



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2005-2006年中国投影机市场研究年度报告

# 一、调研说明

《2005-2006年中国投影机市场研究年度报告》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/37703.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](mailto: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

### 【 描述 】

**报告推荐** “2005-2006年中国投影机市场研究年度报告”全面总结了2005年全球与中国投影机市场发展情况，通过翔实的数据和充分的论述，从多个角度揭示了中国投影机市场结构与供需关系特点，以及各大厂商在不同细分市场的竞争格局，并对主力厂商与成长性厂商的市场竞争力分别进行了综合评价。2005年，中国投影机市场保持繁荣态势，市场销量与销售额均实现了快速增长。行业市场中，教育采购和政府采购仍然是投影机销售市场上的主要方式，占据了整个投影机市场销量的大半份额。家庭投影机虽然不论从销量和销售额上都还很小，但是每年的增长比例是最大的，同时潜力也是最大的。在地域上，随着西部大开发等一系列措施的逐步推进，中、西部等地区的销量也有显著提高。试图将那些被宏观的信息数据所淹没的投影机厂商带到深入细致的分析和理性判断之上。在历时12个月，走访数十个投影机厂商和经销商的基础上，从全球投影机产品市场现状、中国投影机产品市场规模与特征、主力厂商点评、中国投影机产品用户需求分析、中国投影机产品发展趋势分析与预测等方面进行了全面深入的调查与研究。以全方位多角度透视中国投影机厂商和用户的相应行为，系统把握厂商和用户关注重点的时候，或许我们距离该市场已经近了，很多机会也开始凸现出来。“2005-2006年中国投影机市场研究年度报告”正是基于上述目的帮助IT企业在数十亿规模的投影机市场中把握增长的机会。

**报告亮点** 通过对投影机市场全面的描述，奠定企业对于用户全局与细分把握的程度和基础；结合世界投影机发展的现状，凸显中国的机遇与问题，让厂商在总体上有一个宏观的把握；描绘中国投影机产品市场规模与特征、主力厂商点评、中国投影机产品用户需求分析、中国投影机产品发展趋势分析与预测等厂商重点关注的部分；介绍中国投影机市场的独特之处，为企业提供必要的参考。同时给出专业、视角独到的策略建议。

### 【 目录 】

#### 报告框架

#### 主要结论

- 一、2005年全球投影机产品市场现状
  - (一) 市场现状
    - 1、市场规模
    - 2、市场特点
  - (二) 主要国家和地区发展概要
    - 1、美国
    - 2、日本
    - 3、中国台湾

- 二、2005年中国投影机产品市场规模与特征 (一) 市场规模 1、总量规模与增长 2、各季度市场情况 (二) 产品结构 1、分辨率 2、亮度 3、技术类型 4、价格段 (三) 市场结构 1、垂直市场结构 2、平行市场结构 3、区域市场结构 4、销售渠道结构 (四) 品牌结构 1、整体市场品牌结构 2、垂直市场品牌结构 3、平行市场品牌结构 4、区域市场品牌结构 (五) 市场特征
- 三、2005年中国投影机市场主力厂商点评 (一) 东芝 1、总体评价 2、产品策略 3、价格策略 4、渠道策略 5、营销策略 6、服务策略 (二) 爱普生 (三) 明基 (四) NEC (五) 索尼
- 四、2005年中国投影机产品用户需求分析 (一) 品牌倾向 (二) 产品功能 (三) 价格期望 (四) 促销手段 (五) 采购渠道 (六) 服务需求
- 五、2006-2010年中国投影机产品市场发展趋势分析与预测 (一) 市场趋势分析 1、产品发展趋势 2、价格变化趋势 3、渠道发展趋势 4、服务发展趋势 (二) 市场规模预测 (三) 市场结构预测 1、产品结构 2、价格结构 3、区域市场结构 4、垂直市场结构 5、平行市场结构 6、销售渠道结构
- 六、市场发展策略建议 (一) 产品策略 (二) 价格策略 (三) 渠道策略 (四) 销售策略 (五) 服务策略 (六) 品牌策略

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37703.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](http://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提供投资咨询报告、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。