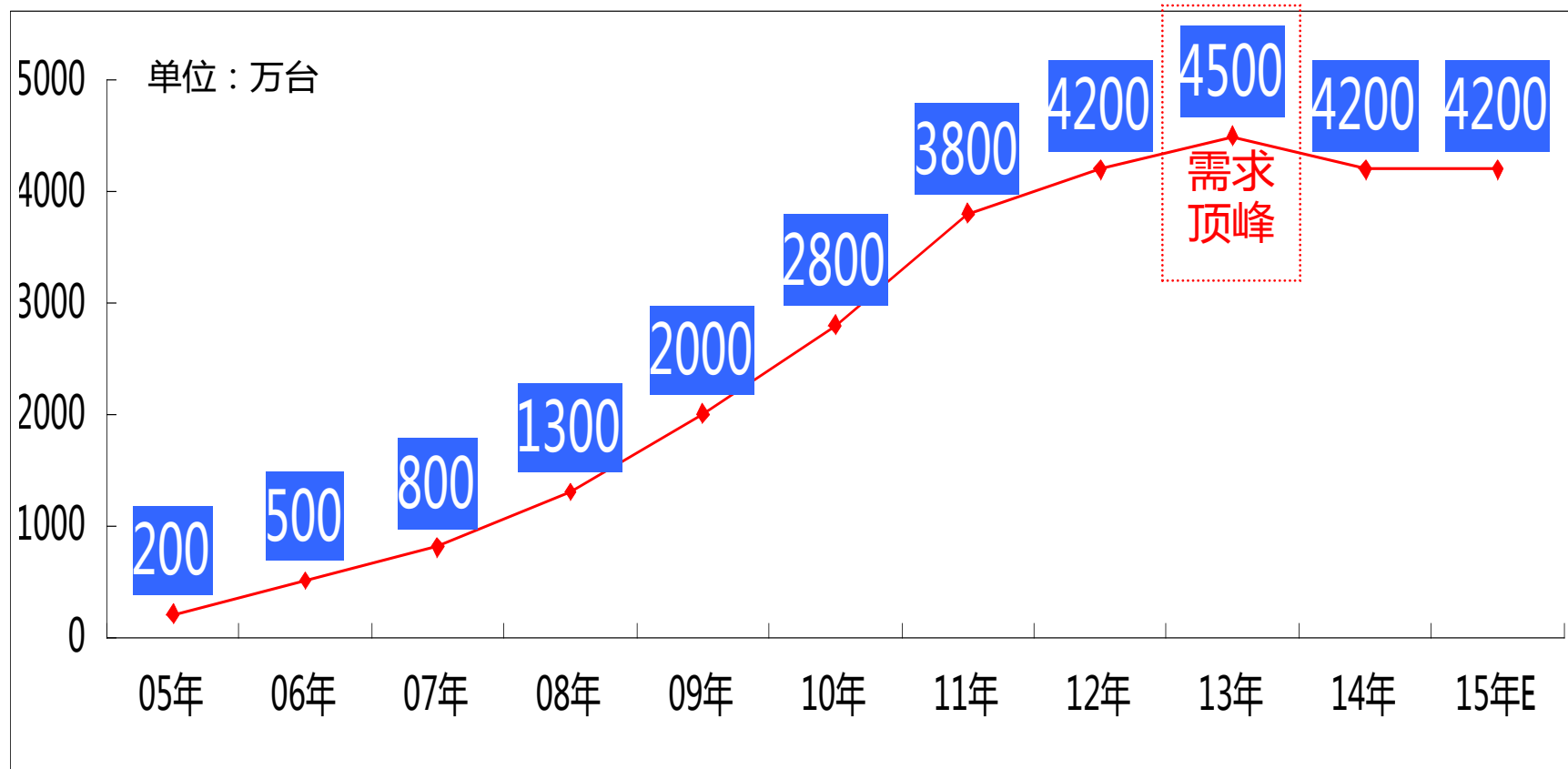


为帮助中外彩电企业及时了解中国城市家电市场的需求信息，掌握中国主要城市消费者对平板电视认知、使用状况及需求变化，从2005年1月份开始，在原信息产业部经济体制改革与经济运行司、国务院发展研究中心市场经济研究所的指导下，中国电子商会、中国家电市场联合调研课题组共同开展了国内平板电视消费者需求变化的连续性跟踪研究，已经连续十年。

