



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007—2008年中国激光测量 仪器行业发展趋势决策咨询及竞 争力调查市场分析及发展趋势研

一、调研说明

《2007—2008年中国激光测量仪器行业发展趋势决策咨询及竞争力调查市场分析及发展趋势研》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/37890.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

第一章 研究概述	-9-
第一节 研究背景	-9-
第二节 研究内容	-11-
第三节 研究方法	-12-
第四节 数据来源	-13-
第二章 世界激光测量仪器行业发展现状分析	-13-
第一节 世界激光测量仪器行业技术现状及发展趋势分析	-13-
一、全球激光测量技术应用现状	-13-
二、激光标线投线测量技术发展趋势	-15-
第二节 2005年-2010年行业产销规模分析及预测	-15-
第三节 2006—2007年全球激光测量仪器产业发展现状	-18-
一、全球激光测量仪器产出规模分析	-18-
二、全球激光测量仪器市场需求分析	-19-
三、全球激光测量仪器贸易分析	-20-
四、全球激光测量仪器市场竞争分析	-21-
五、全球激光测量仪器产业发展特征	-23-
六、全球激光测量仪器产业发展存在的问题	-25-
第四节 世界主要生产国分析	-25-
一、美国	-25-
二、德国	-26-
三、日本	-26-
第五节 中国在世界激光测量仪器行业中的综合竞争力分析	-27-
一、中国激光测量仪器产业已形成一批骨干企业	-27-
二、中国激光测量市场拥有后发优势	-28-
三、中国的激光投线仪光源有技术优势	-28-
四、中国激光测量设备操作简单	-28-
第三章 中国激光测量仪器行业相关技术发展趋势分析	-29-

一、新钢激光测量技术有进展	-29-
二、长征三号火箭首次采用激光惯性测量组合技术	-29-
第四章 中国激光测量仪器行业产销规模以及供需结构分析	-30-
第一节 中国激光测量仪器行业供需结构发展趋势以及影响因素分析	-30-
一、中国仪器科技的发展现状	-30-
二、中国激光测量仪器需求趋势	-30-
三、中国激光测量行业发展的影响因素	-31-
四、中国激光测量行业存在的问题	-32-
第二节 2005年-2010年中国激光测量仪器行业产销规模分析与预测	-33-
一、2005-2007年中国激光测量仪器行业产销规模分析	-33-
二、2005-2007年中国激光测量仪器行业产销规模预测	-33-
第三节 2005年-2007年中国激光测量仪器行业进出口分析	-34-
一、进出口总规模分析	-34-
二、产品结构分析	-35-
三、地区结构分析	-36-
第四节 中国激光测量仪器行业进出口影响因素分析	-36-
一、中国进入后WTO时代	-36-
二、产业结构调整	-36-
三、企业内部改革	-37-
四、人民币的升值降低了国内制造业的出口竞争力。	-37-
五、发展中国家是中国激光测量仪器的主要出口市场	-37-
第五章 中国激光测量仪器行业生产竞争格局分析	-38-
第一节 中国激光测量仪器行业生产规模集中度分析	-38-
第二节 中国激光测量仪器行业生产区域集中度分析	-39-
第三节 中国激光测量仪器行业市场品牌集中度分析	-40-
第六章 中国激光测量仪器行业细分区域市场分析	-42-
第一节 华东	-42-
一、华东地区激光测量仪器行业产业链分析	-42-
二、2007年华东地区激光测量仪器行业发展现状	-43-

