



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国3D市场监测 及市场运行态势报告

一、调研说明

《2016-2022年中国3D市场监测及市场运行态势报告》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/279172.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

3D是three-dimensional的缩写，在计算机里显示3d图形，就是说在平面里显示三维图形。不像现实世界里，真实的三维空间，有真实的距离空间。计算机里只是看起来很像真实世界，因此在计算机显示的3d图形，就是让人眼看上去就像真的一样。人眼有一个特性就是近大远小，就会形成立体感。计算机屏幕是平面二维的，之所以能欣赏到真如实物般的三维图像，是因为显示在计算机屏幕上时色彩灰度的不同而使人眼产生视觉上的错觉，而将二维的计算机屏幕感知为三维图像。基于色彩学的有关知识，三维物体边缘的凸出部分一般显高亮度色，而凹下去的部分由于受光线的遮挡而显暗色。这一认识被广泛应用于网页或其他应用中对按钮、3d线条的绘制。比如要绘制的3d文字，即在原始位置显示高亮度颜色，而在左下或右上等位置用低亮度颜色勾勒出其轮廓，这样在视觉上便会产生3d文字的效果。具体实现时，可用完全一样的字体在不同的位置分别绘制两个不同颜色的2d文字，只要使两个文字的坐标合适，就完全可以在视觉上产生出不同效果的3d文字。

3D立体电影的制作有多种形式，其中较为广泛采用的是偏光眼镜法。它以人眼观察景物的方法，利用两台并列安置的电影摄影机，分别代表人的左、右眼，同步拍摄出两条略带水平视差的电影画面。放映时，将两条电影影片分别装入左、右电影放映机，并在放映镜头前分别装置两个偏振轴互成90度的偏振镜。两台放映机需同步运转，同时将画面投放在金属银幕上，形成左像右像双影。当观众戴上特制的偏光眼镜时，由于左、右两片偏光镜的偏振轴互相垂直，并与放映镜头前的偏振轴相一致；致使观众的左眼只能看到左像、右眼只能看到右像，通过双眼汇聚功能将左、右像叠和在视网膜上，由大脑神经产生三维立体的视觉效果。展现出一幅幅连贯的立体画面，使观众感到景物扑面而来、或进入银幕深凹处，能产生强烈的"身临其境"感。

国际上是以3D电影来表示立体电影。人的视觉之所以能分辨远近，是靠两只眼睛的差距。人的两眼分开约5公分，两只眼睛除了瞄准正前方以外，看任何一样东西，两眼的角度都不会相同。虽然差距很小，但经视网膜传到大脑里，脑子就用这微小的差距，产生远近的深度，从而产生立体感。一只眼睛虽然能看到物体，但对物体远近的距离却不易分辨。根据这一原理，如果把同一景像，用两只眼睛视角的差距制造出两个影像，然后让两只眼睛一边一个，各看到自己一边的影像，透过视网膜就可以使大脑产生景深的立体感了。各式各样的立体演示技术，也多是运用这一原理，我们称其为"偏光原理"。 3D技术原理图

3D技术是推进工业化与信息化"两化"融合的发动机，是促进产业升级和自主创新的推动力，是工业界与文化创意产业广泛应用的基础性、战略性工具技术，嵌入到了现代工业与文化

创意产业的整个流程，包括工业设计、工程设计、模具设计、数控编程、仿真分析、虚拟现实、展览展示、影视动漫、地产宣传片、3D立体画、电子楼书、教育训练等，是各国争夺行业至高点的竞争焦点。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第1章 全球3D产业发展背景分析 15

1.1 3D产业相关术语定义 15

1.2 目前主流3D技术分析 16

1.3 3D产业链结构分析 17

1.3.1 3D产业链结构分析 17

经过多年的快速发展与广泛应用，当前3D技术得到了显著的成熟与普及；一个以3D取代2D、“立体”取代“平面”、“虚拟”模拟“现实”的3D浪潮正在各个领域迅猛掀起。

随着3D技术的应用普及，已经与不同行业结合，产生了大量新兴产业。有面向影视动画、动漫、游戏等视觉表现类的文化艺术类产品的开发和制作，有面向汽车、飞机、家电、家具等实物物质产品的设计和生产，也有面向人与环境交互的虚拟现实的仿真和模拟等。具体讲包括：3D软件行业、3D硬件行业、数字娱乐行业、制造业、建筑业、虚拟现实、地理信息GIS、3D互联网等等。 3D产业结构图

