



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年中国投影仪市场专项调研及投资方向研究

一、调研说明

《2013-2017年中国投影仪市场专项调研及投资方向研究》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/223190.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

目前中国投影机市场大致可分为四部分商用、教育、大众娱乐、家用娱乐。考虑到中国家庭消费市场巨大的潜在需求量，家庭娱乐市场将是中国投影机市场未来重点发展的方向。但现阶段消费者接受程度低、产品价格偏高等因素尚待解决，投影机作为新兴的家电进入家庭还有很艰难的一段路要走。特别是制造企业对中国家庭投影机市场特征，消费者购买习惯了解程度颇低，为市场的开掘更增难度。家庭投影机处于市场导入期，消费者认知度低，市场缺乏引导。目前中国家庭投影机市场仅占整个投影市场份额的3%左右，较之日本、欧洲等国家的水平，还处在导入期，有较大的上升空间!中国的家庭视像娱乐依旧处在彩电独大的时代，虽然投影机完全有能力替代电视，为观众带来更大屏幕、更高画享受，但中国家庭传统的消费习惯还未对家庭影院型投影仪完全接受。

在中国，家用投影机的市场从来没有真正的兴起过。投影机一直被认作是小众产品,市场规模并不大。这其中的原因很多，有液晶电视的冲击，也有消费习惯的左右，总之，家用投影市场的增长一直很缓慢，要打破市场规模的瓶颈,势必需拓展细分市场,更要将市场深挖、做透。根据2012年的情况，全国的投影机销量为200万台左右，其中家用投影机的数量大约为5万台。

艾凯咨询集团报告网发布的《2013-2017年中国投影仪市场专项调研及投资方向研究》共十三章。在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、中国家用电器协会、中国产业研究报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料。

本投影仪行业报告，首先分析了国内外投影仪市场的发展，然后具体介绍了投影仪市场供需、市场营销及细分市场发展情况。随后，报告对投影仪行业区域发展、重点投影仪企业经营情况、行业竞争格局等进行了重点分析，最后分析了投影仪行业的发展趋势并提出投资建议。该报告数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对投影仪行业有个系统深入的了解、或者想投资投影仪行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录

第一章 投影仪行业概述

第一节 投影仪行业定义及分类

一、投影仪的定义

二、投影仪的分类

三、投影仪的发展历程

第二节 投影仪行业产业链分析

一、上游对投影仪设备行业的影响

1、液晶技术的发展及影响

2、数码技术的发展及影响

3、光学材料的发展及影响

4、荧光屏的发展及影响

5、成像元器件的发展及影响

二、下游对投影仪设备行业的影响

1、国际潮流的影响

2、商务及教学技术的发展

3、消费者的消费观念

第二章 宏观经济对投影仪行业影响分析

第一节 2011-2012年投影仪行业发展的经济环境

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2011-2012年宏观经济对行业的影响

一、国际环境对中国经济的影响

二、对投影仪行业的影响分析

1、原材料价格影响

2、企业用工环境

第三节 2011-2012年中国投影仪行业政策环境分析

一、行业相关政策及法规

二、行业生产标准

三、销售市场规范

第四节 2011-2012年中国投影仪行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第五节 2011-2012年中国投影仪行业技术环境分析

