

2010-2013年中国投影机行业 市场动态及投资前景咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2010-2013年中国投影机行业市场动态及投资前景咨询报告》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.cction.com/report/200911/30642.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

【 报告 前言 】

中国投影机市场自2000年至今，一直保持良好的发展势头，教育、商务仍是中国投影机市场需求的两大主要方向，并且教育市场正在壮大，成为投影机最大的市场。目前，教育投影机约占整个市场份额的55%，而商用投影机则占据约35%左右的市场份额。酒吧、KTV、家用市场等受到使用习惯和使用环境的制约，仅占约10%的份额。

由于2008年收到金融危机影响，制造行业利润增长率略有下降，但随着国内外经济的逐步好转以及国内规模经济带来成本逐年下降，金安名邦专家预计未来五年中国投影设备制造行业的利润前景还是十分客观的。具体预测结果如下：

在未来几年，行业用户依然是投影机市场的重点，也是各大厂商和渠道商竞争的焦点。在零售市场，在未来几年内，中国投影机消费市场将进入培育期，投影机还不能代替电视进入平常百姓的家庭，中小企业用户和高端娱乐消费用户仍将是消费市场的主力军。在销售形式方面，体验销售将逐渐取代现有的销售形式。随着技术的发展，LCD技术的市场份额将逐步缩小，掌握LCD技术的品牌将会受到一些影响，而采用DLP技术的品牌将取得更大的市场份额。

【 报告 目录 】

第一节2008-2009年全球投影机发展态势点评 14

一、全高清产品售价跌破万元 14

二、重点出击教育采购领域 14

三、结盟重量级IT分销商 14

第二节2008-2009年全球投影机市场发展现状分析 15

一、市场规模与增长 15

二、新技术应用 17

三、世界主要国家与地区发展情况分析 18

第三节 2010-2013年国际投影机行业发展趋势分析 19

第二章 2008-2009年中国投影机行业发展环境分析 21

第一节2008-2009年中国投影机政策环境分析 21

一、投影机标准分析 21

二、相关行业政策分析 21

三、进出口政策分析 27

第二节2008-2009年中国宏观经济环境分析 29

一、中国GDP分析 29

二、城乡居民家庭人均可支配收入 31

三、恩格尔系数 33

四、人民币汇率分析 35

第三节 2008-2009年中国投影机行业发展社会环境分析 37

第三章 2008-2009年中国投影机行业发展形势解析 40

第一节2009投影机：政策导向大产业转型之年 40

一、整体市场乐观细分行业受关注 40

二、战略调整展开价格战触底 41

三、差异化是重点新技术值得期待 42

第二节 金融危机下，投影机市场的理性回归 42

一、硬件产品要过硬 42

二、软件服务要提升 43

第四章2009年第2季度投影机市场品牌竞争格局调研 46

第一节 2009年第2季度投影机市场发展观点与概述 46

一、经济政策层面 46

二、厂商层面 46

三、市场渠道层面 46

第二节 2009年投影机整体市场品牌及价格结构格局分析 46

一、整体综述 46

二、多点细分 47

第三节2009年投影机整体市场重点品牌策略分析 48

一、索尼 48

二、三洋 51

三、明基 53

第五章 2008-2009年中国投影机行业整体市场调查研究 56

第一节 2008-2009年中国投影机行业市场概况 56

一、销量增长迅速，销售额增长趋缓 56

二、产品研发和技术逐步完善	56
三、低价投影机呈现高速发展态势	57
四、投影机商用市场日渐成为关注热点	57
五、家用娱乐市场成为2007年新的增长点	57
第二节2008-2009年中国投影机市场销售状况分析	57
一、中国内地投影机市场增长速度仍高于全球投影机市场	57
二、商战一触即发	57
三、商务用户对投影机的应用需求迅速增加	58
四、市场因用户需求而改变	61
第三节2008-2009年中国投影机销售渠道的变化分析	62
一、渠道的覆盖面变化最为明显	62
二、商务投影机的销售渠道日趋扁平化	63
三、教育集中化提高难度加大	63
四、专业分销和专卖店开始出现	63
五、家用投影还需要培育	64