三、2005-2010年华东地区激光测量仪器行业产销规模以及供需结构分析	-44-
四、2005-2007年华东地区激光测量仪器行业进出口规模以及趋势分析	-45-
第二节 华南	-46-
一、地区激光测量仪器行业产业链分析	-46-
二、2007年地区激光测量仪器行业发展现状	-48-
三、2005年-2010年地区激光测量仪器行业产销规模以及供需结构分析	-48-
第三节 东北	-50-
一、地区激光测量仪器行业产业链分析	-50-
二、2007年地区激光测量仪器行业发展现状	-51-
三、2005年-2010年地区激光测量仪器行业产销规模以及供需结构分析	-52-
第四节 华北	-54-
一、地区激光测量仪器行业产业链分析	-54-
二、2007年地区激光测量仪器行业发展现状	-55-
三、2005年-2010年地区激光测量仪器行业产销规模以及供需结构分析	-56-
第五节 华中	-57-
一、地区激光测量仪器行业产业链分析	-57-
二、2007年地区激光测量仪器行业发展现状	-58-
三、2005年-2010年地区激光测量仪器行业产销规模以及供需结构分析	-58-
第六节 西部	-60-
一、地区激光测量仪器行业产业链分析	-60-
二、2007年地区激光测量仪器行业发展现状	-61-
三、2005年-2010年地区激光测量仪器行业产销规模以及供需结构分析	-61-
第七章 国外激光测量仪器企业在中国发展分析	-63-
第一节 瑞士徕卡	-63-
一、全球核心竞争力分析	-63-
二、公司（中国）组织机构分析	-64-
三、在中国产业布局	-65-
四、在中国投资特点	-67-
五、在中国投资规模及收益	-67-
六、在中国投资产品结构	-68-
七、在中国投资趋势分析	-68-

第二节 美国光动公司	-69-
一、全球核心竞争力分析	-69-
二、在中国产业布局	-70-
三、在中国投资特点	-70-
四、在中国投资规模及收益	-71-
五、在中国投资产品结构	-71-
六、在中国投资趋势	-72-
第三节 日本拓普康	-72-
一、全球核心竞争力分析	-72-
二、公司（中国）组织机构分析	-72-
三、在中国产业布局	-73-
四、在中国投资规模及收益	-74-
五、在中国投资趋势	-75-
第四节 美国Coherent	-75-
一、公司在中国投资情况	-75-
二、在中国产品结构	-75-
三、公司在中国核心竞争力分析	-77-
四、公司在中国经营业绩数据分析	-77-
五、公司在中国发展趋势	-78-
第五节 德国Trumpf公司	-79-
一、公司在中国投资情况	-79-
二、公司在中国核心竞争力分析	-80-
三、公司在中国发展趋势	-81-
第八章 中国激光测量仪器行业重点企业分析	-83-
第一节 北京博飞	-83-
一、企业资本运营及组织结构	-83-
二、企业技术革新能力分析	-84-
三、产品结构	-86-
四、定价能力	-86-
五、市场营销网络及客户关系分析	-87-
六、联盟、并购和合资现状与趋势分析	-87-

七、总体发展战略规划及锦建议	-87-
第二节 天津欧波	-88-
一、企业资本运营及组织结构	-88-
二、企业产销规模及利润率分析	-89-
三、企业技术革新能力分析	-89-
四、产品结构	-89-
五、定价能力	-90-
六、市场营销网络及客户关系分析	-90-
七、联盟、并购和合资现状与趋势分析	-92-
八、总体发展战略规划及建议	-92-
第三节 常州大地	-92-
一、企业资本运营及组织结构	-92-
二、企业产销规模及利润率分析	-93-
三、企业技术革新能力分析	-93-
四、产品结构	-94-
五、定价能力	-94-
六、市场营销网络及客户关系分析	-94-
七、联盟、并购和合资现状与趋势分析	-95-
八、总体发展战略规划及建议	-95-
第四节 常州莱赛	-95-
一、企业资本运营及组织结构	-95-
二、企业产销规模及利润率分析	-95-
三、企业技术革新能力分析	-96-
四、产品结构	-96-
五、定价能力	-97-
六、市场营销网络及客户关系分析	-97-
七、联盟，并购和合资现状与趋势分析	-97-
八、总体发展战略规划以及汉鼎咨询建议	-97-
第五节 南京1002厂	-98-
一、企业资本运营及组织结构	-98-
二、生产与产能分析	-98-
三、企业技术革新能力分析	-98-

