

# 2015-2020年中国会议电视 行业市场监测及趋势分析报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2015-2020年中国会议电视行业市场监测及趋势分析报告》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.bosidata.com/dianqi1502/613827CJFA.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2024-12-23

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

报告目录：

第一章 2014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、2011-2014年中国会议电视产品行业产量统计	29
二、2011-2014年中国会议电视产品行业需求量走势	31
三、2011-2014年中国会议电视产品行业进出口分析	32
四、2011-2014年中国行业整体供需状况	32
第二章 2013-2014年当前经济形势对行业发展环境的影响	34
第一节 2013-2014年中国会议电视产品行业经济环境展望	34
一、2014年中国国民经济分析	34
二、2014年中国固定资产投资情况分析	35
三、2014年中国恩格尔系数分析	37
四、2015-2020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 2010-2014年中国会议电视产品行业数据情报跟踪监测	54
第一节 2009-2014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 2014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 2009-2014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、出口交货值分析	61
第四节 2009-2014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 2009-2014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 2015-2020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 2015-2020年华北地区会议电视产品市场需求状况	67
一、2014年行业发展现状分析	67
二、2014年市场规模情况分析	68
三、2014年市场需求情况	68
四、2015-2020年会议电视产品行业趋势预测分析	69
第二节 2015-2020年东北地区会议电视产品市场规模研究	70
一、2014年会议电视产品行业发展现状	70
二、2014年市场规模情况分析	70
三、2014年市场需求情况	71
四、2015-2020年会议电视产品行业趋势预测分析	72
第三节 2015-2020年华东地区会议电视产品行业前景展望	73

- 一、2014年会议电视产品行业发展回顾 73
- 二、2014年市场规模情况分析 73
- 三、2014年市场需求情况 74
- 四、2015-2020年会议电视产品行业趋势预测分析 75
- 第四节2015-2020年华南地区会议电视产品行业现状分析 76
  - 一、2014年会议电视产品行业发展局势分析 76
  - 二、2014年市场规模情况分析 76
  - 三、2014年市场需求格局 77
  - 四、2015-2020年会议电视产品行业趋势预测分析 78
- 第五节2015-2020年华中地区会议电视产品行业发展潜力分析 78
  - 一、2014年会议电视产品行业发展情况 78
  - 二、2014年市场规模研究 79
  - 三、2014年市场需求情况 80
  - 四、2015-2020年会议电视产品行业趋势预测分析 81
- 第六节2015-2020年西南地区会议电视产品市场规模预测 81
  - 一、2014年会议电视产品行业发展形势 81
  - 二、2014年市场规模情况 82
  - 三、2014年行业现状分析 83
  - 四、2015-2020年会议电视产品行业趋势预测分析 84
- 第七节2015-2020年西北地区会议电视产品行业发展预测 85
  - 一、2014年会议电视产品行业发展现状分析 85
  - 二、2014年市场规模情况分析 85
  - 三、2014年会议电视产品行业市场需求状况 86
  - 四、2015-2020年会议电视产品行业趋势预测分析 87
- 第五章 2010-2014年中国会议电视产品行业成本费用统计分析 88
  - 第一节2010-2014年会议电视产品行业产品销售成本分析 88
    - 一、2010-2014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2010-2014年会议电视产品行业营业费用分析 90
    - 一、2010-2014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2010-2014年会议电视产品行业管理费用分析	92
一、2010-2014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2010-2014年会议电视产品行业财务费用分析	94
一、2010-2014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2014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 2014年中国会议电视产品行业需求用户调研结果 132

### 第一节 2014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 2014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 2014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 2014年会议电视产品行业其它用户特征分析 138

