

2009-2012年中国投影机行业市场动态及投资前景 咨询报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年中国投影机行业市场动态及投资前景咨询报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/zhuanongshebei/6442064420.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

第一章 2008-2009年世界投影机行业运行状况分析

第一节 2008-2009年全球投影机发展态势点评

- 一、全高清产品售价跌破万元
- 二、重点出击教育采购领域
- 三、结盟重量级IT分销商

第二节 2008-2009年全球投影机市场发展现状分析

- 一、市场规模与增长
- 二、新技术应用
- 三、世界主要国家与地区发展情况分析

第三节 2009-2012年国际投影机行业发展趋势分析

第二章 2008-2009年中国投影机行业发展环境分析

第一节 2008-2009年中国投影机政策环境分析

- 一、投影机标准分析
- 二、相关行业政策分析
- 三、进出口政策分析

第二节 2008-2009年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、城乡居民家庭人均可支配收入
- 三、恩格尔系数
- 四、人民币汇率分析

第三节 2008-2009年中国投影机行业发展社会环境分析

第三章 2008-2009年中国投影机行业发展形势解析

第一节 2009投影机：政策导向大产业转型之年

- 一、整体市场乐观细分行业受关注
- 二、战略调整展开价格战触底
- 三、差异化是重点新技术值得期待

第二节 金融危机下，投影机市场的理性回归

- 一、硬件产品要过硬
- 二、软件服务要提升

第三节 中国投影机及相关产品进出口数据统计分析

- 一、彩色视频投影机进出口总体数据
- 二、黑白或其他单色视频投影机进出口总体数据
- 三、中国投影仪进出口总体数据

第四章 2009年第2季度投影机市场品牌竞争格局调研

第一节 2009年第2季度投影机市场发展观点与概述

一、经济政策层面

二、厂商层面

三、市场渠道层面

第二节 2009年投影机整体市场品牌及价格结构格局分析

一、整体综述

二、多点细分

第三节 2009年投影机整体市场重点品牌策略分析

一、索尼

二、三洋

三、明基

第五章 2008-2009年中国投影机行业整体市场调查研究

第一节 2008-2009年中国投影机行业市场概况

一、销量增长迅速，销售额增长趋缓

二、产品研发和技术逐步完善

三、低价投影机呈现高速发展态势

四、投影机商用市场日渐成为关注热点

五、家用娱乐市场成为2007年新的增长点

第二节 2008-2009年中国投影机市场销售状况分析

一、中国内地投影机市场增长速度仍高于全球投影机市场

二、“商战”一触即发

三、商务用户对投影机的应用需求迅速增加

四、市场因用户需求而改变

第三节 2008-2009年中国投影机销售渠道的变化分析

一、渠道的覆盖面变化最为明显

二、商务投影机的销售渠道会呈现出更强的分散性和多样性

三、教育集中化提高 难度加大

四、家用投影还需要培育

第六章 2008-2009年中国投影机细分市场调查分析

第一节 LCD投影机

一、LCD投影机发展概况

二、LCD投影机市场运行分析

三、影响LCD投影机发展的因素分析

第二节 DLP投影机

一、DLP投影机发展走势分析

二、DLP投影机市场特点分析

三、DLP投影机的行业化细分趋势

第三节 LCD投影机与DLP投影机的差别分析

第七章 2008-2009年中国投影机行业市场消费者深度调查

第一节 2008-2009年中国投影机消费者关注焦点分析

一、品牌倾向

二、产品功能

三、价格期望

四、促销推广

五、购买渠道

六、服务体验

第二节 2008-2009年中国消费者关注呈现以下特点

一、品牌关注度相对分散

二、领先的十家品牌按关注度多寡形成三个梯队，梯队间差距明显

三、价格在1.5万元以下的机型占据市场主导地位

四、经济发展水平相对较高的华南、华北、华东三个区域消费者关注比例也高

五、用户消费心态更加成熟

第八章 2008-2009年中国投影机行业市场竞争格局分析

第一节 2008-2009年中国投影机产品及价格竞争分析

一、新品及其特点

二、主要产品及其价格分析

三、批发零售价格比较分析

四、政策有利引领工程投影机走进战国时代

第二节 2008-2009年中国零售渠道经营状况分析

第三节 2008-2009年中国投影机促销竞争分析

一、平面硬广告竞争分析

二、平面PR竞争分析

三、主要品牌市场活动分析

第四节 2008-2009年中国投影机服务状况竞争分析

一、服务状况比较分析

二、主要品牌服务状况的优劣势分析

第九章 2008-2009年中国投影机主要企业竞争力与关键性数据分析

第一节 昆山扬皓光电有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第二节 上海科拓光学仪器有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第三节 芜湖维德视频设备有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第四节 临邑县宇影光学仪器有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第五节 深圳思达影视设备有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第六节 苏州明基光电技术有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第七节 日立数字映像（中国）有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第八节 北京澳柯玛视美乐信息技术有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第九节 九江3T数字投影技术发展有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第十节 东洋光学（深圳）有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第十一节 略。。。。。。。。。