第六章 2008-2009年中国投影机细分市场调查分析 65

第一节 LCD投影机 65

- 一、LCD投影机发展概况 65
- 二、LCD投影机市场运行分析 66
- 三、影响LCD投影机发展的因素分析 69

第二节 DLP投影机 70

- 一、DLP投影机发展走势分析 70
- 二、DLP投影机特点分析 71
- 三、DLP投影机的行业化细分趋势 72

第三节 LCD投影机与DLP投影机的差别分析 74

第七章2008-2009年中国投影机行业市场消费者深度调查 81

第一节2008-2009年中国投影机消费者关注焦点分析 81

- 一、品牌倾向 81
- 二、产品功能 82
- 三、价格期望 84

五、服务体验 86

第二节2008-2009年中国消费者关注呈现以下特点 87

一、品牌关注度相对分散 87

二、领先的十多家品牌按关注度多寡形成四个梯队 87

三、经济发展水平相对较高的华南、华北、华东三个区域消费者关注比例也高 87

四、用户消费心态更加成熟 88

第八章2008-2009年中国投影机行业市场竞争格局分析 89

第一节2008-2009年中国投影机产品及价格竞争分析 89

一、新品及其特点 89

二、主要产品及其价格分析（08年价格战回顾） 91

三、政策有利引领工程投影机走进战国时代 92

第二节2008-2009年中国零售渠道经营状况分析 95

一、投影机传统渠道 95

二、商务投影机市场大增 95

三、网店正在成为投影机传统渠道的有力挑战者 96

第三节2008-2009年中国投影机促销竞争分析 97

一、平面硬广告竞争分析 97

二、未来市场崛起的品牌竞争分 99

三、主要品牌市场活动分析 101

第四节2008-2009年中国投影机服务状况竞争分析 103

一、服务状况比较分析 103

二、主要品牌服务状况的优劣势分析 103

第九章2008-2009年中国投影机主要企业竞争力与关键性数据分析 108

第一节 昆山扬皓光电有限公司 108

一、公司简介 108

二、公司主要经营数据指标分析 108

三、公司竞争力分析 111

四、公司未来战略分析 111

第二节 上海科拓光学仪器有限公司 112

一、企业销售收入及盈利水平分析 112

二、企业资产及负债情况分析	113
三、企业成本费用情况	114
第三节 芜湖维德视频设备有限公司	115
一、公司简介	115
二、公司主要经营数据指标分析	115
三、公司竞争力分析	119
四、公司未来战略分析	119
第四节 临邑县宇影光学仪器有限公司	119
一、公司简介	120
二、公司主要经营数据指标分析	120
三、公司竞争力分析	123
四、公司未来战略分析	123
第五节 深圳思达影视设备有限公司	124
一、公司简介	124
二、公司主要经营数据指标分析	124
三、公司竞争力分析	127
四、公司未来战略分析	127
第六节 苏州明基光电技术有限公司	128
一、企业销售收入及盈利水平分析	128
二、企业资产及负债情况分析	129
三、企业成本费用情况	130
第七节 日立数字映像（中国）有限公司	131
一、公司简介	131
二、公司主要经营数据指标分析	132
三、公司竞争力分析	135
四、公司未来战略分析	135
第八节 西安宏源视讯设备有限责任公司	136
一、公司简介	136
二、公司主要经营数据指标分析	136
三、公司竞争力分析	140
四、公司未来战略分析	141
第九节 九江3T数字投影技术发展有限公司	141