中国电子商会消费电子产品调查办公室，于2014年继续组织开展了中国城市平板电视消费需求状况年度调研，形成了《2014年中国平板电视消费状况及2015年趋势预测报告》，现就主要结论摘要将与大家共享：

平板消费步入阶段性调整期

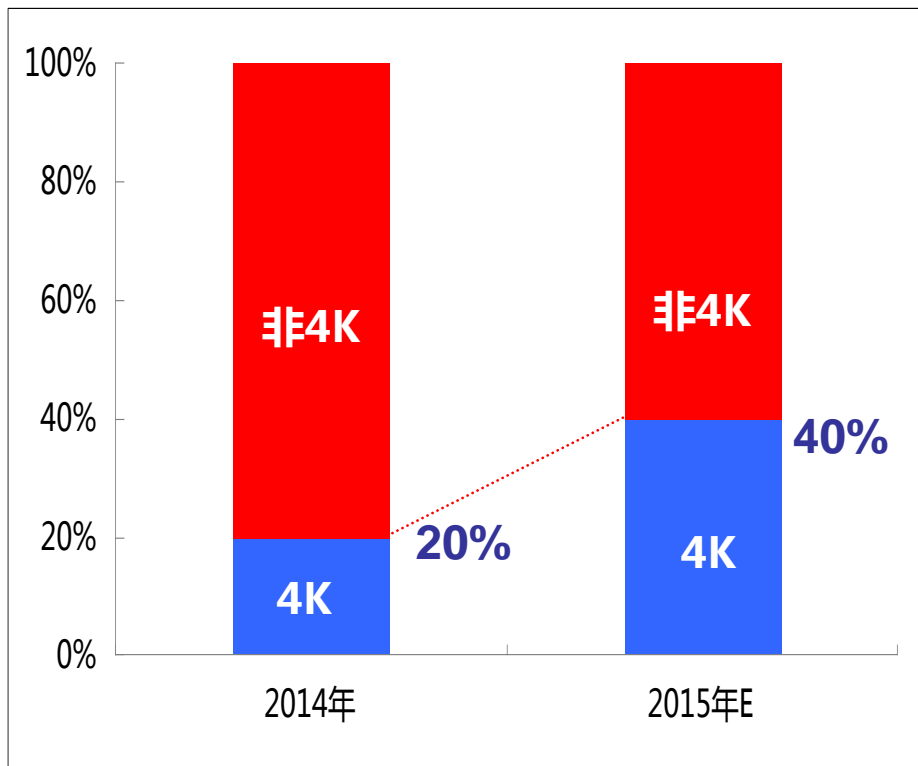
预计2014年全年平板电视消费4200万台，同比下降6.7%，2015年市场规模基本维持稳定，产品结构发生变化。



