

2018-2024年中国激光电视 市场深度评估与投资前景研究报告

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研究报告》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/224128PCAN.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 激光电视行业发展综述1.1 激光电视行业定义及分类1.1.1 行业定义1.1.2 行业产品/服务分类1.1.3 行业主要商业模式1.2 激光电视行业特征分析1.2.1 产业链分析1.2.2 激光电视行业在产业链中的地位1.2.3 激光电视行业生命周期分析（1）行业生命周期理论基础（2）激光电视行业生命周期1.3 最近3-5年中国激光电视行业经济指标分析1.3.1 赢利性1.3.2 成长速度1.3.3 附加值的提升空间1.3.4 进入壁垒 / 退出机制1.3.5 风险性1.3.6 行业周期1.3.7 竞争激烈程度指标1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析 第二章 激光电视行业运行环境（PEST）分析2.1 激光电视行业政治法律环境分析2.1.1 行业管理体制分析2.1.2

行业主要法律法规2.1.3 行业相关发展规划2.2 激光电视行业经济环境分析2.2.1 国际宏观经济形势分析2.2.2 国内宏观经济形势分析2.2.3 产业宏观经济环境分析2.3 激光电视行业社会环境分析2.3.1 激光电视产业社会环境2.3.2 社会环境对行业的影响2.3.3 激光电视产业发展对社会发展的影响2.4 激光电视行业技术环境分析2.4.1 激光电视技术分析2.4.2 激光电视技术发展水平2.4.3 行业主要技术发展趋势 第三章 我国激光电视行业运行分析3.1 我国激光电视行业发展状况分析3.1.1 我国激光电视行业发展阶段3.1.2 我国激光电视行业发展总体概况3.1.3 我国激光电视行业发展特点分析3.2 2014-2017年激光电视行业发展现状3.2.1 2014-2017年我国激光电视行业市场规模3.2.2 2014-2017年我国激光电视行业发展分析3.2.3 2014-2017年中国激光电视企业发展分析3.3 区域市场分析3.3.1 区域市场分布总体情况3.3.2 2014-2017年重点省市市场分析3.4 激光电视细分产品/服务市场分析3.4.1 细分产品/服务特色3.4.2 2014-2017年细分产品/服务市场规模及增速3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测3.5 激光电视产品/服务价格分析3.5.1 2014-2017年激光电视价格走势3.5.2 影响激光电视价格的关键因素分析（1）成本（2）供需情况（3）关联产品（4）其他3.5.3 2018-2024年激光电视产品/服务价格变化趋势3.5.4 主要激光电视企业价位及价格策略 第四章 我国激光电视行业整体运行指标分析4.1 2014-2017年中国激光电视行业总体规模分析4.1.1 企业数量结构分析4.1.2 人员规模状况分析4.1.3 行业资产规模分析4.1.4 行业市场规模分析4.2 2014-2017年中国激光电视行业运营情况分析4.2.1 我国激光电视行业营收分析4.2.2 我国激光电视行业成本分析4.2.3 我国激光电视行业利润分析4.3 2014-2017年中国激光电视行业财务指标总体分析4.3.1 行业盈利能力分析4.3.2 行业偿债能力分析4.3.3 行业营运能力分析4.3.4 行业发展能力分析 第五章 我国激光电视行业供需形势分析5.1 激光电视行业供给分析5.1.1 2014-2017年激光电视行业供给分析5.1.2 2018-2024年激光电视行业供给变化趋势5.1.3 激光电视行业区域供给分析5.2 2014-2017年我国激光电视行业需求情况5.2.1 激光电视行业需求市场5.2.2 激光电视行业客户结构5.2.3 激光电视行业需求的地区差异5.3 激光电视市场应用及需求预测5.3.1 激光电视应用市场总体需求分析（1）激光电视应用市场需求特征（2）激光电视应用市场需求总规模5.3.2 2018-2024年激光电视行业领域需求量预测（1）2018-2024年激光电视行业领域需求产品/服务功能预测（2）2018-2024年激光电视行业领域需求产品/服务市场格局预测5.3.3 重点行业激光电视产品/服务需求分析预测 第六章 激光电视行业产业结构分析6.1 激光电视产业结构分析6.1.1 市场细分充分程度分析6.1.2 各细分市场领先企业排名6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析6.2.1 产业价值链的构成6.2.2 产业价值链的竞争优势与劣势分析6.3 产业结构发展预测6.3.1 产业结构调整指导政策分析6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素6.3.3 中国激光电视行业参与国际竞争的战略市场定位6.3.4 激光电视产业结构调整方向分析6.3.5 建议 第七章 我国激光电视行业产业链分析7.1 激光电视