1.3.2 3D内容制造商发展分析 17

1.3.3 3D设备生产商发展分析 18

1.4 3D产业发展环境分析 18

1.4.1 3D产业发展政策环境分析 18

1.4.2 3D产业发展经济环境分析 19

1.4.3 3D产业发展社会环境分析 24

1.4.4 3D产业发展技术环境分析 30

(1) 行业专利申请数分析 30

(2) 行业专利申请人分析 32

1.5 全球3D产业发展概况 34 全球3D市场规模预测

3D打印市场规模增长较稳，从1993年至2012年的19年间，年均增速为17.7%。3D打印产业包括上游的打印材料、中游的打印设备、相关外设及其设计软件，以及下游的打印终端产品和工业设计服务等。 1993-2015年全球3D打印市场规模预测：亿美元

1.6 美国3D产业发展分析 35

1.6.1 美国3D产业技术研发现状分析 35

1.6.2 美国3D产业细分市场格局 36

(1) 3D电影市场分析 36

(2) 3D电视市场分析 37

(3) 3D打印市场分析 37

1.6.3 美国3D产业发展前景分析 37

1.7 日本3D产业发展分析 38

1.7.1 日本3D产业技术研发现状分析 38

1.7.2 日本3D产业细分市场格局 39

1.7.3 日本3D产业发展前景分析 39

1.8 韩国3D产业发展分析 40

1.8.1 韩国3D产业技术研发现状分析 40

1.8.2 韩国3D产业细分市场格局 41

1.8.3 韩国3D产业发展前景分析 42

1.9 中国3D产业发展分析 42

1.9.1 中国3D产业技术研发现状分析 42

(1) 中国3D技术犹如未解密码 43

(2) 中国3D技术的恶性循环 43

(3) 影视制作软件的正版化与中文界面化 43

(4) 我国3D的培训与教学不容乐观 44

1.9.2 中国3D产业细分市场格局 44

(1) 电视方面 44

(2) 电影方面 44

(3) 商业应用方面 45

(4) 商业影视 45

1.9.3 中国3D产业发展前景分析 45

(1) 发展动态 45

(2) 细分市场发展前景 46

(3) 3D打印机市场前景分析 46

2012年中国3D打印市场规模约为10亿元，2013年实现翻番，达到20亿元左右。2014年国内3D打印市场规模约为47.4亿元，再次实现翻倍式增长。同时值得指出的是，IPSOS14年的预测低于实际市场规模，中国3D打印的市场规模也不断超预期。国内3D打印市场规模及预测（亿元）

预计2014~2020年中国3D打印市场规模的年均复合增长率中值在40%左右，超过同期全球市场规模增速，且不断超出原预期。即在2015年全国市场规模有望达到78.8亿元。而中国3D打印市场的规模将保持30%以上的较高增速，有望在2019年达到200亿元。到2020年，中国3D打印市场规模大概率在286.9亿元到440.5亿元之间。所以中国3D打印虽然起步晚，技术相对落后，但拥有全球最大的3D打印潜在市场，未来几年3D打印市场规模增速将高于全球水平。