四、产品结构	-99-
五、定价能力	-99-
六、市场营销网络及客户关系分析	-99-
七、联盟、并购和合资现状与趋势分析	-99-
八、总体发展战略规划及建议	-99-
第六节 宾得	-100-
一、企业资本运营及组织结构	-100-
二、企业产销规模及利润率分析	-100-
三、企业技术革新能力分析	-101-
四、产品结构	-101-
五、定价能力	-103-
六、市场营销网络及客户关系分析	-103-
七、联盟、并购和合资现状与趋势分析	-104-
八、总体发展战略规划及建议	-104-
第七节 索佳	-104-
一、企业资本运营及组织结构	-104-
二、企业产销规模及利润率分析	-105-
三、企业技术革新能力分析	-106-
四、产品结构	-106-
五、定价能力	-106-
六、市场营销网络及客户关系分析	-107-
七、联盟、并购和合资现状与趋势分析	-107-
八、总体发展战略规划及建议	-108-
第八节 西安北方光电有限公司	-108-
一、企业资本运营及组织结构	-108-
二、企业产销规模及利润率分析	-109-
三、企业技术革新能力分析	-110-
四、产品结构	-111-
五、定价能力	-112-
六、市场营销网络及客户关系分析	-112-
七、联盟、并购和合资现状与趋势分析	-112-
八、总体发展战略规划及建议	-112-