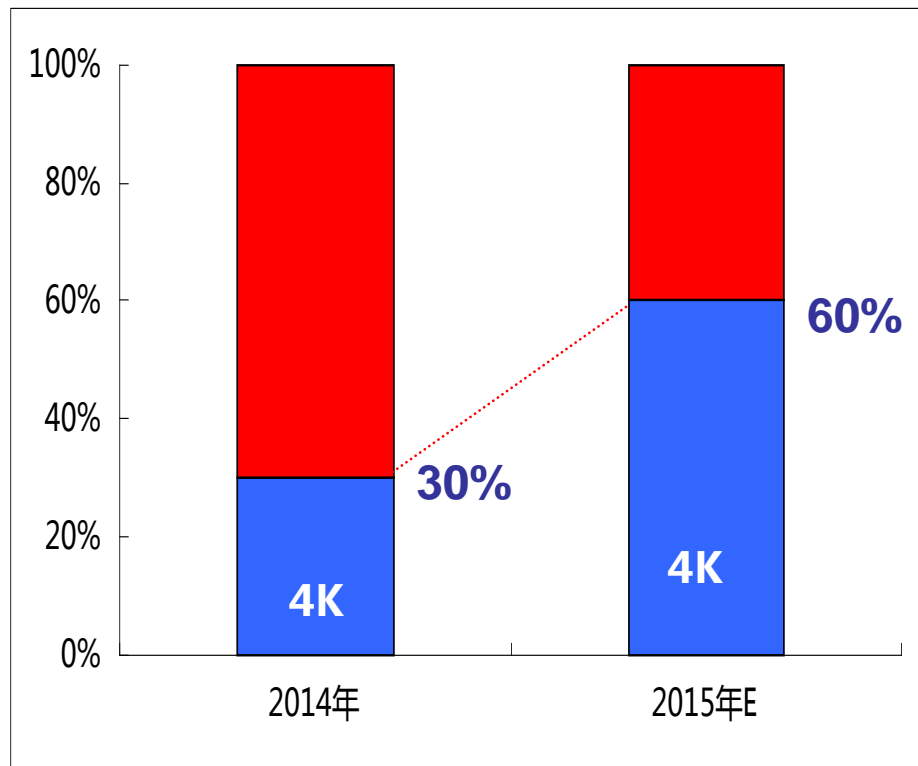
2005年-2015年中国平板电视市场需求变化趋势

2015年平板消费4K唱主角 市场将进一步扩大

在大尺寸必4K基本原则主导下，2015年4K消费将迅速普及