第2章 全球3D电影市场格局 48

2.1 3D电影发展概况分析 48

2.1.1 3D电影发展历程分析 48

2.1.2 3D电影的制作方式分析 49

(1) 直接拍摄3D 49

(2) 2D转3D 50

2.1.3 全球3D电影市场发展概况 51

(1) 欧美3D电影市场 51

(2) 新兴国家3D电影市场 51

2.2 3D电影主流技术和放映系统分析 51

2.2.1 3D电影主流技术分析 51

(1) 分光技术分析 52

(2) 分色技术分析 53

- (3) 开光眼镜技术分析 54
- 2.2.2 主流3D放映系统分析 55
 - (1) RealD 3D系统分析 55
 - (2) XpanD 3D系统分析 55
 - (3) Dolby 3D系统分析 55
 - (4) IMAX 3D系统分析 56
- 2.3 3D电影拍摄及票房分析 56
 - 2.3.1 3D电影拍摄成本分析 56
 - 2.3.2 3D电影拍摄数量分析 56
 - (1) 现状分析 57
 - (2) 未来趋势分析 57
 - 2.3.3 3D电影票房分析 57
 - (1) 全球3D电影票房分析 57
 - (2) 主要3D电影票房收入分析 58
 - (3) 中国3D电影票房分析 59
- 2.4 3D银幕投资建设分析 60
 - 2.4.1 全球3D银幕投资建设分析 60
 - 2.4.2 中国3D银幕投资建设分析 60
- 2.5 3D电影制作技术服务商经营分析 62
 - 2.5.1 卡梅隆-佩斯集团中国总部经营分析 62
 - (1) 企业发展简况分析 62
 - (2) 企业3D电影制作实力分析 62
 - (3) 企业3D电影制作设备分析 63
 - (4) 企业3D电影制作成功案例分析 63
 - (5) 企业3D电影业务经营状况分析 63
 - (6) 企业3D电影业务经营优劣势分析 63
 - 2.5.2 北京蓝深科创科技有限公司经营分析 64
 - (1) 企业发展简况分析 64
 - (2) 企业3D电影制作实力分析 64
 - (3) 企业3D电影制作设备分析 64
 - (4) 企业3D电影业务经营状况分析 64
 - (5) 企业3D电影业务经营优劣势分析 64

2.5.3 天津福丰达影视科技投资发展有限公司经营分析 65

- (1) 企业发展简况分析 65
- (2) 企业3D电影制作实力分析 65
- (3) 企业3D电影制作设备分析 65
- (4) 企业3D电影业务经营状况分析 67
- (5) 企业3D电影业务经营优劣势分析 67

2.5.4 创图视维科技有限公司经营分析 67

- (1) 企业发展简况分析 67
- (2) 企业3D电影制作实力分析 68
- (3) 企业3D电影制作设备分析 68
- (4) 企业3D电影制作成功案例分析 68
- (5) 企业3D电影业务经营状况分析 68
- (6) 企业3D电影业务经营优劣势分析 69

第3章 全球3D电视市场格局 70

3.1 3D电视产业链分析 70

- 3.1.1 3D电视产业链结构分析 70
- 3.1.2 3D内容制作设备提供商分析 70
- 3.1.3 3D内容制造环节分析 71
- 3.1.4 有线网络运营环节分析 71

3.2 3D电视市场供需分析 72

- 3.2.1 3D电视出货量分析 72
- 3.2.2 3D电视市场价格分析 73
- 3.2.3 3D电视市场渗透率分析 74

3.3 3D电视频道开通情况分析 75

- 3.3.1 国外3D电视频道开通情况分析 75
- 3.3.2 国内3D电视频道开通情况分析 76

3.4 3D电视生产商竞争分析 77

- 3.4.1 3D电视生产商竞争格局分析 77
- 3.4.2 Samsung经营分析 77
 - (1) 企业发展简况分析 78
 - (2) 企业3D电视研发实力分析 78

- (3) 企业3D电视产品分析 79
- (4) 企业3D电视业务经营状况分析 80
- (5) 企业在中国市场的投资布局分析 81
- (6) 企业3D电视业务最新发展动向 81
- 3.4.3 LG经营分析 82
 - (1) 企业发展简况分析 82
 - (2) 企业3D电视研发实力分析 82
 - (3) 企业3D电视产品分析 82
 - (4) 企业3D电视业务经营状况分析 83
 - (5) 企业在中国市场的投资布局分析 83
 - (6) 企业3D电视业务最新发展动向 83
- 3.4.4 Sony经营分析 84
 - (1) 企业发展简况分析 84
 - (2) 企业3D电视研发实力分析 84
 - (3) 企业3D电视产品分析 85
 - (4) 企业3D电视业务经营状况分析 85
 - (5) 企业在中国市场的投资布局分析 85
 - (6) 企业3D电视业务最新发展动向 86
- 3.4.5 Panasonic经营分析 86
 - (1) 企业发展简况分析 86
 - (2) 企业3D电视研发实力分析 86
 - (3) 企业3D电视产品分析 87
 - (4) 企业在中国市场的发展历程分析 87
 - (5) 企业3D电视业务最新发展动向 88
- 3.4.6 Sharp经营分析 88
 - (1) 企业发展简况分析 88
 - (2) 企业3D电视研发实力分析 89
 - (3) 企业3D电视产品分析 89
 - (4) 企业3D电视业务经营状况分析 90
 - (5) 企业在中国市场的投资布局分析 91
 - (6) 企业3D电视业务最新发展动向 91
- 3.5 3D电视普及过程分析 92