行业产业链分析7.1.1 产业链结构分析7.1.2 主要环节的增值空间7.1.3 与上下游行业之间的关联性7.2 激光电视上游行业分析7.2.1 激光电视产品成本构成7.2.2 2014-2017年上游行业发展现状7.2.3 2018-2024年上游行业发展趋势7.2.4 上游供给对激光电视行业的影响7.3 激光电视下游行业分析7.3.1 激光电视下游行业分布7.3.2 2014-2017年下游行业发展现状7.3.3 2018-2024年下游行业发展趋势7.3.4 下游需求对激光电视行业的影响 第八章 我国激光电视行业渠道分析及策略8.1 激光电视行业渠道分析8.1.1 渠道形式及对比8.1.2 各类渠道对激光电视行业的影响8.1.3 主要激光电视企业渠道策略研究8.1.4 各区域主要代理商情况8.2 激光电视行业用户分析8.2.1 用户认知程度分析8.2.2 用户需求特点分析8.2.3 用户购买途径分析8.3 激光电视行业营销策略分析8.3.1 中国激光电视营销概况8.3.2 激光电视营销策略探讨8.3.3 激光电视营销发展趋势 第九章 我国激光电视行业竞争形势及策略9.1 行业总体市场竞争状况分析9.1.1 激光电视行业竞争结构分析（1）现有企业间竞争（2）潜在进入者分析（3）替代品威胁分析（4）供应商议价能力（5）客户议价能力（6）竞争结构特点总结9.1.2 激光电视行业企业间竞争格局分析9.1.3 激光电视行业集中度分析9.1.4 激光电视行业SWOT分析9.2 中国激光电视行业竞争格局综述9.2.1 激光电视行业竞争概况（1）中国激光电视行业竞争格局（2）激光电视行业未来竞争格局和特点（3）激光电视市场进入及竞争对手分析9.2.2 中国激光电视行业竞争力分析（1）我国激光电视行业竞争力剖析（2）我国激光电视企业市场竞争的优势（3）国内激光电视企业竞争能力提升途径9.2.3 激光电视市场竞争策略分析 第十章 激光电视行业领先企业经营形势分析10.1 深圳市迪威视讯股份有限公司10.1.1 企业发展基本情况10.1.2 企业主要产品分析10.1.3 企业竞争优势分析10.1.4 企业经营状况分析10.1.5 企业最新发展动态10.1.6 企业发展战略分析10.2 青岛海信电器股份有限公司10.2.1 企业发展基本情况10.2.2 企业主要产品分析10.2.3 企业竞争优势分析10.2.4 企业经营状况分析10.2.5 企业最新发展动态10.2.6 企业发展战略分析10.3 TCL集团股份有限公司10.3.1 企业发展基本情况10.3.2 企业主要产品分析10.3.3 企业竞争优势分析10.3.4 企业经营状况分析10.3.5 企业最新发展动态10.3.6 企业发展战略分析10.4 无锡视美乐科技股份有限公司10.4.1 企业发展基本情况10.4.2 企业主要产品分析10.4.3 企业竞争优势分析10.4.4 企业经营状况分析10.4.5 企业最新发展动态10.4.6 企业发展战略分析10.5 江苏宜清光电科技有限公司10.5.1 企业发展基本情况10.5.2 企业主要产品分析10.5.3 企业竞争优势分析10.5.4 企业经营状况分析10.5.5 企业最新发展动态10.5.6 企业发展战略分析10.6 深圳市钛客科技有限公司10.6.1 企业发展基本情况10.6.2 企业主要产品分析10.6.3 企业竞争优势分析10.6.4 企业经营状况分析10.6.5 企业最新发展动态10.6.6 企业发展战略分析10.7 中强光电集团10.7.1 企业发展基本情况10.7.2 企业主要产品分析10.7.3 企业竞争优势分析10.7.4 企业经营状况分析10.7.5 企业最新发展动态10.7.6 企业发展战略分析10.8 深圳市亿思达科技集团有限公司10.8.1 企业发展基本情况10.8.2 企业主要产品分析10.8.3 企业竞争优势分析10.8.4 企业经营状况分