一、国际投影仪技术研发动向

二、国内外投影仪技术比较分析

第三章 全球投影仪行业发展现状及趋势分析

第一节 2011-2012年全球投影仪行业发展现状分析

一、全球投影仪行业发展历程分析

二、全球投影仪行业市场动态分析

三、世界投影仪市场需求分析

第二节 2011-2012年全球主要国家（地区）投影仪的市场状况

一、日本投影仪主要产品及市场分布

二、欧洲投影仪主要产品及市场分布

三、美国投影仪主要产品及市场分布

四、台湾投影仪主要产品及市场分布

第三节 2013-2017年世界投影仪市场发展趋势分析

一、全球投影仪行业产品趋势

二、全球投影仪行业设计趋势

三、投影仪市场需求变化趋势

第二部分 投影仪行业深入研究

第四章 2011-2012年中国投影仪行业发展现状

第一节 2011-2012年中国投影仪行业运行分析

一、中国投影仪市场概述

二、国内投影仪市场竞争状况

三、国内外投影仪产品优劣对比情况

第二节 投影仪行业发展历程

一、中国投影仪行业技术发展历程

二、投影仪行业经历的几个阶段

第三节 2011-2012年中国投影仪行业市场动态

一、国内投影仪品牌分析

二、我国投影仪设备价格动态

三、国产投影仪的市场竞争力分析

第四节 2011-2012年国内投影仪行业集中度分析

一、企业集中度分析

二、区域集中度分析

第五节 2011-2012年中国投影仪市场营销模式及趋势分析

一、投影仪行业营销模式分析

二、投影仪促销分析

三、投影仪行业营销趋势分析

第六节 2013-2017年中国投影仪行业发展趋势分析

一、中国投影仪行业应用趋势

二、中国投影仪行业设计趋势

三、中国投影仪行业技术趋势

四、中国投影仪行业产品趋势

五、中国投影仪行业服务趋势

第五章 中国投影仪行业产品市场需求与趋势分析

第一节 2011-2012年中国投影仪行业市场需求分析

一、投影仪行业市场容量

二、投影仪行业市场产品需求结构

三、投影仪行业市场区域结构

第二节 2011-2012年中国投影仪产品市场竞争趋势分析

一、产品市场发展情况

二、产品市场竞争分析

第三节 2011-2012年国内投影仪的产销分析

一、2011-2012年国内投影仪生产情况

二、2011-2012年国内投影仪销售情况

第六章 投影仪行业细分行业分析

第一节 CRT三枪投影仪

一、CRT三枪投影仪市场需求情况

二、CRT三枪投影仪市场发展趋势分析

第二节 LCD投影仪

一、LCD投影仪市场需求情况

二、LCD投影仪市场发展趋势分析

第三节 数码投影仪（DLP）

一、数码投影仪（DLP）市场需求情况

二、数码投影仪（DLP）市场发展趋势分析

第七章 投影仪租赁维修市场经营模式及趋势分析

第一节 2011-2012年投影仪行业租赁市场发展概述

第二节 2011-2012年投影仪行业租赁市场特点

第三节 2011-2012年教育会议中的设备租赁案例

第四节 2011-2012年制约投影仪租赁市场发展的因素

第五节 2011-2012年中国投影仪租赁市场发展趋势

第六节 2013-2017年中国投影仪维修市场发展前景分析

第八章 投影仪行业主要应用市场现状及趋势分析

第一节 家庭影院型

一、家庭影院型投影仪市场应用情况

二、家庭影院型投影仪市场发展前景分析

第二节 便携商务型投影仪

一、便携商务型投影仪市场应用情况

二、便携商务型投影仪应用案例分析

三、便携商务型投影仪市场发展前景分析

第三节 教育会议型投影仪

一、教育会议型投影仪市场应用情况

二、教育会议型投影仪应用案例分析

三、教育会议型投影仪市场发展前景分析

第四节 主流工程型投影仪

一、主流工程型投影仪市场应用情况

二、主流工程型投影仪市场发展趋势分析

三、主流工程型投影仪市场发展前景分析

第五节 专业剧院型投影仪

- 一、专业剧院型投影仪市场应用情况
- 二、专业剧院型投影仪市场发展趋势分析
- 三、专业剧院型投影仪市场发展前景分析

第六节 测量投影仪

- 一、测量投影仪市场应用情况
- 二、测量投影仪市场发展趋势分析
- 三、测量投影仪市场发展前景分析

第九章 中国投影仪行业市场营销分析

第一节 2011-2012年投影仪行业市场营销现状分析

- 一、投影仪行业市场营销概况
- 二、重点投影仪品牌市场营销分析
 - 1、佳能投影仪市场营销模式分析
 - 2、佳能投影仪市场营销优势分析
 - 3、爱普生投影仪市场营案例分析
- 三、投影仪行业市场营销存在问题

第二节 2011-2012年投影仪行业网络营销策略分析

- 一、投影仪行业网络营销渠道分析
 - 1、投影仪行业网络营销渠道结构
 - 2、投影仪行业网络营销渠道作用
- 二、投影仪行业网络营销影响因素
 - 1、未建立营销型网站
 - 2、网络推广无效
 - 3、转化能力欠缺
 - 4、缺乏效果评估
 - 5、存在人才瓶颈
- 三、投影仪行业网络营销体系设计
 - 1、营销型网站建设
 - 2、目标客户群体分析
 - 3、网络推广渠道选择
 - 4、网络营销推广方法研究