第十章 2008-2009年中国投影机下游需求行业需求运行走势分析

第一节 2008-2009年中国教育行业仍然是投影机最大的市场

一、招标状况分析

二、教育市场需求分析

第二节 2008-2009年中国商务领域对投影机的巨大需求已经显现

一、大量展示活动

二、技术培训

三、学术交流

四、会议演示

第三节 2008-2009年中国投影机在家庭中的应用将越来越广泛

一、主要厂商的动作、策略

二、产品性能对比分析

三、销售状况分析

第十一章 2009-2012年中国投影机行业发展趋势与前景预测

第一节 2009-2012年中国投影机行业发展趋势分析

一、投影机行业发展方向分析

二、投影机技术发展趋势分析

三、投影机价格走势分析

第二节 2009-2012年中国投影机市场发展预测分析

一、市场供给预测分析

二、市场需求趋势分析

三、进出口预测分析

第三节 2009-2012年中国投影机行业市场盈利预测分析

第十二章 2009-2012年中国投影机产业投资机会与风险分析

第一节 2009-2012年中国投影机产业投资环境分析

一、宏观经济预测分析

二、金融危机影响分析

第二节 2009-2012年中国投影机产业投资机会分析

第三节 2009-2012年中国投影机产业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、政策风险

三、进入退出风险

第四节 专家投资建议

图表名称：部分

图表 2003-2007年全球投影机市场销售情况

图表 2003 - 2007年全球投影机市场销售额情况

图表 2003 - 2007年全球投影机市场平均价格情况

图表 2009年第2季度投影机市场品牌关注比例统计

图表 2009年第2季度投影机市场用户关注指数走势

图表 2009年第2季度投影机市场不同价格区间关注比例统计

图表 2009年第2季度索尼月度关注比例走势

图表 2009年第2季度索尼不同价格区间关注比例与数量比例对比

图表 2009年第2季度索尼不同价格区间单位产品贡献率统计

图表 2009年第2季度三洋月度关注比例走势

图表 2009年第2季度三洋不同价格区间关注比例与数量比例对比

图表 2009年第2季度三洋不同价格区间单位产品贡献率统计

图表 2009年第2季度明基月度关注比例走势

图表 2009年第2季度明基不同价格区间关注比例与数量比例对比

图表 2009年第2季度明基不同价格区间单位产品贡献率统计

图表 昆山扬皓光电有限公司盈利指标情况

图表 昆山扬皓光电有限公司资产运行指标状况

图表 昆山扬皓光电有限公司资产负债能力指标分析

图表 昆山扬皓光电有限公司盈利能力情况

图表 昆山扬皓光电有限公司销售收入情况

图表 昆山扬皓光电有限公司成本费用构成情况

图表 上海科拓光学仪器有限公司盈利指标情况

图表 上海科拓光学仪器有限公司资产运行指标状况

图表 上海科拓光学仪器有限公司资产负债能力指标分析

图表 上海科拓光学仪器有限公司盈利能力情况

图表 上海科拓光学仪器有限公司销售收入情况

图表 上海科拓光学仪器有限公司成本费用构成情况

图表 芜湖维德视频设备有限公司盈利指标情况

图表 芜湖维德视频设备有限公司资产运行指标状况

图表 芜湖维德视频设备有限公司资产负债能力指标分析

图表 芜湖维德视频设备有限公司盈利能力情况

图表 芜湖维德视频设备有限公司销售收入情况

图表 芜湖维德视频设备有限公司成本费用构成情况

图表 临邑县宇影光学仪器有限公司盈利指标情况

图表 临邑县宇影光学仪器有限公司资产运行指标状况

图表 临邑县宇影光学仪器有限公司资产负债能力指标分析

图表 临邑县宇影光学仪器有限公司盈利能力情况

图表 临邑县宇影光学仪器有限公司销售收入情况

图表 临邑县宇影光学仪器有限公司成本费用构成情况

图表 深圳思达影视设备有限公司盈利指标情况

图表 深圳思达影视设备有限公司资产运行指标状况

图表 深圳思达影视设备有限公司资产负债能力指标分析

图表 深圳思达影视设备有限公司盈利能力情况

图表 深圳思达影视设备有限公司销售收入情况

图表 深圳思达影视设备有限公司成本费用构成情况

图表 苏州明基光电技术有限公司盈利指标情况

图表 苏州明基光电技术有限公司资产运行指标状况

图表 苏州明基光电技术有限公司资产负债能力指标分析

图表 苏州明基光电技术有限公司盈利能力情况

图表 苏州明基光电技术有限公司销售收入情况

图表 苏州明基光电技术有限公司成本费用构成情况

图表 日立数字映像（中国）有限公司盈利指标情况

图表 日立数字映像（中国）有限公司资产运行指标状况

图表 日立数字映像（中国）有限公司资产负债能力指标分析

图表 日立数字映像（中国）有限公司盈利能力情况

图表 日立数字映像（中国）有限公司销售收入情况

图表 日立数字映像（中国）有限公司成本费用构成情况