## 第九章 2014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 2014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2014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2014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2015-2020年中国会议电视产品行业市场竞争趋势预测	146
第十章2014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 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020年中国会议电视产品行业市场规模预测	188
第三节 2015-2020年中国会议电视产品行业盈利水平分析	189
第四节 2015-2020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 2015-2020年中国会议电视产品总体机会专家评价	196
第十二章 2015-2020年中国会议电视产品行业前景展望及对策分析	198
第一节 2015-2020年中国会议电视产品行业趋势预测展望	198
一、会议电视产品行业市场趋势预测分析	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“十二五”规划解读	200
第二节 2015-2020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 2015-2020年中国会议电视产品产业未来发展预测及投资前景	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行业前景调研	205
第三节 中国会议电视产品产业投资前景	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 2015-2020年中国会议电视产品行业投资前景策略探讨	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 投资前景研究解析	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
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前景控制策略	221
一、行业投资前景控制及策略研究	221
二、建立健全投资前景预警机制	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(降低投资前景的可能性)	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、注重生产现场管理，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 2009-2014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 2009-2014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&mdash;2014年II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&mdash;2014年1-6月下图未显示6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6月&mdash;2014年6月社会消费品零售总额月度同比增长率（%） 41
- 图表 8 2014年6月居民消费价格主要数据 42
- 图表 9 2004年6月&mdash;2014年6月居民消费价格指数（上年同月=100） 44
- 图表 10 2009-2014年我国会议电视产品行业规模企业个数 54
- 图表 11 2009-2014年我国会议电视产品行业从业人员 54
- 图表 12 2009-2014年我国会议电视产品行业资产合计及增长情况 55
- 图表 13 2009-2014年我国会议电视产品行业资产合计及增长对比 55
- 图表 14 2013-2014年6月我国会议电视产品行业不同规模企业数量对比 56
- 图表 15 2013-2014年6月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 2013-2014年6月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 2013-2014年6月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 2009-2014年我国会议电视产品行业产成品及增长情况 59
- 图表 19 2009-2014年我国会议电视产品行业产成品及增长对比 59
- 图表 20 2009-2014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 2009-2014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 2009-2014年我国会议电视产品行业出口交货值及增长情况 61

图表 23 2009-2014年我国会议电视产品行业出口交货值及增长对比 61

图表 24 2009-2014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 2009-2014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 2009-2014年我国会议电视产品行业营业费用及增长情况 63