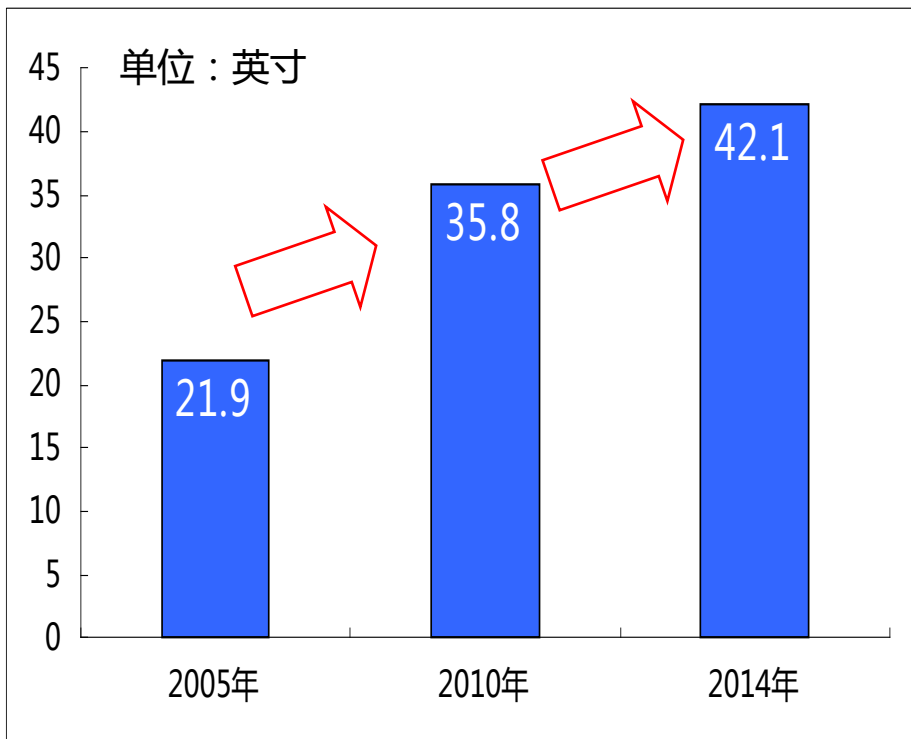
销量比重变化



销售额比重变化

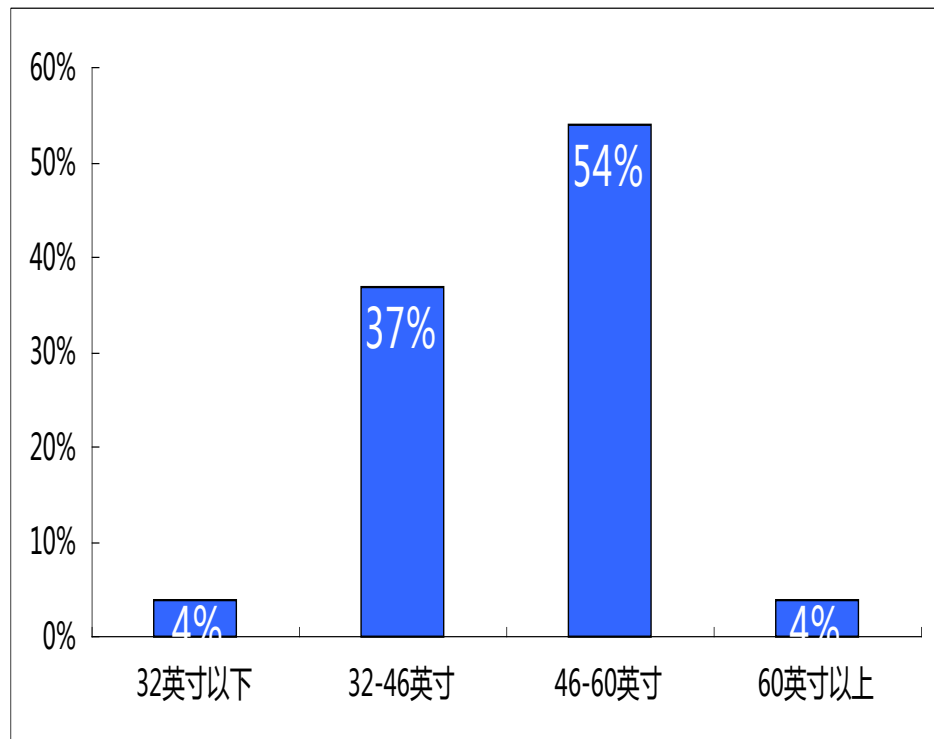
超大、超薄、曲面等外观将流行

2005-2014年平板电视平均尺寸变化



