

2017-2022年中国激光市场深度调查及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国激光市场深度调查及投资方向研究报告》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/286319.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

在近代科学技术上，光的应用极为广泛，其中光纤通信和激光技术的发展最为迅速。自1960年世界上第一台激光器诞生以来，激光技术与应用迅猛发展，已与多个学科相结合形成多个应用领域。2015年，中国经历了股市暴跌，欧洲因恐怖袭击而引发动荡，大众面临的180亿美元罚单对美国汽车销售业产生负面影响。然而，在风雨飘摇的世界经济体之中，全球工业激光市场在2015年稳中有升，甚至“跑赢”了全球机床市场。

湖北制造2025响应中国制造2025号召

2015年以来，随着《中国制造2025》规划的出台，作为拥有1.5万家规模工业企业的中部工业大省，湖北省积极响应号角，迅速沿着这条宏伟主线顺势扬起了“湖北制造2025”的发展旗帜。并于2015年7月12日，由楚商资本集团联合楚天激光、团结激光、意大利艾伦激光等企业以及民间资本成立20亿的激光产业基金，计划两年内投资30家企业，辅导企业先后在武汉股权托管交易中心及新三板挂牌、创业板上市，通过资本市场进行产业并购重组。

中国光谷激光产业投资基金总规模20亿元。根据规划，基金将选择成立5年以上，销售收入5000万元左右，利润1000万左右的中小型激光企业进行投资。根据对激光企业的密集调研，楚商资本集团已先后入股了楚天激光和奇致激光。

国内激光产业的集群化发展

作为全球较大的工业激光市场，我国已形成珠三角、长三角、环渤海与华中地区四大产业版图。激光产业呈集群化发展态势，主要集中在湖北武汉、北京、江苏、上海和广东深圳等地。继武汉之后，深圳成为国内激光产业聚集的另一高地，囊括了大族激光、光韵达、联赢激光、光大激光、木森科技、创鑫激光等诸多激光企业。

中国制造就是智能制造

在“十二五”的收官之年，国家提出了“中国制造2025”，战略性的描绘出未来我国制造业转型升级，由初级、低端迈向中高端的发展规划。“中国制造2025”将智能制造作为主攻方向，推进制造过程智能化。在重点领域试点建设智能工厂/数字化车间，加快人机智能交互、工业机器人、智能物流管理、增材制造等技术和装备在生产过程中的应用，促进制造工艺的仿真优化、数字化控制、状态信息实时监测和自适应控制。

“中国制造2025”还强调，从资源驱动变为信息驱动。随着移动互联网和云计算、大数据等新一代信息技术的发展，工厂车间内越来越多功能强大的智能设备以无线方式实现了与互联网或设备之间的互联。由此衍生出物联网、服务互联网，推动着物理世界和信息世界以信息物理系统的方式相融合。

在2016年这个“十三五”的开局之年，中国激光产业再迎新机遇。预计在三至十年内，中国将步入“光制造”时代。在未来五年内，激光行业受益于政府对制造业的重视与扶持，平均年增长率约为10%至15%。这将是中国激光产业迈向成熟稳定发展的五年，期间有更多高新尖激光产品将出现在中国市场上。

随着激光行业竞争的不断加剧，大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内外优秀的激光企业愈来愈重视对行业市场的分析研究，特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。正因为如此，一大批优秀品牌迅速崛起，逐渐成为行业中的翘楚。

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

第一部分 激光市场发展现状

第一章 全球激光行业发展分析

第一节 全球激光行业发展轨迹综述

- 一、全球激光行业发展历程
- 二、全球激光行业发展面临的问题
- 三、全球激光行业技术发展现状及趋势

第二节 全球激光行业市场情况

第三节 部分国家地区激光行业发展状况

- 一、2010-2015年美国激光行业发展分析
- 二、2010-2015年欧洲激光行业发展分析
- 三、2010-2015年日本激光行业发展分析
- 四、2010-2015年韩国激光行业发展分析

第二章 2015年中国激光产业运行环境解析

第一节 2015年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、财政收支状况（年度更新）
- 八、社会消费品零售总额
- 九、对外贸易&进出口

第三章2010-2015年中国激光行业发展形势

第一节 激光行业发展概况

- 一、激光行业发展特点分析
- 二、激光行业投资现状分析
- 三、激光行业总产值分析
- 四、激光行业技术发展分析

第二节2010-2015年激光行业市场情况分析

- 一、激光行业市场发展分析
- 二、激光市场存在的问题
- 三、激光市场规模分析

第三节 2010-2015年激光产销状况分析

- 一、激光产量分析
- 二、激光产能分析
- 三、激光市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

