

2018-2024年中国激光电视 市场深度评估与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国激光电视市场深度评估与投资前景评估报告》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.abaogao.com/b/xiaojiadian/0061896ISY.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

目前，彩电市场最为火爆的大屏电视非激光电视莫属。据相关数据显示，2017年上半年，激光电视销量大幅增长235%，相比增幅均低于100%的量子点和OLED电视，激光电视可谓是抢尽了风头。也正是基于激光电视的火爆，越来越多的厂商开始关注和涉足。目前已有海信、长虹、小米、看尚、坚果、艾洛维等诸多品牌都已涉足激光电视领域，激光电视市场活跃度非常高。激光电视的优势特点：

- 1、屏幕尺寸大，激光电视凭借超短焦投影的特性，透射比基本在0.25以下，在半米左右的距离就能呈现100寸以上的画面，可以满足普通电视的使用场景，更加方便。
- 2、激光电视NTSC色域能够最高达到110%，比OLED屏幕更加出色。并且激光电视还具有超低功耗，寿命相比普通投影也要长得多，比一般电视寿命都长。
- 3、护眼功能，由于成像方式的不同，激光电视的光线经过屏幕的漫反射，画面的光线是朝向四面八方的，这和自然界的成像方式极为的相似，这样的画面看久了也不会累，这也无疑成为了激光电视的一大优势。
- 4、性价比高。在超大尺寸的电视领域，液晶或是OLED电视的成本非常高，索尼100英寸液晶电视售价高达50万人民币，乐视120英寸液晶电视售价同样高达49.99万人民币，LG最新OLED电视77英寸售价近20万人民币，而海信、长虹激光电视100英寸以上售价均在5万元上下，小米推出的激光电视售价更是低于万元，性价比可想而知。
- 5、智能化。激光目前多数激光电视产品均内置智能系统，加入了“盒子”功能，很好的解决了以往缺乏“内容”痛点，让用户能够体验到一步到位的大屏幕产品。以海信激光电视为例，海信激光电视搭载了VIDAA智能操控系统，累计视频时长超过100万+小时，可谓是娱乐资源非常丰富。由此来看，在超大屏电视领域，激光电视成为了已经成为了绝对的王者。而随着未来更多彩电厂商的加入，以及技术的不断完善和成熟，激光电视也将加速走进大众消费者的客厅，让普通大众也能轻松实现百寸大屏电视的梦想。

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。

报告目录：第一章 激光电视行业发展概述15

- 第一节 电视的发展15
- 第二节 激光电视产业阐述16

- 一、激光电视工作原理16
- 二、激光器17
- 三、激光放映机合成图像的原理18

- 第三节 激光电视产业特点分析19

- 一、激光电视清晰度高、屏幕尺寸灵活19
- 二、激光电视可以发展成为一体化多功能产品19
- 三、激光电视彩色效果非常理想19
- 四、激光电视安全性就不容忽视19
- 五、桌面的正投式激光电视观看安全性分析19

第二章 2014-2017年中国电视媒体产业运行形势分析20

- 第一节 2014-2017年中国电视媒体产业发展概况20

- 一、中国电视媒体发展状况回顾20
- 二、中国电视媒体业成功克服三大考验24
- 三、中国电视媒体影响力调查分析27

- 第二节

节 2014-2017年中国网络时代传统电视媒体的发展分析32一、网络化颠覆传统电视媒体形态32二、网络电视化推进传统电视平台的拓展延伸33三、传统电视媒体网上运作的实践与出路探讨35四、网络化时代传统电视媒体的应变思路38五、中国电视媒体网络化发展的的问题与对策41六、电视媒体和网络视频融合发展才是王道44

第三节 2014-2017年中国电视媒体推介会分析47一、电视媒体推介会亮点解析47二、电视媒体推介会存在的缺陷48三、电视媒体推介会的制胜策略探究48

第四节 2014-2017年电视媒体的跨媒体合作现状及对策分析50一、跨媒体合作模式的产生50二、跨媒体合作模式存在的不足51三、跨媒体整合中电视媒体产业的突围策略52

第五节 2014-2017年中国电视收视率的相关分析54一、影响电视收视率的四大因素浅析54二、电视媒体的收视率面临的不足56三、电视媒体需要理性看待“收视率”指标57四、中国电视媒体亟需建立绿色收视率体系57

第六节 2014-2017年中国电视媒体产业存在的问题与对策58一、中国电视媒体业面临的主要阻力58二、推动电视媒体向大众化发展的建议62三、电视媒体可持续发展的关键在于人才63四、突发事件中电视媒体的应对机制探索63五、重塑电视媒体公信力的策略分析68

第三章 2014-2017年中国激光电视行业市场发展环境分析（PEST分析法）72

第一节 2014-2017年中国经济环境分析72一、国民经济运行情况GDP(季度更新)72二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）74三、全国居民收入情况（季度更新）82四、恩格尔系数（年度更新）83五、工业发展形势（季度更新）83六、固定资产投资情况（季度更新）87七、中国汇率调整（人民币升值）92八、对外贸易&进出口93

第二节 2014-2017年中国激光电视行业政策环境分析95一、电视行业政策分析95二、相关产业政策影响分析96三、产业融合和构建标准98

第三节 2014-2017年中国激光电视行业社会环境分析99一、人口环境分析99二、教育环境分析102三、文化环境分析108四、生态环境分析109五、中国城镇化率111六、居民的各种消费观念和习惯113