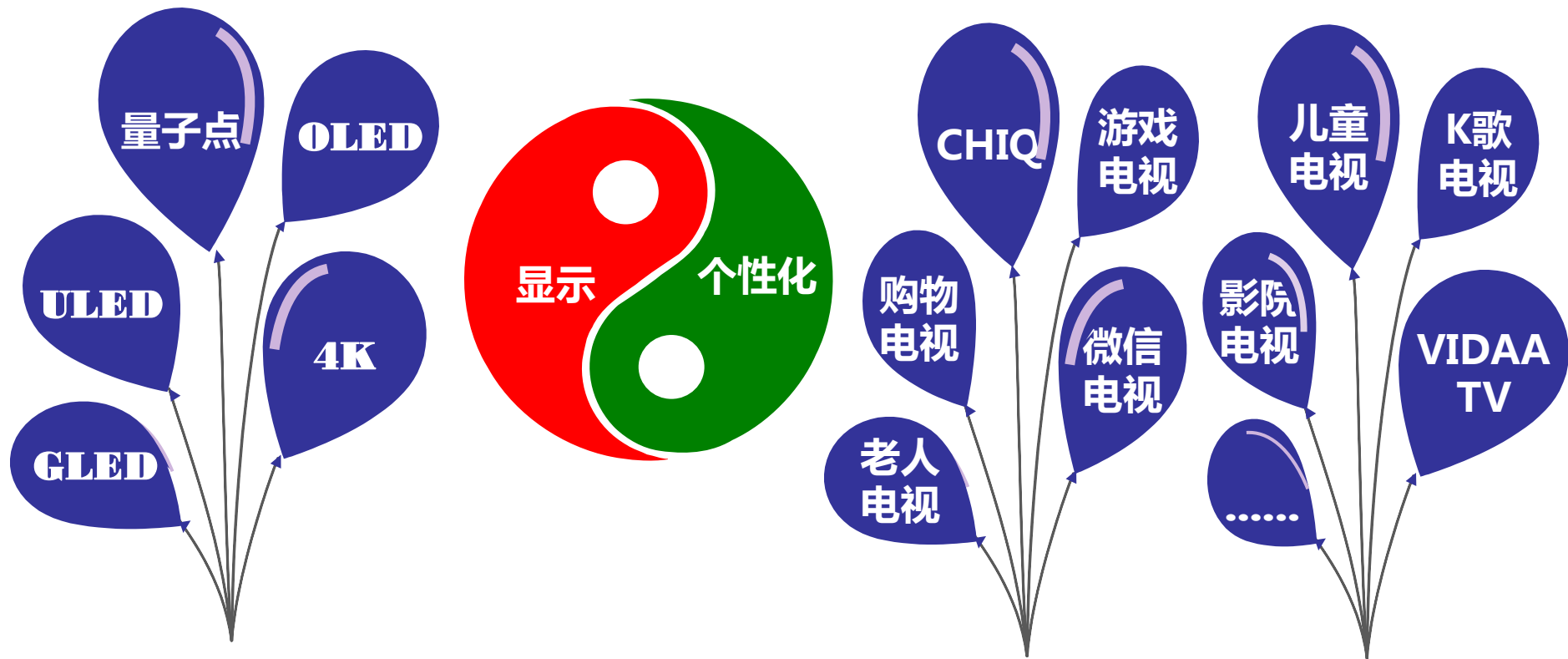
数据来源：中怡康

消费者平板电视选购期望尺寸比例



数据来源：CECC

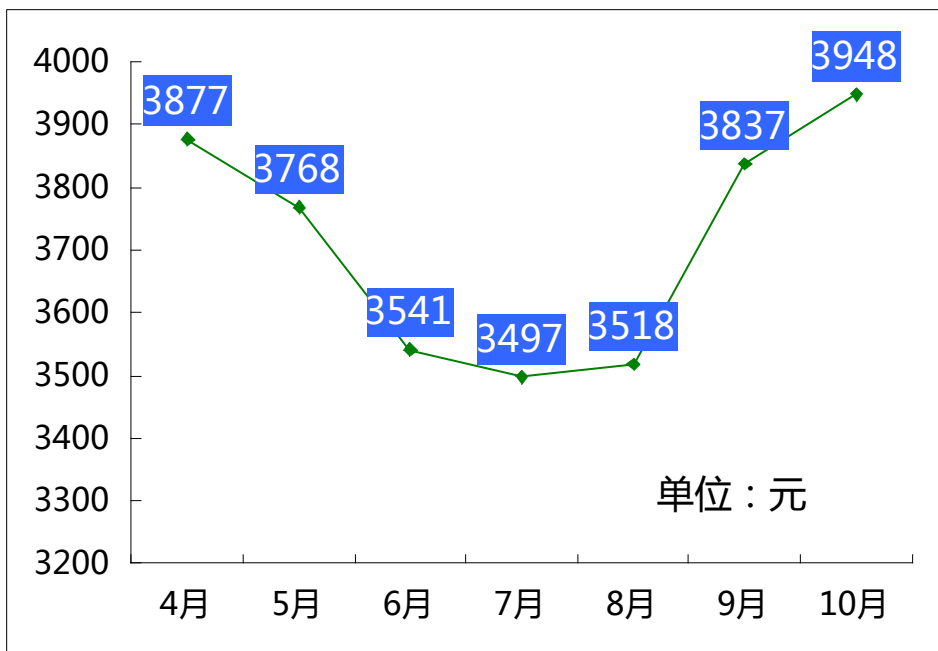