第九节 西安赛朴林激光技术研究所 -113-

一、企业资本运营及组织结构 -113-

二、企业产销规模及利润率分析 -114-

三、产品结构 -114-

四、定价能力 -114-

五、市场营销网络及客户关系分析 -115-

六、联盟，并购和合资现状与趋势分析 -115-

七、总体发展战略规划及建议 -115-

第十节 苏州福田 -115-

一、企业资本运营及组织结构 -115-

二、企业产销规模及利润率分析 -116-

三、企业技术革新能力分析 -116-

四、产品结构 -116-

五、定价能力 -118-

六、市场营销网络及客户关系分析 -118-

七、总体发展战略规划及建议 -118-

第十一节 济南蓝动激光技术有限公司 -118-

一、企业资本运营及组织结构 -118-

二、企业产销规模及利润率分析 -119-

三、企业技术革新能力分析 -119-

四、市场营销网络及客户关系分析 -119-

五、联盟、并购和合资现状与趋势分析 -120-

六、总体发展战略规划及建议 -120-

第十二节 苏州一光仪器有限公司 -121-

一、企业资本运营及组织结构 -121-

二、企业产销规模及利润率分析 -121-

三、企业技术革新能力分析 -122-

四、产品结构 -122-

五、定价能力 -124-

六、市场营销网络及客户关系分析 -124-

七、联盟、并购和合资现状与趋势分析 -125-

八、总体发展战略规划及建议 -125-

第九章 中国激光测量仪器行业营销策略建议 -126-

第一节 不同客户群营销策略建议 -126-

第二节 不同产品营销策略建议 -128-

第三节 不同区域营销策略建议 -131-

第十章 中国激光测量仪器行业发展战略建议 -135-

第一节 机床工业的测量需求空间大 -135-

第二节 提高自主创新能力 -136-

第三节 加速引进国外的激光测量企业 -137-

图表目录索引

图表1：国内与国际企业激光仪器对比 - 9 -

图表2：瑞士徕卡TPS400系列全站仪报价 - 9 -

图表3：北京博飞激光建筑施工仪器系列产品报价 - 10 -

图表4：激光测量行业兼并重组报告研究内容 - 11 -

图表5：激光测量仪器行业报告研究方法 - 12 -

图表6：2004-2010年全球激光测量市场规模亿元 - 16 -

图表7：2004-2007年全球二极管激光器市场规模 - 17 -

图表8：2005-2007年全球高功率二极管产销规模 - 17 -

图表9：2004-2007年世界商用激光器市场规模10亿美元 - 18 -

图表10：2004-2007年全球光电子器件及相关产品的市场规模亿美元 - 19 -

图表11：2005-2007年全球非二极管销售额 - 22 -

图表12：2005-2007年全球激光基础市场研究市场规模 - 24 -

图表13：2004-2010年中国激光测量市场规模亿元 - 33 -

图表14：2004-2010年中国激光准直市场规模亿元 - 33 -

图表15：2005-2007年中国激光器（不包括激光二极管）进口统计 - 35 -

图表16：2005-2007年中国激光器（不包括激光二极管）出口统计 - 36 -

图表17：2004-2007年中国激光投线仪生产集中度（前四强企业占全国的比重） - 38 -

图表18：中国部分激光测量仪器生产企业 - 39 -

图表19：华东地区激光测量产业的部分企业 - 42 -

图表20：2005-2010年华东地区激光测量产销规模万元 - 44 -

图表21：华南地区激光测量产业分布	- 46 -
图表22：2005-2010年华南地区激光测量产销规模万元	- 48 -
图表23：2005-2010年东北地区激光测量产销规模万元	- 52 -
图表24：2005-2010年华北地区激光测量产销规模万元	- 56 -
图表25：2005-2010年华中地区激光测量产销规模万元	- 58 -
图表26：三大巨头占武汉地区激光产业总产值的比重	- 58 -
图表27：西安激光测量产业的企业	- 59 -
图表28：2005-2010年西部地区激光测量产销规模万元	- 62 -
图表29：瑞士徕卡核心竞争力分析	- 63 -
图表30：瑞士徕卡测量系统在华组织结构	- 64 -
图表31：美国光动公司核心竞争力分析	- 68 -
图表32：美国光动公司在华机构	- 70 -
图表33：拓普康在化机构	- 72 -
图表34：托普康销售网络	- 74 -
图表35：美国相干公司在中国的产品系列	- 75 -
图表36：美国CoherentCall公司2006年分类业绩百万美元	- 77 -
图表37：2002年至今CoherentInc销售情况	- 77 -
图表38：CoherentInc公司与行业的经济效益对比	- 78 -
图表39：通快集团在中国的子公司业务	- 79 -
图表40：德国通快集团在中国的业务领域	- 79 -
图表41：北京博飞仪器有限公司组织结构图	- 84 -
图表42：公司激光投线仪产品的型号与价格	- 86 -
图表43：2004年-2007年天津欧波仪器有限公司收入趋势分析图	- 89 -
图表44：天津欧波激光测量产品系列	- 89 -
图表45：公司经销商网络	- 90 -
图表46：激光投线仪	- 94 -
图表47：激光水准仪	- 94 -
图表48：2004-2007年常州莱赛年产值万元	- 96 -
图表49：-200系列性能指标	- 102 -
图表50：宾得在华营销网络	- 103 -
图表51：组织结构图	- 105 -
图表52：LP310激光扫平仪	- 106 -

图表53：激光扫平仪技术指标	- 106 -	
图表54：索佳营销网络图	- 107 -	
图表55：组织结构图	- 109 -	
图表56：西光集团产品系列	- 111 -	
图表57：西光集团激光测量产品系列	- 111 -	
图表58：激光标线仪	图表59：激光标线仪	- 114 -
图表60：FRE202激光扫平仪传感器系统	- 116 -	
图表61：FRE201激光扫平仪传感器系统	- 117 -	
图表62：市场营销结构图	- 120 -	
图表63：2006年苏州一光仪器有限公司	- 122 -	
图表64：LX110/LX110T激光投线仪（墨线仪）	- 123 -	
图表65：技术特征	- 123 -	
图表66：公司营销结构图	- 125 -	

.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37890.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。