- 3.5.1 3D电视普及路线分析 92
- 3.5.2 3D电视普及障碍因素分析 92
 - (1) 内容缺乏 92
 - (2) 标准不成熟 92
- 3.6 中国3D电视发展分析 93
 - 3.6.1 中国3D电视发展现状分析 93
 - (1) 技术研发现状分析 93
 - (2) 产业应用现状分析 93
 - 3.6.2 中国3D电视产业发展战略建议 93
 - (1) 中国3D电视产业发展中存在的问题分析 93
 - (2) 中国3D电视产业发展战略建议 96
- 3.7 中国领先3D电视生产商经营分析 98
 - 3.7.1 TCL集团经营分析 98
 - (1) 企业发展简况分析 99
 - (2) 企业3D电视研发实力分析 99
 - (3) 企业3D电视产品分析 99
 - (4) 企业3D电视业务经营状况分析 101
 - (5) 企业3D电视业务投资兼并分析 101
 - (6) 企业3D电视业务最新发展动向 101
 - 3.7.2 四川长虹经营分析 102
 - (1) 企业发展简况分析 102
 - (2) 企业3D电视研发实力分析 102
 - (3) 企业3D电视产品分析 102
 - (4) 企业3D电视业务经营状况分析 103
 - (5) 企业3D电视业务投资兼并分析 103
 - 3.7.3 创维集团经营分析 104
 - (1) 企业发展简况分析 104
 - (2) 企业3D电视研发实力分析 104
 - (3) 企业3D电视产品分析 105
 - (4) 企业3D电视业务经营状况分析 105
 - (5) 企业3D电视业务最新动向 105
 - 3.7.4 康佳集团经营分析 106

- (1) 企业发展简况分析 106
- (2) 企业3D电视研发实力分析 106
- (3) 企业3D电视产品分析 107
- (4) 企业3D电视业务经营状况分析 108
- (5) 企业3D电视业务最新发展动向 109
- 3.7.5 海信电器经营分析 109
 - (1) 企业发展简况分析 109
 - (2) 企业3D电视研发实力分析 109
 - (3) 企业3D电视产品分析 110
 - (4) 企业3D电视业务经营状况分析 111
 - (5) 企业3D电视业务投资兼并分析 111
 - (6) 企业3D电视业务最新发展动向 111
- 3.7.6 青岛海尔经营分析 112
 - (1) 企业发展简况分析 112
 - (2) 企业3D电视研发实力分析 112
 - (3) 企业3D电视产品分析 113
 - (4) 企业3D电视业务经营状况分析 114

第4章 全球3D打印市场格局 116

- 4.1 3D打印技术分析 116
 - 4.1.1 3D打印与传统打印机比较分析 116
 - 4.1.2 3D打印关键技术分析 116
 - (1) 信息技术 116
 - (2) 精密机械 116
 - (3) 材料科学 117
 - 4.1.3 3D打印加工过程分析 117
 - (1) 数据获取 117
 - (2) 数据处理及加工 118
 - (3) 3D制造和后期应用 119
 - 4.1.4 当前3D打印技术分析 120
 - 4.1.5 3D打印技术的突破方向分析 121
- 4.2 3D打印原材料分析 123