- 一、公司简介 141
- 二、公司主要经营数据指标分析 141
- 三、公司竞争力分析 145
- 四、公司未来战略分析 145
- 第十节 东洋光学（深圳）有限公司 145
- 一、企业销售收入及盈利水平分析 146
- 二、企业资产及负债情况分析 147
- 三、企业成本费用情况 148

第十章 2008-2009年中国投影机下游需求行业需求运行走势分析 150

第一节 2008-2009年中国教育行业仍然是投影机最大的市场 150

- 一、招标状况分析 150
- 二、教育市场需求分析 153

第二节 2008-2009年中国商务领域对投影机的巨大需求已经显现 154

- 一、大量展示活动 154
- 二、技术培训 155
- 三、学术交流 155
- 四、会议演示 155

第三节 2008-2009年中国投影机在家庭中的应用将越来越广泛 156

- 一、主要厂商的动作、策略 156
- 二、产品性能对比分析 157
- 三、销售状况分析 162

第十一章 2010-2013年中国投影机行业发展趋势与前景预测 164

第一节 2010-2013年中国投影机行业发展趋势分析 164

- 一、投影机行业发展方向分析 164
- 二、投影机技术发展趋势分析 164
- 三、投影机价格走势分析 166

第二节 2010-2013年中国投影机市场发展预测分析 167

- 一、市场供给预测分析 167
- 二、市场需求趋势分析 168
- 三、进出口预测分析 169

第三节 2010-2013年中国投影机行业市场盈利预测分析 171

第十二章 2010-2013年中国投影机产业投资机会与风险分析 175

第一节 2010-2013年中国投影机产业投资环境分析 175

一、宏观经济预测分析 175

二、金融危机影响分析 176

第二节 2010-2013年中国投影机产业投资机会分析 181

第三节 2010-2013年中国投影机产业投资风险分析 182

一、市场竞争风险 182

二、政策风险 183

三、进入退出风险 184

第四节 专家投资建议 184

【图表目录】

图表 1 2003 - 2007年全球投影机市场销售统计表 14

图表 2 2003 - 2007年全球投影机市场销售及增长趋势图 14

图表 3 2003 - 2007年全球投影机市场销售额统计表 14

图表 4 2003 - 2007年全球投影机市场销售额及增长趋势图 15

图表 5 2003 - 2007年全球投影机市场平均价格统计表 15

图表 6 2003 - 2007年全球投影机市场平均价格及增长趋势图 15

图表 7 2003-2009年中国GDP总量及增长趋势图 29

图表 8 2008-2009年前三季各产业GDP总量对比图 29

图表 9 2006-2009年中国各季度GDP增长率统计表 30

图表 10 2008-2009年中国国内生产总值增速趋势图 30

图表 11 2003-2009年中国农村人均纯收入增长趋势图 30

图表 12 2003-2009年中国城镇居民可支配收入增长趋势图 31

图表 13 1978-2008年中国城乡居民人均收入增长对比图 31

图表 14 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表 32

图表 15 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数走势图 33

图表 16 2005年7月21日-2009年10月人民币兑美元汇率中间价 35

图表 17 2009年10月9日-2009年10月28日人民币汇率中间价对照表 35

图表 18 2007年彩色视频投影机进出口统计表 43

图表 19 2008年彩色视频投影机进出口统计表	43
图表 20 2007年黑白或其他单色视频投影机进出口数据表	43
图表 21 2008年黑白或其他单色视频投影机进出口数据表	44
图表 22 2007-2008年中国投影机进出口总体数据统计表	44
图表 23 2007-2008年中国投影机进出口单价对比表	44
图表 24 2009年1~10月投影机市场品牌关注比例对比图	45
图表 25 2009年1~10月投影机市场不同价格区间关注比例统计	46
图表 26 2009年1~10月索尼月度关注比例走势	47
图表 27 2009年1~10月索尼不同价格区间关注比例与数量比例对比	48
图表 28 2009年1~10月索尼不同价格区间单位产品贡献率统计	49
图表 29 2009年1~10月三洋月度关注比例走势	50