电视平台化 显示性能与个性化功能两向角逐



非4K屏幕价格变化微弱 整机价格持续偏低

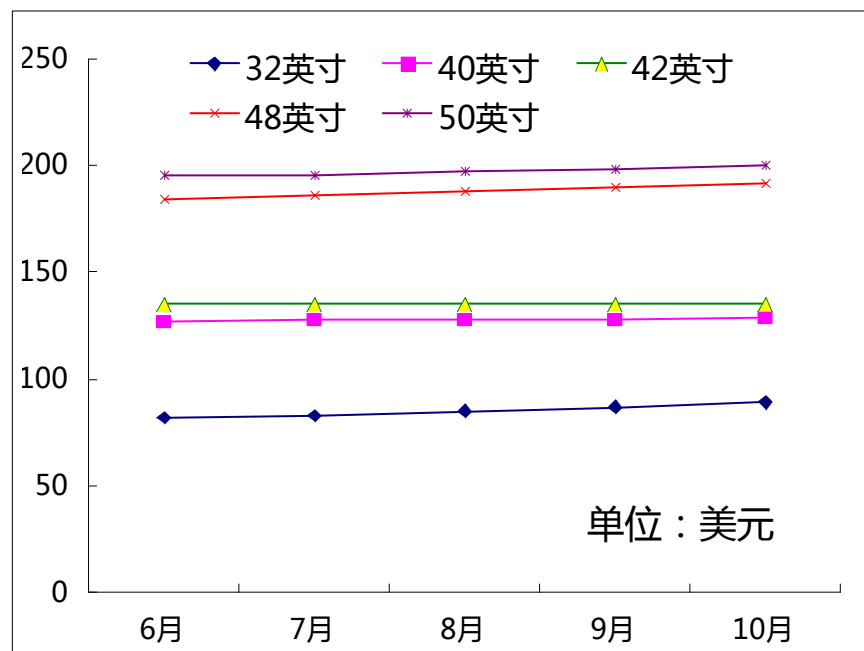
彩电制造企业为追求市场份额，降低整机产品单价，彩电市场均价仍受销售季节影响较大。

