

中国显微镜行业商业模式专项分析与企业投资环境研究报告

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《中国显微镜行业商业模式专项分析与企业投资环境研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/yuanqijian/225753225753.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

2014年全球显微镜市场为40.658亿美元，到2019年将增长到57.56亿美元，年均复合增长率为7.2%。

随着全球对于纳米技术的关注，政府和企业资金的良好支持，以及技术进步，如高分辨率显微镜、高通量技术和数字化显微镜等都在推动显微镜市场的增长。然而，高端显微镜昂贵的价格、美国政府征收的消费税，以及医疗器械沉重的关税都阻碍着这一市场的增长。

按照产品类别来分，显微镜市场分为光学显微镜、共聚焦显微镜、电子显微镜和扫描探针显微镜。光学显微镜进一步划分为荧光显微镜(FM)和超分辨率显微镜。荧光显微镜分为全内反射荧光显微镜(TIRF)、荧光共振能量转移显微镜(FRET)、荧光漂白后恢复显微镜(FRAP)、以及荧光寿命成像显微镜(FLIM)。

超分辨显微镜分为随机光学重建显微镜(STORM)、结构化照明显微镜(SIM)、受激发射损耗显微镜(STED)、相干反斯托克斯拉曼散射显微镜(CARS)、光活化定位显微镜(PALM)和可逆饱和光荧光转移显微镜(RESOLFT)。共聚焦显微镜包括多光子显微镜和旋转盘共聚焦显微镜。

电子显微镜分为扫描电子显微镜(SEM)和透射电子显微镜(TEM)。

扫描探针显微镜(SPM)则分为扫描隧道显微镜(STM)和原子力显微镜(AFM)，以及近场光学显微镜(NSOM)。2014年，光学显微镜占全球显微镜市场最大的份额，达到39.5%。

半导体行业的快速增长提升了显微镜在印刷、涂料、失效分析和元素检测方面应用的需求。而且显微镜在微型晶体管芯片和量子点等半导体行业的应用有望推动市场增长。纳米技术领域研究不断增长的需求需要技术先进、高分辨率的显微镜，再加上政府对研发创新的资金支持，都将推动该市场的增长。

由于慢性病患率率的不断增加，相关生命科学和医学领域R&D经费和对数码显微镜的需求也在增加，预计到2022年，扫描电镜在制药领域中的应用有望占到30%的市场份额；表面观察、膜厚度分析、涂料分析等应用需求也将推动该市场的增长，预计扫描电镜在汽车行业应用的复合年增长率将超过11.0%。

2010-2014年全球显微镜市场规模：亿美元

显微镜的应用市场分为半导体、生命科学、纳米技术和材料科学。其中纳米技术是增长最快的应用市场。根据终端用户划分，显微镜市场分为学术机构、生产制造和其他(政府研究机构和私营实验室)，其中学术机构是占市场份额最大的终端用户。

中国报告网发布的《中国显微镜行业商业模式专项分析与企业投资环境研究报告》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展

趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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。

报告大纲：

第一章 2014-2015年世界显微镜行业市场运行形势分析

第一节 2014-2015年全球显微镜行业发展概况

第二节 世界显微镜行业发展走势

一、全球显微镜行业市场分布情况

二、全球显微镜行业发展趋势分析

第三节 全球显微镜行业重点国家和地区分析

一、北美

二、亚洲

三、欧盟

第二章 2014-2015年中国显微镜产业发展环境分析

第一节 2014-2015年中国宏观经济环境分析

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、2015-2020年中国经济发展预测分析

第二节 显微镜行业主管部门、行业监管体

第三节 中国显微镜行业主要法律法规及政策

第四节 2014-2015年中国显微镜产业社会环境发展分析

第三章 2014-2015年中国显微镜产业发展现状

第一节 显微镜行业的有关概况

一、显微镜的定义

二、显微镜的特点

第二节 显微镜的产业链情况

一、产业链模型介绍

二、显微镜行业产业链分析

第三节 上下游行业对显微镜行业的影响分析

第四章 2014-2015年中国显微镜行业技术发展分析

第一节 中国显微镜行业技术发展现状

第二节 显微镜行业技术特点分析

第三节 显微镜行业技术发展趋势分析

第五章 2014-2015年中国显微镜产业运行情况

第一节 中国显微镜行业发展状况

一、2013-2015年显微镜行业市场供给分析

二、2013-2015年显微镜行业市场需求分析

三、2013-2015年显微镜行业市场规模分析

第二节 中国显微镜行业集中度分析

一、行业市场区域分布情况

二、行业市场集中度情况

三、行业企业集中度分析

第六章 2014-2015年中国显微镜市场运行情况

第一节 行业最新动态分析

一、行业相关动态概述

二、行业发展热点聚焦

第二节 行业品牌现状分析

第三节 行业产品市场价格情况

第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁

第七章 2013-2015年中国显微镜所属行业（光学仪器制造）主要数据监测分析

第一节 2013-2015年中国显微镜所属行业（光学仪器制造）总体数据分析

一、2013年中国显微镜所属行业（光学仪器制造）全部企业数据分析

二、2014年中国显微镜所属行业（光学仪器制造）全部企业数据分析

三、2015年中国显微镜所属行业（光学仪器制造）全部企业数据分析

第二节 2013-2015年中国显微镜所属行业（光学仪器制造）不同规模企业数据分析

一、2013年中国显微镜所属行业（光学仪器制造）不同规模企业数据分析

二、2014年中国显微镜所属行业（光学仪器制造）不同规模企业数据分析

三、2015年中国显微镜所属行业（光学仪器制造）不同规模企业数据分析

第三节 2013-2015年中国显微镜所属行业（光学仪器制造）不同所有制企业数据分析

一、2013年中国显微镜所属行业（光学仪器制造）不同所有制企业数据分析

二、2014年中国显微镜所属行业（光学仪器制造）不同所有制企业数据分析

三、2015年中国显微镜所属行业（光学仪器制造）不同所有制企业数据分析

第八章 2014-2015年中国显微镜行业竞争情况

第一节 行业经济指标分析

一、赢利性

二、附加值的提升空间

三、进入壁垒 / 退出机制

四、行业周期

第二节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节 行业国际竞争力比较

第九章 显微镜行业重点生产企业分析

第一节 凤凰光学股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营数据

三、企业产品分析

第二节 北京中科科仪技术发展有限责任公司

一、企业简介

二、企业经营数据

三、企业产品分析

第三节 南京尼康江南光学仪器有限公司

一、企业简介

二、企业经营数据

三、企业产品分析

第十章 2015-2020年显微镜行业发展预测分析

第一节 2015-2020年中国显微镜行业未来发展预测分析

一、中国显微镜行业发展方向及投资机会分析

二、2015-2020年中国显微镜行业发展规模分析

三、2015-2020年中国显微镜行业发展趋势分析

第二节 2015-2020年中国显微镜行业供需预测

一、2015-2020年中国显微镜行业供给预测

二、2015-2020年中国显微镜行业需求预测

第三节 2015-2020年中国显微镜行业价格走势分析

第十一章 2015-2020年中国显微镜行业投资风险预警

第一节 中国显微镜行业存在问题分析

第二节 中国显微镜行业政策投资风险

一、政策和体制风险

二、技术发展风险

三、市场竞争风险

四、原材料压力风险

五、经营管理风险

第十二章 2015-2020年中国显微镜行业发展策略及投资建议

第一节 显微镜行业发展策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 显微镜行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 行业投资建议

一、重点投资区域建议

二、重点投资产品建议

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yuanqijian/225753225753.html>