图表 30 2009年1~10月三洋不同价格区间关注比例	50
图表 31 2009年1~10月三洋不同价格区间单位产品贡献率统计	51
图表 32 2009年1~10月明基月度关注比例走势	52
图表 33 2009年1~10月明基不同价格区间关注比例与数量比例对比	52
图表 34 2009年1~10月明基不同价格区间单位产品贡献率统计	53
图表 35 2003-2008年中国投影机市场销量增长图	55
图表 36 投影机的双灯结构	71
图表 37 BARCO色彩分析系统	73
图表 38 2008机品牌关注份额	80
图表 39 2008-2009年度中国投影机价格段期望构成	83
图表 40 2008-2009年度中国消费者对投影机促销推广方式的评价	84
图表 41 2008-2009年度中国消费者对投影机服务体验的评价	85
图表 42 2008-2009年度领先的十多家品牌按关注度多寡形成四个梯队	86
图表 43 2009年9月中国投影机区域关注比例构成图	86
图表 44 2006年中国投影机硬广告投放月度变化	96
图表 45 2007年中国投影机硬广告投放月度变化	97
图表 46 2008年中国投影机硬广告投放月度变化	97
图表 47 2007-2008年昆山扬皓光电有限公司销售收入情况	107
图表 48 2007-2008年昆山扬皓光电有限公司盈利指标情况	107
图表 49 2007-2008年昆山扬皓光电有限公司盈利能力情况	108
图表 50 2007-2008年昆山扬皓光电有限公司资产运行指标状况	109

图表 51 2007-2008年昆山扬皓光电有限公司资产负债能力指标分析	109
图表 52 2007-2008年昆山扬皓光电有限公司成本费用构成情况	110
图表 53 2007-2008年上海科拓光学仪器有限公司销售收入情况	111
图表 54 2007-2008年上海科拓光学仪器有限公司盈利指标情况	111
图表 55 2007-2008年上海科拓光学仪器有限公司盈利能力情况	112
图表 56 2007-2008年上海科拓光学仪器有限公司资产运行指标状况	113
图表 57 2007-2008年上海科拓光学仪器有限公司资产负债能力指标分析	113
图表 58 2007-2008年上海科拓光学仪器有限公司成本费用构成情况	114
图表 59 2007-2008年芜湖维德视频设备有限公司销售收入情况	115
图表 60 2007-2008年芜湖维德视频设备有限公司盈利指标情况	115
图表 61 2007-2008年芜湖维德视频设备有限公司盈利能力情况	116
图表 62 2007-2008年芜湖维德视频设备有限公司资产运行指标状况	117
图表 63 2007-2008年芜湖维德视频设备有限公司资产负债能力指标分析	117
图表 64 2007-2008年芜湖维德视频设备有限公司成本费用构成情况	118
图表 65 2007-2008年临邑县宇影光学仪器有限公司销售收入情况	119
图表 66 2007-2008年临邑县宇影光学仪器有限公司盈利指标情况	119
图表 67 2007-2008年临邑县宇影光学仪器有限公司盈利能力情况	120
图表 68 2007-2008年临邑县宇影光学仪器有限公司资产运行指标状况	121
图表 69 2007-2008年临邑县宇影光学仪器有限公司资产负债能力指标分析	121
图表 70 2007-2008年临邑县宇影光学仪器有限公司成本费用构成情况	122
图表 71 2007-2008年深圳思达影视设备有限公司销售收入情况	123
图表 72 2007-2008年深圳思达影视设备有限公司盈利指标情况	124
图表 73 2007-2008年深圳思达影视设备有限公司盈利能力情况	124
图表 74 2007-2008年深圳思达影视设备有限公司资产运行指标状况	125
图表 75 2007-2008年深圳思达影视设备有限公司资产负债能力指标分析	125
图表 76 2007-2008年深圳思达影视设备有限公司成本费用构成情况	126
图表 77 2007-2008年苏州明基光电技术有限公司销售收入情况	127
图表 78 2007-2008年苏州明基光电技术有限公司盈利指标情况	127
图表 79 2007-2008年苏州明基光电技术有限公司盈利能力情况	128
图表 80 2007-2008年苏州明基光电技术有限公司资产运行指标状况	129
图表 81 2007-2008年苏州明基光电技术有限公司资产负债能力指标分析	129
图表 82 2007-2008年苏州明基光电技术有限公司成本费用构成情况	130