- 4.2.1 目前可使用的3D打印材料分析 123
- 4.2.2 3D打印市场扩大对材料需求的影响分析 124
- 4.3 3D打印机生产商竞争分析 124
 - 4.3.1 3D打印机生产商竞争格局分析 124
 - 4.3.2 Stratasys经营分析 125
 - (1) 企业发展简况分析 125
 - (2) 企业研发实力分析 126
 - (3) 企业3D打印机产品分析 127
 - (4) 企业经营业绩分析 129
 - (5) 企业投资兼并分析 130
 - (6) 企业经营优劣势分析 130
 - 4.3.3 3D Systems经营分析 131
 - (1) 企业发展简况分析 131
 - (2) 企业研发实力分析 131
 - (3) 企业3D打印机产品分析 132
 - (4) 企业3D打印机产品应用分析 132
 - (5) 企业经营业绩分析 137
 - (6) 企业投资兼并分析 137
 - (7) 企业经营优劣势分析 138
 - 4.3.4 Makerbot经营分析 138
 - (1) 企业发展简况分析 138
 - (2) 企业3D打印机产品分析 139
 - (3) 企业经营业绩分析 139
 - (4) 企业投资兼并分析 140
 - (5) 企业经营优劣势分析 140
 - 4.3.5 Shapeways经营分析 140
 - (1) 企业发展简况分析 140
 - (2) 企业3D打印服务分析 140
 - (3) 企业经营业绩分析 141
 - (4) 企业商业模式分析 141
 - (5) 企业多轮融资分析 141
 - (6) 企业经营优劣势分析 142

- 4.4 3D打印应用领域分析 142
 - 4.4.1 3D打印在工业制造领域的应用分析 142
 - 4.4.2 3D打印在文化创意、数码娱乐领域的应用分析 143
 - 4.4.3 3D打印在航空航天、国防军工领域的应用分析 144
 - 4.4.4 3D打印在生物医疗领域的应用分析 145
 - 4.4.5 3D打印在消费品领域的应用分析 146
 - 4.4.6 3D打印在建筑工程领域的应用分析 147
 - 4.4.7 3D打印在教育领域的应用分析 148
 - 4.4.8 3D打印在个性化定制领域的应用分析 148
- 4.5 3D打印普及过程分析 148
 - 4.5.1 3D打印普及核心要素分析 148
 - 4.5.2 3D打印普及阶段分析 149
 - 4.5.3 3D打印个人应用普及分析 149
- 4.6 3D打印市场规模分析 150
 - 4.6.1 全球3D打印市场规模分析 150
 - 4.6.2 中国3D打印市场规模分析 150
- 4.7 中国3D打印产业发展分析 151
 - 4.7.1 中国发展3D打印产业的战略意义分析 151
 - 4.7.2 中国3D打印产业发展现状分析 152
 - (1) 技术研发现状分析 152
 - (2) 产业应用现状分析 152
 - 4.7.3 中国3D打印产业发展战略建议 153
 - (1) 中国3D打印产业发展中存在的问题分析 153
 - (2) 中国3D打印产业发展战略建议 154
- 4.8 中国3D打印领先企业经营分析 155
 - 4.8.1 北京殷华激光快速成形与模具技术有限公司经营分析 155
 - (1) 企业发展简况分析 155
 - (2) 企业研发实力分析 155
 - (3) 企业3D打印产品及服务分析 156
 - (4) 企业成功应用案例分析 156
 - (5) 企业经营优劣势分析 157
 - 4.8.2 陕西恒通智能机器有限公司经营分析 157

- (1) 企业发展简况分析 157
- (2) 企业研发实力分析 157
- (3) 企业3D打印产品及服务分析 158
- (4) 企业成功应用案例分析 163
- (5) 企业经营优劣势分析 164
- (6) 企业最新发展动向分析 164
- 4.8.3 武汉滨湖机电技术产业有限公司经营分析 165
 - (1) 企业发展简况分析 165
 - (2) 企业研发实力分析 165
 - (3) 企业3D打印产品及服务分析 165
 - (4) 企业经营优劣势分析 174
- 4.8.4 南京紫金立德电子有限公司经营分析 174
 - (1) 企业发展简况分析 174
 - (2) 企业研发实力分析 175
 - (3) 企业3D打印产品及服务分析 175
 - (4) 企业成功应用案例分析 175
 - (5) 企业经营优劣势分析 176
 - (6) 企业最新发展动向分析 177

第5章 其他3D产业细分市场格局 178

- 5.1 3D眼镜市场格局 178
 - 5.1.1 3D眼镜种类分析 178
 - 5.1.2 3D眼镜行业标准现状分析 178
 - 5.1.3 3D眼镜市场需求分析 179
 - 5.1.4 3D眼镜销售渠道分析 179
 - 5.1.5 3D眼镜生产商竞争分析 180
 - (1) 3D眼镜行业竞争格局分析 180
 - (2) 领先3D眼镜生产商分析 180
 - 5.1.6 3D眼镜发展前景分析 180
- 5.2 3D游戏市场格局 181
 - 5.2.1 3D游戏介绍 181
 - 5.2.2 3D游戏代表作分析 181