2014年彩电整体市场均价走势



数据来源：中怡康

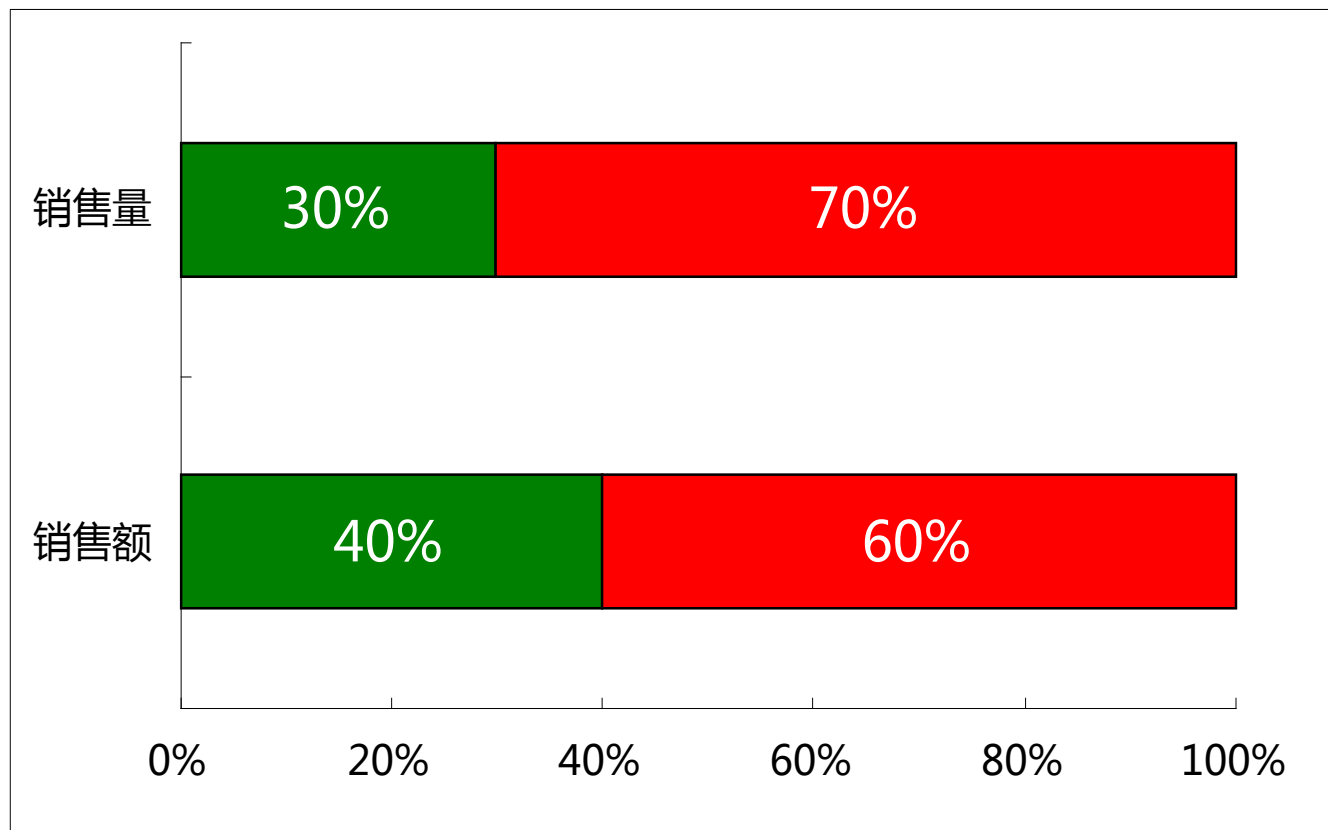
部分尺寸面板价格走势



数据来源：DisplaySearch

中、外品牌格局稳定 线上增长有望为外资品牌仿效扩张带来机会

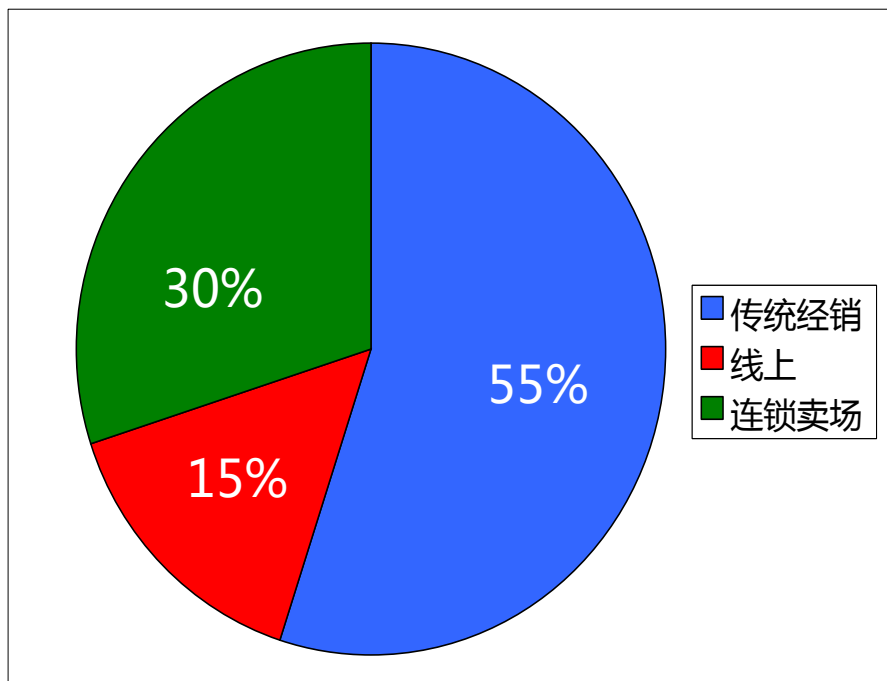
一直以来，国产品牌在三四级市场渠道的优势明显，最近几年，随着网购平台覆盖区域持续扩大，并向需求更多的三四级市场下沉，为外资品牌产品销售下探带来契机。



