

2007-2008年中国投影机市场分析及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2007-2008年中国投影机市场分析及投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200806/1972.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

第一章 2007年国际投影机市场概况

一、市场规模与特点

- (一) 2007年市场规模与增长
- (二) 2007年市场特点
- (三) 新技术应用

二、主要国家与地区发展概况

- (一) 美国
- (二) 日本
- (三) 中国台湾

第二章 2007年中国投影机整体市场调查

一、中国投影机市场概况

- (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

二、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

三、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

四、2007年中国投影机区域市场综述

- (一) 2007年华南、华北、华东三大地区消费者对投影机的关注比例较高
- (二) 东北、西北地区IT消费开始复苏

第三章 2007年中国重点行业投影机需求状况分析

一、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

二、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

三、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、预测

第四章 消费者调查

一、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

二、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

第五章 细分市场研究

一、LCD投影机

(一) 竞争格局

- (二) 驱动力
- (三) 阻碍因素
- 二、DLP投影机
- (一) 竞争格局
- (二) 驱动力
- (三) 阻碍因素

第六章 2007年中国投影机市场竞争分析

一、产品及价格竞争

- (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

二、零售渠道经营状况分析

三、促销竞争

- (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

四、服务状况竞争

- (一) 服务状况比较分析
- (二) 主要品牌服务状况的优劣势分析

第七章 中国主要企业竞争策略分析

一、上海科拓光学仪器有限公司

- (一) 企业基本概况
- (二) 经营状况与财务分析
- (三) 竞争策略分析
- (四) 发展战略和前景展望

二、余姚市华隆模具塑料制品有限公司

- (一) 企业基本概况
- (二) 经营状况与财务分析
- (三) 竞争策略分析
- (四) 发展战略和前景展望

三、芜湖维德视频设备有限公司

- (一) 企业基本概况
- (二) 经营状况与财务分析
- (三) 竞争策略分析
- (四) 发展战略和前景展望

四、临邑县宇影光学仪器有限公司

- (一) 企业基本概况
- (二) 经营状况与财务分析
- (三) 竞争策略分析
- (四) 发展战略和前景展望

五、深圳思达影视设备有限公司

- (一) 企业基本概况
- (二) 经营状况与财务分析
- (三) 竞争策略分析
- (四) 发展战略和前景展望

六、深圳新标志视听设备有限公司

- (一) 企业基本概况
- (二) 经营状况与财务分析
- (三) 竞争策略分析
- (四) 发展战略和前景展望

七、略

第八章 2008-2010年中国投影机市场发展趋势与前景预测

一、2008-2010年中国投影机市场趋势

- (一) 产品与技术
- (二) 价格
- (三) 渠道
- (四) 服务

二、2008-2010年中国投影机市场规模预测

三、2008-2010年中国投影机市场结构预测

- (一) 产品结构
- (二) 价格段结构

- (三) 区域结构
- (四) 垂直结构
- (五) 平行结构
- (六) 渠道结构

四、投影机市场发展预测

- (一) 随着技术的发展，DLP和LCOS技术的芯片将占据更大的市场份额
- (二) 产品的外观、人性化设计、易操作性、连接性等方面也将作为各大厂商竞争的焦点
- (三) 在渠道方面，采用扁平化的渠道体系，规模较大更具实力的经销商将获得更大的利润
- (四) 在服务方面，各大厂商也将加大投入力度
- (五) 在促销方面，将从简单地赠送产品发展到带给客户更多的增值服务
- (六) 在最终用户方面：教育、商务、政府三大行业的用户仍将是投影机的主要用户

第九章 2008-2010年中国投影机行业面临的挑战与变革

一、投影机行业发展要素分析

二、2008-2010年投影机行业面临挑战分析

- (一) 替代品威胁
- (二) 潜在进入者
- (三) 客户议价能力

三、2008-2010行业竞争影响要素深度剖析

- (一) 生产工艺对其影响分析
- (二) 平面电视的竞争

四、2008-2010年投影机行业存在问题与变革论述

第十章 2008-2010年中国投影机行业投资规划指引

一、2008-2010年投影机行业投资环境分析

- (一) 在未来几年，行业用户依然是投影机市场的重点
- (二) 在零售市场，中国投影机消费市场将进入培育期
- (三) 中小企业用户和高端娱乐消费用户仍将是消费市场的主力军
- (四) 在销售形式方面，体验销售将逐渐取代现有的销售形式
- (五) LCD技术的市场份额将逐步缩小，而采用DLP技术的品牌将取得更大的市场份额

二、2008-2010年投影机行业投资潜力分析

三、2008-2010年投影机行业投资吸引力分析

(一) 行业成长潜力

(二) 行业的竞争力量变动趋势

四、行业盈利水平分析

(一) 行业盈利驱动因素带来的影响

(二) 主要企业在行业中的竞争地位

(三) 企业实力变动趋势

(四) 企业成功同核心竞争力的匹配程度

五、2008-2010年投影机行业投资机会与风险预警

(一) 投资机会分析

(二) 投资风险预警

1、竞争风险

2、经营风险

3、技术风险

4、进入退出风险

六、投资策略与建议

图表目录 (部分)

图表 2007年全球投影机市场规模

图表 2007年美国投影机市场发展

图表 2007年日本投影机市场发展

图表 2007年中国台湾投影机市场发展

图表 2007年中国投影机市场规模与增长

图表2007年各省市投影机生产企业数量分布情况

图表2007年投影机行业地区销售收入集中度

图表2007年各省市投影机行业利润总额变化表

图表2007年投影机行业地区利润总额集中度

图表2007年投影机产量增长趋势图

图表2007-2008我国投影机需求预测

图表2007-2008年我国投影机需求结构预测

图表2007年我国投影机行业产业总体效益分析

图表2007年我国投影机行业盈利能力分析

图表2007年我国投影机行业规模偿债能力分析

图表2007年我国投影机行业规模营运能力分析

图表2007年我国投影机行业发展能力分析

图表2007年我国投影机行业竞争力分析

图表2008-2010年我国投影机行业产能预测

图表2008-2010年我国投影机行业消费量预测

图表2008-2010年我国投影机行业市场前景预测

图表2008-2010年我国投影机行业细分市场价格走势预测

图表2008-2010年我国投影机行业发展趋势预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/1972.html>