- 5.2.3 3D游戏市场需求分析 182
- 5.2.4 3D游戏厂商竞争分析 182
 - (1) 3D游戏市场监测分析 182
 - (2) 领先3D游戏厂商分析 182
- 5.2.5 3D游戏发展前景分析 184
- 5.3 3D数码市场格局 185
 - 5.3.1 3D数码产品分析 185
 - 5.3.2 3D数码市场需求分析 185
 - 5.3.3 3D数码主要研发企业分析 185
 - 5.3.4 3D数码发展前景分析 186
- 5.4 3D存储及传输市场格局 186
 - 5.4.1 3D存储设备分析 186
 - 5.4.2 3D信号传输方式分析 187
 - 5.4.3 3D存储及传输主要研发企业分析 188
 - 5.4.4 存储及传输前景分析 188
- 5.5 3D广告市场格局 188
 - 5.5.1 3D报纸广告实践及效果分析 188
 - 5.5.2 3D公交站台广告实践及效果分析 189
 - 5.5.3 3D电视广告实践及效果分析 189
 - 5.5.4 3D户外投影广告实践及效果分析 190
 - 5.5.5 3D广告发展前景分析 190

第6章 全球3D产业市场态势分析与前景分析 191

- 6.1 3D产业发展趋势分析 191
 - 6.1.1 发展速度加快 191
 - 6.1.2 产业格局更趋显性 191
 - 6.1.3 产业链的纵横方向整合 191
 - 6.1.4 以产业标准为主导 192
 - 6.1.5 公众行业应用领域加快 192
 - 6.1.6 内容制作技术和显示技术成为关键 192
 - 6.1.7 存储和传输技术的发展提供技术动力 192
 - 6.1.8 综合应用及整体解决方案成为焦点 192

6.2 索尼3D产业链布局分析	193
6.2.1 索尼发展3D产业背景分析	193
6.2.2 索尼全球战略重组分析	193
6.2.3 索尼3D产业布局分析	194
6.2.4 索尼3D产业运营状况分析	195
6.2.5 索尼在3D领域的优势分析	196
6.3 3D产业发展前景预测	196
6.3.1 3D产业发展驱动因素分析	196
6.3.2 3D产业发展障碍因素分析	197
6.3.3 3D产业发展前景预测	198
6.4 3D产业投资兼并分析	198
6.4.1 国际3D产业投资兼并案例分析	198
6.4.2 国内3D产业投资兼并案例分析	199
6.4.3 全球3D产业投资热点分析	199

图表目录：

图表1 3D产业相关名词解释	15
图表2 目前主流3D技术介绍	16
图表3 3D产业链结构	17
图表4 我国3D产业发展相关政策及规划	18
图表5 2013-2015年中国国内生产总值同比增长速度（单位 亿元，%）	20
图表6 2013-2015年规模以上工业企业实现利润总额及增长情况（单位 万亿元，%）	21
图表7 2013-2015年中国全部工业增加值及其增速（单位 亿元，%）	22
图表8 2013-2015年中国规模以上工业增加值同比增长速度（单位 %）	23
图表9 2013-2015年我国社会消费品零售总额及增长情况（单位 万亿元，%）	24
图表10 2013-2015年城镇居民可支配收入（单位 元）	25
图表11 2013-2015年农村居民人均纯收入（单位 元）	25
图表12 2012-2015年社会消费品零售总额增长情况（单位 %）	27
图表13 2014-2015年社会消费结构明细（单位 亿元，%）	27
图表14 2013-2015年社会消费品零售总额分月同比增长速度（单位 %）	28
图表15 2014-2015年9月社会消费品零售总额主要数据（单位 亿元，%）	29
图表16 1996-2015年10月3D产业相关专利申请数量变化图（单位 个）	31

