

# 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](http://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>