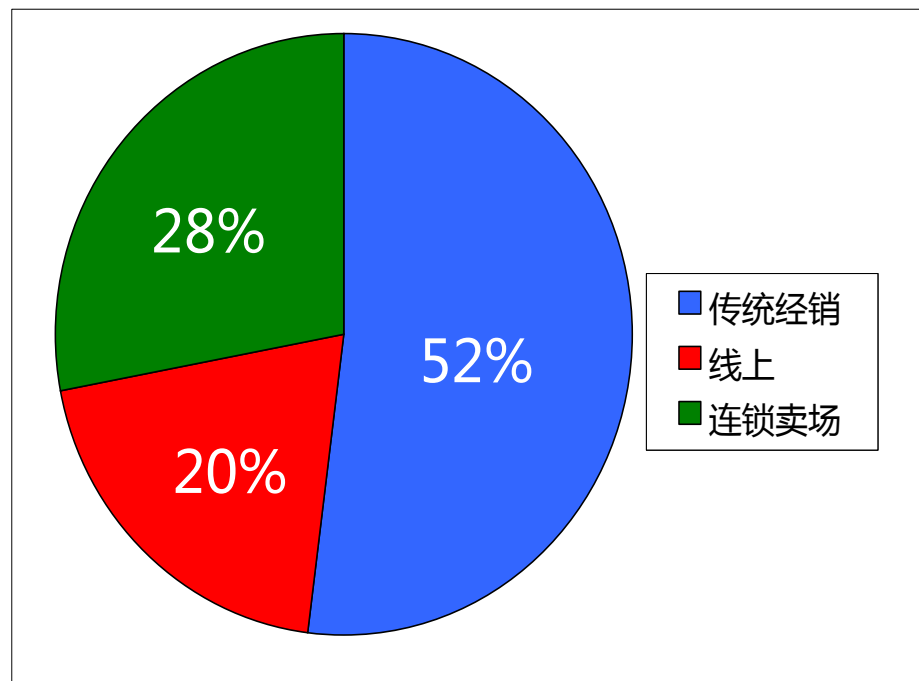
中外品牌销量与销售额比重

平板消费渠道三分天下 几成定局

2014年



2015年



平板电视不同渠道销量对比

展望

一、我国平板电视市场同样处于调整期，根据上游供应链、企业产品品类的多样化等数据来看，14年平板电视市场的整体下滑，不足以对彩电市场产生较大影响，未来几年，平板电视市场需求将保持平稳。

二、现阶段，3D、4K、曲面、OLED、激光影院等电视技术涌现，更有曲面电视、超薄OLED、激光影院等显示技术的商品化发展。国内平板电视品类全面升级，未来多种高端技术的集成、以及大尺寸电视的流行，势必对消费者观影产生翻天覆地的变化。

2015年，线上销售将持续上扬，彩电制造企业需把握机会！

我们共同推动中国平板电视消费市场发展

Thank You!

中国电子商会消费电子产品调查办公室

联系电话：010-58220356/8 13901239991

传 真：010-58220359

邮 箱：lurb_drc@126.com

联系地址：北京市朝阳区曙光西里甲1号第三置业A座2207-2208