图表 83 2007-2008年日立数字映像（中国）有限公司销售收入情况 131

图表 84 2007-2008年日立数字映像（中国）有限公司盈利指标情况 131

图表 85 2007-2008年日立数字映像（中国）有限公司盈利能力情况 132

图表 86 2007-2008年日立数字映像（中国）有限公司资产运行指标状况 133

图表 87 2007-2008年日立数字映像（中国）有限公司资产负债能力指标分析 133

图表 88 2007-2008年日立数字映像（中国）有限公司成本费用构成情况 134

图表 89 2007-2008年西安宏源视讯设备有限责任公司销售收入情况 135

图表 90 2007-2008年西安宏源视讯设备有限责任公司盈利指标情况 136

图表 91 2007-2008年西安宏源视讯设备有限责任公司盈利能力情况 136

图表 92 2007-2008年西安宏源视讯设备有限责任公司资产运行指标状况 137

图表 93 2007-2008年西安宏源视讯设备有限责任公司资产负债能力指标分析 138

图表 94 2007-2008年西安宏源视讯设备有限责任公司成本费用构成情况 139

图表 95 2007-2008年九江3T数字投影技术发展有限公司销售收入情况 140

图表 96 2007-2008年九江3T数字投影技术发展有限公司盈利指标情况 141

图表 97 2007-2008年九江3T数字投影技术发展有限公司盈利能力情况 141

图表 98 2007-2008年九江3T数字投影技术发展有限公司资产运行指标状况 142

图表 99 2007-2008年九江3T数字投影技术发展有限公司资产负债能力指标分析 143

图表 100 2007-2008年九江3T数字投影技术发展有限公司成本费用构成情况 144

图表 101 2007-2008年东洋光学（深圳）有限公司销售收入情况 145

图表 102 2007-2008年东洋光学（深圳）有限公司盈利指标情况 145

图表 103 2007-2008年东洋光学（深圳）有限公司盈利能力情况 146

图表 104 2007-2008年东洋光学（深圳）有限公司资产运行指标状况 147

图表 105 2007-2008年东洋光学（深圳）有限公司资产负债能力指标分析 147

图表 106 2007-2008年东洋光学（深圳）有限公司成本费用构成情况 148

图表 107 中国投影机市场格局分布图 152

图表 108 2008年中国不同价位投影机销量比例分布表 165

图表 109 国内投影机市场近年销量统计表 166

图表 110 2009-2013年中国投影机销量及增长趋势预测图 166

图表 111 2009-2013年中国黑白或单色投影机出口数量及增长趋势预测图 168

图表 112 2009-2013年中国黑白或单色投影机进口数量及增长趋势预测图 169

图表 113 2009-2013年中国彩色投影机出口数量及增长趋势预测图 169

图表 114 2009-2013年中国彩色投影机进口数量及增长趋势预测图 170

图表 115 2005-2008年中国幻灯及投影设备制造行业利润总额及增长趋势图 171

图表 116 2006-2008年中国幻灯及投影设备制造行业总资产利润率变化图 171

图表 117 2005-2013年中国幻灯及投影设备制造行业利润及增长趋势预测图 172

图表 118 2005-2013年中国幻灯及投影设备制造行业总资产利润率增长趋势及预测图 173

图表 119 公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证 190

图表 120 公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书 191

图表 121 公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证 192

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200911/30642.html>