第四节 2014-2017年中国激光电视行业技术环境分析116

第四章 2014-2017年中国激光电视行业运行动态分析117

第一节 2014-2017年中国激光电视行业发展概况117一、全球激光电视行业发展简述117二、激光电视国内行业现状阐述118三、激光电视技术分析119

第二节 2014-2017年中国激光电视行业市场现状分析120一、激光电视产业化基地落户黄陂120二、山东省首台激光电视问世121三、大屏幕激光立体电视备受关注121

第三节 2014-2017年中国激光电视产品发展存在问题分析122一、激光电视市场发展面临的挑战及对策122二、企业加快激光电视发展的措施123

第五章 2014-2017年激光电视产业运行态势分析125

第一节 2014-2017年激光电视市场发展分析125一、国内激光电视生产综述125二、激光电视市场景气向好125

第二节 2014-2017年激光电视市场分析126一、激光电视供需分析126二、激光电视市场发展分析126

第三节 2014-2017年激光电视产业价格的影响分析126

第六章 2014-2017年中国家用影视设备制造行业数据监测分析127

第一节 2014-2017年中国家用影视设备制造行业规模分析127一、企业数量增长分析127二、从业人数增长分析127三、资产

规模增长分析128第二节 2016年中国家用影视设备制造行业结构分析128一、企业数量结构分析1281、不同类型分析1282、不同所有制分析128二、销售收入结构分析1291、不同类型分析1292、不同所有制分析129第三节 2014-2017年中国家用影视设备制造行业产值分析130一、产成品增长分析130二、工业销售产值分析130三、出口交货值分析131第四节 2014-2017年中国家用影视设备制造行业成本费用分析131一、销售成本统计131二、费用统计132第五节 2014-2017年中国家用影视设备制造行业盈利能力分析132一、主要盈利指标分析132二、主要盈利能力指标分析133 第七章 2014-2017年中国激光器进出口数据监测分析134第一节 2014-2017年中国激光器进口数据分析134一、进口数量分析(90132000)134二、进口金额分析134第二节 2014-2017年中国激光器出口数据分析135一、出口数量分析135二、出口金额分析135第三节 2014-2017年中国激光器进出口平均单价分析135第四节 2014-2017年中国激光器进出口国家及地区分析136一、进口国家及地区分析136二、出口国家及地区分析136 第八章 2014-2017年中国激光电视行业经营和竞争分析138第一节 行业核心竞争力分析及构建138一、产品竞争力评价结果分析138二、竞争优势评价及构建建议138第二节 经营手段分析139一、消费特征分析1391、激光电视产业潜在用户认知程度1392、激光电视产业潜在潜在用户关注因素1393、用户的其它特性140二、国际化营销模式140三、产品策略分析141第三节 激光电视技术最新发展趋势分析142一、国外同类技术重点研发方向142二、国内激光电视研发技术路径分析143三、国内最新研发动向144四、技术走势预测145五、技术进步对企业发展影响145 第九章 2014-2017年中国激光电视行业竞争对手分析146第一节 TCL集团股份有限公司146一、企业概况146二、企业主要经济指标分析147三、企业盈利能力分析148四、企业偿债能力分析149五、企业运营能力分析149六、企业成长能力分析150第二节 沈阳新松机器人自动化股份有限公司150一、企业概况150二、企业主要经济指标分析152三、企业盈利能力分析153四、企业偿债能力分析154五、企业运营能力分析154六、企业成长能力分析155第三节 长春新产业光电技术有限公司155一、企业概况155二、企业主要经济指标分析156三、企业盈利能力分析156四、企业偿债能力分析156五、企业运营能力分析157六、企业成长能力分析157第四节 福建福晶科技股份有限公司157一、企业概况157二、企业主要经济指标分析158三、企业盈利能力分析159四、企业偿债能力分析160五、企业运营能力分析161六、企业成长能力分析161第五节 江西鸿源数显科有限公司161一、企业概况161二、企业主要经济指标分析162三、企业盈利能力分析162四、企业偿债能力分析163五、企业运营能力分析163六、企业成长能力分析163第六节 世纪晶源科技有限公司163一、企业概况163二、企业主要经济指标分析164三、企业盈利能力分析165四、企业偿债能力分析165五、企业运营能力分析165六、企业成长能力分析165 第十章 2018-2024年中国激光电视行业发展趋势预测分析167第一节 2018-2024年中国激光电视行业前景展望167一、激光电视的研究进展及趋势分析167二、用激光波束卫星电视成未来趋势167

三、激光电视价格趋势分析169第二节 2018-2024年中国激光电视行业市场预测分析169一、激光电视市场供给预测分析169二、激光电视需求预测分析170三、激光电视竞争格局预测分析170第三节 2018-2024年中国激光电视行业市场盈利预测分析171 第十一章 2018-2024年中国激光电视行业投资策略与风险防范172第一节 2018-2024年中国激光电视行业投资策略分析172一、价格策略172二、渠道策略172三、发展策略172第二节 2018-2024年中国激光电视行业投资风险分析173一、市场竞争风险173二、原材料压力风险分析173三、技术风险分析173四、政策和体制风险174五、进入退出风险174第三节 2018-2024年中国激光电视投资策略分析175——ZYCY一、精益化的发展战略175二、自主研发的贯彻实施问题175三、加强资本运作176

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/0061896ISY.html>