

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《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/xiantiyongpin/2956229562.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7800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

| | | | | | |
|--|---------------------------|----------------------|-------------|--------|---------|
| 【交付时间】 | 2个工作日 | 【报告格式】 | Word格式 | 研究报告目录 | 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2007年发展现状分析以及未来几年发展趋势分析 | | | | | |
| -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 | | | | | |
| -15-第三节2006—2007年全球激光产业发展现状 | | -18-第四节世界主要生产国分析 | | | |
| -25-一、美国激光产业 | -25-二、德国激光产业 | -26-三、日本激光产业 | | | |
| -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、中国激光产业形成了一批骨干企业 | -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技术 | -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、我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年行业产销规模分析 | | | | | |
| -33-第三节2005年-2007年激光测量仪器行业进出口规模分析 | | | | | |
| -34-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、发展中国家市场是中国激光测量仪器的主要出口的市场 | | | | | |
| -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、投资特点 -67-五、投资规模及收益 -67-六、投资产品结构 -68-七、投资趋势
- 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、投资特点 -70-四、投资规模及收益 -71-五、投资产品结构 -71-六、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、投资规模及收益 -74-五、投资趋势
- 75-第四节美国Coherent -75-一、公司在中国投资情况 -75-二、公司产品结构
- 75-三、公司核心竞争力分析 -77-四、公司经营业绩数据 -77-五、公司发展趋势
- 78-第五节德国Trumpf公司 -79-一、公司在中国投资情况 -79-二、公司核心竞争力分析
- 80-三、公司发展趋势 -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、公司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、总体发展战略规划以及汉鼎咨询建议
- 87-第二节天津欧波 -88-一、公司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、总体发展战略规划以及汉鼎咨询建议 -92-第三节常州大地
- 92-一、公司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、总体发展战略规划以及汉鼎咨询建议 -95-第四节常州莱赛
- 95-一、公司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、公司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、总体发展战略规划以及汉鼎咨询建议 | | |
| -99-第六节宾得 | -100-一、公司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、总体发展战略规划以及汉鼎咨询建议 | | -104-第七节索佳 | |
| -104-一、公司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、总体发展战略规划以及汉鼎咨询建议 | -108-第八节西安北方光电有限公司 | | |
| -108-一、公司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、总体发展战略规划以及汉鼎咨询建议 | -112-第九节西安赛朴林激光技术研究所 | | |
| -113-一、公司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、总体发展战略规划以及汉鼎咨询建议 | | |
| -115-第一〇节苏州福田 | -115-一、公司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、总体发展战略规划以及汉鼎咨询建议 | -118-第一节济南蓝动激光技术有限公司 | | |
| -118-一、公司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、总体发展战略规划以及汉鼎咨询建议 | | |
| -120-第一二节苏州一光仪器有限公司 | -121-一、公司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、总体发展战略规划以及汉鼎咨询建议 | | |
| -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 | | |
| -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 |
| - 12 | - | 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（前四名企业占全国的比重） | - | 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 | - 114 | -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：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2956229562.html>