- 一、产品发展新动态
- 二、技术新动态
- 三、产品发展趋势预测

第四章中国激光行业区域市场分析

第一节 2015年华北地区激光行业分析

- 一、2010-2015年行业发展现状分析
- 二、2010-2015年市场规模情况分析
- 三、2017-2022年市场需求情况分析

第二节 2015年东北地区激光行业分析

- 一、2010-2015年行业发展现状分析
- 二、2010-2015年市场规模情况分析
- 三、2017-2022年市场需求情况分析

第三节 2015年华东地区激光行业分析

- 一、2010-2015年行业发展现状分析
- 二、2010-2015年市场规模情况分析
- 三、2017-2022年市场需求情况分析

第四节 2015年华南地区激光行业分析

- 一、2010-2015年行业发展现状分析
- 二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

第五节 2015年华中地区激光行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

第六节 2015年西南地区激光行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

第七节 2015年西北地区激光行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

第五章 中国激光品牌发展需求环境分析

第一节 国内消费者行为分析

一、整体的消费行为特征

二、消费信心与消费模式

三、消费者的品牌认知度

四、消费者的品牌忠诚度

五、消费特征对企业的启示

第二节 中国激光消费群体分析

一、激光消费者消费动机

二、激光消费者群体特征

三、激光消费者议价能力

第二节 消费者激光品牌忠诚度

一、激光品牌忠诚度

二、激光品牌转移趋势

第二部分 公司对激光市场竞争格局分析

第六章 激光行业竞争格局分析

第一节 激光行业集中度分析

一、激光市场集中度分析

二、激光企业集中度分析

三、激光区域集中度分析

第二节 激光行业主要企业竞争力分析

- 一、重点企业资产总计对比分析
- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析
- 四、重点企业利润总额对比分析
- 五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 激光行业竞争格局分析

- 一、2015年激光行业竞争分析
- 二、2015年中外激光产品竞争分析
- 三、2010-2015年我国激光市场竞争分析
- 四、2017-2022年国内主要激光企业动向

第三部分 赢利水平与企业分析

第七章 中国激光行业整体运行指标分析

第一节 2010-2015年中国激光所属行业规模分析

- 一、企业数量分析
- 二、资产规模分析
- 三、销售规模分析
- 四、利润规模分析

第二节 2010-2015年中国激光所属行业产值分析

第三节 2010-2015年中国激光所属行业成本费用分析

- 一、成本费用结构变动趋势
- 二、销售成本分析
- 三、销售费用分析
- 四、管理费用分析
- 五、财务费用分析

第四节 2010-2015年中国激光所属行业运营效益分析

第八章 激光重点企业发展分析

第一节 公司A

- 一、企业概况
- 二、产品结构分析
- 三、产品价格分析
- 四、盈利能力以及利润率分析
- 五、生产布局与产能扩张
- 六、市场营销区域分析

七、主要客户分析

九、成长性分析

十、公司战略规划分析

第二节 公司B

第三节 公司C

第四节 公司D

第九章公司对激光产品竞争力优势分析

第一节 整体产品竞争力评价

第二节 整体产品竞争力评价结果分析

第三节 竞争优势评价及构建建议

第四节 业内专家观点与结论

第十章公司对激光行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 2015年激光行业投资效益分析

第四节 2015年激光行业投资策略研究

第十一章2017-2022年激光行业投资风险预警

第一节 影响激光行业发展的主要因素

一、2015年影响激光行业运行的有利因素

二、2015年影响激光行业运行的稳定因素

三、2015年影响激光行业运行的不利因素

四、2015年我国激光行业发展面临的挑战

五、2015年我国激光行业发展面临的机遇

第二节 激光行业投资风险预警

一、2017-2022年激光行业市场风险

- 二、2017-2022年激光行业政策风险
- 三、2017-2022年激光行业经营风险
- 四、2017-2022年激光行业技术风险
- 五、2017-2022年激光行业竞争风险
- 六、2017-2022年激光行业其他风险

第五部分 公司及业内专家发展趋势与规划建议

第十二章2017-2022年激光行业发展趋势分析

第一节 2017-2022年中国激光市场趋势分析

第二节 2017-2022年激光产品发展趋势分析

一、2017-2022年激光产品技术趋势分析

二、2017-2022年激光产品价格趋势分析

第三节 2017-2022年中国激光行业供需预测

一、2017-2022年中国激光供给预测

二、2017-2022年中国激光需求预测

第四节 2017-2022年激光行业盈利能力分析

第十三章激光企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、激光价格策略分析

二、激光渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高激光企业竞争力的策略

一、提高中国激光企业核心竞争力的对策

二、激光企业提升竞争力的主要方向

三、影响激光企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高激光企业竞争力的策略

第四节 对我国激光品牌的战略思考

一、激光实施品牌战略的意义

二、激光企业品牌的现状分析

三、我国激光企业的品牌战略

四、激光品牌战略管理的策略

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/286319.html>