图表 27 2009-2014年我国会议电视产品行业营业费用及增长对比 63

图表 28 2009-2014年我国会议电视产品行业利润总额及增长情况 64

图表 29 2009-2014年我国会议电视产品行业利润总额及增长对比 64

图表 30 2009-2014年我国会议电视产品行业销售收入及增长情况 65

图表 31 2009-2014年我国会议电视产品行业销售收入及增长对比 65

图表 32 2012-2014年华北地区会议电视产品行业盈利能力对比图 67

图表 33 2009-2014年华北地区会议电视产品行业销售收入及增长情况 68

图表 34 2012-2014年华北地区会议电视产品行业营运能力对比图 68

图表 35 2012-2014年东北地区会议电视产品行业盈利能力对比图 70

图表 36 2009-2014年东北地区会议电视产品行业销售收入及增长情况 70

图表 37 2012-2014年东北地区会议电视产品行业营运能力对比图 71

图表 38 2012-2014年华东地区会议电视产品行业盈利能力对比图 73

图表 39 2009-2014年华东地区会议电视产品行业销售收入及增长情况 74

图表 40 2012-2014年华东地区会议电视产品行业营运能力对比图 74

图表 41 2012-2014年华南地区会议电视产品行业盈利能力对比图 76

图表 42 2009-2014年华南地区会议电视产品行业销售收入及增长情况 76

图表 43 2012-2014年华南地区会议电视产品行业营运能力对比图 77

图表 44 2012-2014年华中地区会议电视产品行业盈利能力对比图 79

图表 45 2009-2014年华中地区会议电视产品行业销售收入及增长情况 79

图表 46 2012-2014年华中地区会议电视产品行业营运能力对比图 80

图表 47 2012-2014年西南地区会议电视产品行业盈利能力对比图 82

图表 48 2009-2014年西南地区会议电视产品行业销售收入及增长情况 82

图表 49 2012-2014年西南地区会议电视产品行业营运能力对比图 83

图表 50 2012-2014年西北地区会议电视产品行业盈利能力对比图 85

图表 51 2009-2014年西北地区会议电视产品行业销售收入及增长情况 85

图表 52 2012-2014年西北地区会议电视产品行业营运能力对比图 86

图表 53 2009-2014年我国会议电视产品行业主营业务成本及增长情况 88

图表 54 2009-2014年我国会议电视产品行业主营业务成本及增长对比 88

图表 55 2013-2014年6月我国会议电视产品行业不同规模企业主营业务成本占比 89

图表 56 2013-2014年6月我国会议电视产品行业不同所有制企业主营业务成本占比 90

图表 57 2009-2014年我国会议电视产品行业营业费用及增长情况 90

图表 58 2009-2014年我国会议电视产品行业营业费用及增长对比 91

图表 59 2013-2014年6月我国会议电视产品行业不同规模企业营业费用占比 91

图表 60 2013-2014年6月我国会议电视产品行业不同所有制企业营业费用占比 92

图表 61 2009-2014年我国会议电视产品行业管理费用及增长情况 92

图表 62 2009-2014年我国会议电视产品行业管理费用及增长对比 93

图表 63 2013-2014年6月我国会议电视产品行业不同规模企业管理费用占比 93

图表 64 2013-2014年6月我国会议电视产品行业不同所有制企业管理费用占比 94

图表 65 2009-2014年我国会议电视产品行业财务费用及增长情况 94

图表 66 2009-2014年我国会议电视产品行业财务费用及增长对比 95

图表 67 2013-2014年6月我国会议电视产品行业不同规模企业财务费用占比 95

图表 68 2013-2014年6月我国会议电视产品行业不同所有制企业财务费用占比 96

图表 69 会议电视产品企业对付竞争者降价的程序 107

图表 70 会议电视产品销售策略 109

图表 71 视频会议产业格局竞争力分析呈安防跨界专业厂商一边倒的现象 114

图表 72 不同收入用户需求特点 133

图表 73 不同年龄用户需求特点 133

图表 74 不同地区用户需求特点 134

图表 75 不同学历用户需求特点 134

图表 76 会议电视软件常用功能列表 134

图表 77 消费者对会议电视产品品牌认知度调查 138

图表 78 2013-2014年6月我国会议电视产品行业不同所有制企业销售收入对比 141

图表 79 2013-2014年6月我国会议电视产品行业不同规模企业销售收入对比 141

图表 80 会议电视市场三大细分领域分布 147

图表 81 近3年华为技术有限公司销售毛利率变化情况 151

图表 82 近3年华为技术有限公司资产负债率变化情况 153

图表 83 近3年华为技术有限公司产权比率变化情况 153

图表 84 近3年华为技术有限公司固定资产周转次数情况 154

图表 85 近3年华为技术有限公司流动资产周转次数变化情况 155

图表 86 近3年华为技术有限公司总资产周转次数变化情况 156

图表 87 近3年朗新科技股份有限公司销售毛利率变化情况 159

图表 88 近3年朗新科技股份有限公司资产负债率变化情况 161

图表 89 近3年朗新科技股份有限公司产权比率变化情况 161

图表 90 近3年朗新科技股份有限公司固定资产周转次数情况 162

图表 91 近3年朗新科技股份有限公司流动资产周转次数变化情况 163

图表 92 近3年朗新科技股份有限公司总资产周转次数变化情况 164

图表 93 近3年沈阳金海洲数码有限公司销售毛利率变化情况 166

图表 94 近3年沈阳金海洲数码有限公司资产负债率变化情况 167

图表 95 近3年沈阳金海洲数码有限公司产权比率变化情况 168

图表 96 近3年沈阳金海洲数码有限公司固定资产周转次数情况 169

图表 97 近3年沈阳金海洲数码有限公司流动资产周转次数变化情况 170

图表 98 近3年沈阳金海洲数码有限公司总资产周转次数变化情况 171

图表 99 近3年朗景信息技术有限公司销售毛利率变化情况 173

图表 100 近3年朗景信息技术有限公司资产负债率变化情况 174

图表 101 近3年朗景信息技术有限公司产权比率变化情况 175

图表 102 近3年朗景信息技术有限公司固定资产周转次数情况 176

图表 103 近3年朗景信息技术有限公司流动资产周转次数变化情况 177

图表 104 近3年朗景信息技术有限公司总资产周转次数变化情况 178

图表 105 近3年厦门音视频会议系统工程有限公司销售毛利率变化情况 180

图表 106 近3年厦门音视频会议系统工程有限公司资产负债率变化情况 181

图表 107 近3年厦门音视频会议系统工程有限公司产权比率变化情况 182

图表 108 近3年厦门音视频会议系统工程有限公司固定资产周转次数情况 183

图表 109 近3年厦门音视频会议系统工程有限公司流动资产周转次数变化情况 184

图表 110 近3年厦门音视频会议系统工程有限公司总资产周转次数变化情况 185

图表 111 2015-2020年我国会议电视产品行业销售收入预测图 188

图表 112 2015-2020年我国会议电视产品行业利润总额预测图 190

图表 113 会议电视产品项目投资注意事项图 194

图表 114 2015-2020年会议电视产品行业投资方向预测 209

图表 115 会议电视产品行业生产开发策略 215

详细请访问：<http://www.bosidata.com/dianqi1502/613827CJFA.html>