析10.8.5 企业最新发展动态10.8.6 企业发展战略分析10.9 飞利浦10.9.1 企业发展基本情况10.9.2 企业主要产品分析10.9.3 企业竞争优势分析10.9.4 企业经营状况分析10.9.5 企业最新发展动态10.9.6 企业发展战略分析10.10 索尼10.10.1 企业发展基本情况10.10.2 企业主要产品分析10.10.3 企业竞争优势分析10.10.4 企业经营状况分析10.10.5 企业最新发展动态10.10.6 企业发展战略分析 第十一章 2018-2024年激光电视行业投资前景11.1 2018-2024年激光电视市场发展前景11.1.1 2018-2024年激光电视市场发展潜力11.1.2 2018-2024年激光电视市场发展前景展望11.1.3 2018-2024年激光电视细分行业发展前景分析11.2 2018-2024年激光电视市场发展趋势预测11.2.1 2018-2024年激光电视行业发展趋势11.2.2 2018-2024年激光电视市场规模预测11.2.3 2018-2024年激光电视行业应用趋势预测11.2.4 2018-2024年细分市场发展趋势预测11.3 2018-2024年中国激光电视行业供需预测11.3.1 2018-2024年中国激光电视行业供给预测11.3.2 2018-2024年中国激光电视行业需求预测11.3.3 2018-2024年中国激光电视供需平衡预测11.4 影响企业生产与经营的关键趋势11.4.1 市场整合成长趋势11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测11.4.3 企业区域市场拓展的趋势11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势 第十二章 2018-2024年激光电视行业投资机会与风险12.1 激光电视行业投融资情况12.1.1 行业资金渠道分析12.1.2 固定资产投资分析12.1.3 兼并重组情况分析12.2 2018-2024年激光电视行业投资机会12.2.1 产业链投资机会12.2.2 细分市场投资机会12.2.3 重点区域投资机会12.3 2018-2024年激光电视行业投资风险及防范12.3.1 政策风险及防范12.3.2 技术风险及防范12.3.3 供求风险及防范12.3.4 宏观经济波动风险及防范12.3.5 关联产业风险及防范12.3.6 产品结构风险及防范12.3.7 其他风险及防范 第十三章 激光电视行业投资战略研究13.1 激光电视行业发展战略研究13.1.1 战略综合规划13.1.2 技术开发战略13.1.3 业务组合战略13.1.4 区域战略规划13.1.5 产业战略规划13.1.6 营销品牌战略13.1.7 竞争战略规划13.2 对我国激光电视品牌的战略思考13.2.1 激光电视品牌的重要性13.2.2 激光电视实施品牌战略的意义13.2.3 激光电视企业品牌的现状分析13.2.4 我国激光电视企业的品牌战略13.2.5 激光电视品牌战略管理的策略13.3 激光电视经营策略分析13.3.1 激光电视市场细分策略13.3.2 激光电视市场创新策略13.3.3 品牌定位与品类规划13.3.4 激光电视新产品差异化战略13.4 激光电视行业投资战略研究13.4.1 2015年激光电视行业投资战略13.4.2 2018-2024年激光电视行业投资战略13.4.3 2018-2024年细分行业投资战略 第十四章 研究结论及投资建议14.1 激光电视行业研究结论14.2 激光电视行业投资价值评估14.3 激光电视行业投资建议14.3.1 行业发展策略建议——ZYCY14.3.2 行业投资方向建议14.3.3 行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/224128PCAN.html>