5、网络营销费用结构设计

6、网络营销监测方法设计

四、投影仪行业网络营销实施保障

1、建立网络营销体系配套制度

2、构建网络营销体系实施计划

第三节 2011-2012年投影仪行业整合营销策略分析

一、投影仪行业整合营销产品策略分析

1、应有核心产品且质量保证

2、投影仪产品需要品牌化

3、根据产品生命周期制定营销策略

二、投影仪行业整合营销价格策略分析

1、实行差异化竞争

2、与分销渠道结合制定价格

三、投影仪行业整合营销分销策略分析

1、投影仪间接分销分析

2、投影仪直接分销分析

第十章 投影仪主要品牌分析

第一节 佳能EPSON

一、佳能EPSON品牌知名度情况

二、佳能投影仪市场占有率情况

三、佳能投影仪价格情况

第二节 爱普生EPSON

二、爱普生EPSON品牌知名度情况

二、爱普生投影仪市场占有率情况

三、爱普生投影仪价格情况

第三节 方正FOUNDER

一、方正FOUNDER品牌知名度情况

二、方正投影仪市场占有率情况

三、方正投影仪价格情况

第四节 奥图码Optoma

一、奥图码Optoma品牌知名度情况

二、奥图码投影仪市场占有率情况

三、奥图码投影仪价格情况

第十一章 投影仪行业市场竞争现状及发展趋势

第一节 2011-2012年投影仪行业市场竞争现状分析

一、投影仪行业市场竞争参与者分析

1、同业竞争者

2、潜在竞争者

3、上游议价能力

4、下游议价能力

二、投影仪行业市场潜在竞争业务分析

三、投影仪行业市场竞争趋势分析

第二节 2011-2012年国内外投影仪市场竞争现状

一、2011-2012年全球投影仪市场竞争现状

二、2011-2012年国内投影仪市场竞争现状

三、2011-2012年国内投影仪细分市场动态

第三节 2011-2012年投影仪门店连锁运营模式探究

一、连锁加盟模式分析

二、连锁经营的SWOT分析

三、非加盟模式的对比分析

四、运营模式发展的趋势分析

第十二章 中国投影仪行业重点企业分析

第一节 北方光电科技股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2012年公司发展动态分析

第二节 福清福光光电科技有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013年公司发展战略分析

第三节 深圳安泉光学光电科技有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2012年公司发展动态分析

第四节 深圳市盈鹏光电有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2012年公司发展动态分析

第五节 深圳市玮裕光学镜片制品厂

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013年公司发展战略分析

第十三章 2011-2012年投影仪行业发展前景及投资建议

第一节 2011-2012年投影仪行业投资现状分析

第二节 2013-2017年投影仪行业投资前景预测

第三节 2013-2017年投影仪行业投资风险分析

一、政策风险分析

二、技术风险分析

三、竞争风险分析

四、其他风险分析

第四节 2013-2017年投影仪行业投资建议

一、投影仪行业主要投资建议

二、投影仪行业投资存在的问题

图表目录

图表：2011-2012年佳能EPSON投影仪市场占有率情况

图表：2011-2012年爱普生EPSON投影仪市场占有率情况

图表：2011-2012年方正FOUNDER投影仪市场占有率情况

图表：2011-2012年奥图码Optoma投影仪市场占有率情况

图表：2011-2012年光学镜头产量情况

图表：2011-2012年光学镜头产量地区分布

图表：2011-2012年光学镜头产量产品分布

图表：2011-2012年佳能EPSON投影仪销售量情况

图表：2011-2012年爱普生EPSON投影仪销售量情况

图表：2011-2012年方正FOUNDER投影仪销售量情况

图表：2011-2012年奥图码Optoma投影仪销售量情况

图表：2011-2012年投影仪产量情况

图表：2011-2012年投影仪销售量情况

图表：2011-2012年投影仪进出口情况

图表：2011-2012年佳能EPSON投影仪市场关注度

图表：2011-2012年爱普生EPSON投影仪市场关注度

图表：2011-2012年方正FOUNDER投影仪市场关注度

图表：2011-2012年奥图码Optoma投影仪市场关注度

图表：2010-2012年北方光电科技股份有限公司资产负债能力分析

图表：2010-2012年北方光电科技股份有限公司成长能力指标分析

图表：2010-2012年北方光电科技股份有限公司运营能力指标分析

图表：2010-2012年北方光电科技股份有限公司利润指标分析

图表：2010-2012年北方光电科技股份有限公司每股指标分析

图表：2010-2012年北方光电科技股份有限公司盈利能力指标分析

图表：2010-2012年北方光电科技股份有限公司盈利指标分析

图表：2010-2012年北方光电科技股份有限公司财务风险指标分析

图表：2011-2012年投影仪市场规模与增长

图表：2013-2017年投影仪市场需求规模预测

图表：2013-2017年投影仪市场产值预测

略……

通过《2013-2017年中国投影仪市场专项调研及投资方向研究》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科

学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/223190.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。