

2013-2017年中国投影仪市场专项调研及投资方向研究

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2017年中国投影仪市场专项调研及投资方向研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/133164.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

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销案例分析
- 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竞争动态

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

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.huaon.com/detail/133164.html>