图表17 | 1996-2015年10月3D产业相关专利公开数量变化图（单位|个） 31

图表18 | 2002-2015年3D产业相关专利申请人构成图（单位|个） 32

图表19 | 美国3D产业技术研发现状分析 35

图表20 | 美国科研人员研究使用仿造的月球岩石制造可供3D打印机使用的材料 35

图表21 | 美国3D电视发展分析 37

图表22 | 日本主要企业3D技术研发实力分析 38

图表23 | 日本3D产业细分市场格局 39

图表24 | 韩国主要企业3D技术研发实力分析 40

图表25 | 韩国3D产业综合技术路线图 41

图表26 | 韩国3D细分产品分析 41

图表27 | 2014-2015年来中国3D产业发展动态 45

图表28 | 中国3D产业发展前景分析 46

图表29 | 3D电影发展历程分析 48

图表30 | Pace Fusion 3D数字摄影机示意图 49

图表31 | 自然光和偏振光示意图 52

图表32 | 杜比3D系统的滤光轮示意图 53

图表33 | 2014-2015年全球主要地区3D电影拍摄数量（单位|部） 57

图表34 | 2011-2015年全球3D电影票房收入（单位|亿美元） 58

图表35 | 2014-2015年全球电影票房收入TOP20（单位|亿美元） 58

图表36 | 2013-2015年中国电影院3D银幕数增长情况（单位|块，%） 60

图表37 | 2014-2015年中国IMAX影厅城市分布（单位|%） 61

图表38 | 卡梅隆-佩斯集团中国总部经营优劣势分析 63

图表39 | 北京蓝深科创科技有限公司经营优劣势分析 65

图表40 | 天津福丰达影视科技投资发展有限公司裸眼3D立体拼屏特点分析 66

图表41 | 天津福丰达影视科技投资发展有限公司经营优劣势分析 67

图表42 | 创图视维科技有限公司经营优劣势分析 69

图表43 | 3D电视产业链结构简图 70

图表44 | 2016-2022年中国|高清机顶盒销售额预测（单位|百万美元，千个） 72

图表45 | 2011-2015年全球3D电视出货量走势（单位|万台） 72

图表46 | 2011-2015年全球平板电视出货量走势（单位|万台） 73

图表47 | 2016-2022年3D电视终端价格预测（单位|美元） 74

图表48 | 3D电视与非3D电视平均价格差（单位|元） 74

图表49 | 2014-2015年全球分地区3D电视渗透率（单位|%） 75

图表50 | 全球3D电视频道开通情况 75

图表51 | 2016-2022年中国3D频道数目预测（单位|个） 77

图表52 | 全球主要3D电视厂商的市场份额（单位|%） 77

图表53 | Samsung基本信息表 78

图表54 | Samsung主要经济数据统计（单位|十亿美元，千人） 78

图表55 | Samsung 3D电视产品统计表 79

图表56 | 2015年6月中国3D液晶电视市场品牌关注度（单位|%） 80

图表57 | LG基本信息表 82

图表58 | LG 3D电视产品统计表 82

图表59 | Sony基本信息表 84

图表60 | 截至2014-2015年9月30日Sony的2012财年第二季度财务数据（单位|十亿日元） 84

图表61 | Sony 3D电视产品统计表 85

图表62 | Panasonic 3D电视产品统计表 87

图表63 | Panasonic在中国市场的发展历程 87

图表64 | Sharp基本信息表 88

图表65 | Sharp拥有专利情况表（单位|件） 89

图表66 | Sharp 3D电视产品统计表 89

图表67 | 2013年6月中国3D液晶电视市场品牌关注度（单位|%） 90

图表68 | 2014-2015年第44周3D平板电视品牌销量排行榜（单位|%，元） 91

图表69 | 3D电视普及路线 92

图表70 | TCL集团基本信息表 99

图表71 | TCL集团人员构成（单位|%） 99

图表72 | TCL集团3D电视产品统计表 100

图表73 | 2015年1-6月TCL集团LCD电视机销售情况（单位|万台，%） 101

图表74 | 四川长虹基本信息表 102

图表75 | 四川长虹人员构成（单位|%） 102

图表76 | 四川长虹3D电视产品统计表 103

图表77 | 创维集团基本信息表 104

图表78 | 创维集团3D电视产品统计表 105

图表79 | 创维集团基本信息表 106

图表80 | 康佳集团人员构成（单位|%） 106

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/279172.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。