

2018-2024年中国激光电视 行业市场调研与投资方向研究报告

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年中国激光电视行业市场调研与投资方向研究报告》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/N03827PXZ4.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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 激光电视行业相关概述1.1 电视的发展1.2 激光电视产业阐述1.2.1 激光电视工作原理1.2.2 激光器1.2.3 激光放映机合成图像的原理1.3 激光电视产业特点分析1.3.1 激光电视清晰度高、屏幕尺寸灵活1.3.2 激光电视可以发展成为一体化多功能产品1.3.3 激光电视彩色效果非常理想1.3.4 激光电视安全性就不容忽视1.3.5 桌面的正投式激光电视观看安全性分析1.4 激光电视行业经营模式分析1.4.1 生产模式1.4.2 采购模式1.4.3 销售模式第二章 激光电视行业市场特点概述2.1 行业市场概况2.1.1 行业市场特点2.1.2 行业市场化程度2.1.3 行业利润水平及变动趋势2.2 进入本行业的主要障碍2.2.1 资金准入障碍2.2.2 市场准入

障碍2.2.3 技术与人才障碍2.2.4 其他障碍2.3 行业的周期性、区域性2.3.1 行业周期分析1、行业的周期波动性2、行业产品生命周期2.3.2 行业的区域性2.4 行业与上下游行业的关联性2.4.1 行业产业链概述2.4.2 上游产业分布2.4.3 下游产业分布 第三章 2014-2017年中国激光电视行业发展环境分析3.1 激光电视行业政治法律环境（P）3.1.1 电视行业政策分析3.1.2 相关产业政策影响分析3.1.3 产业融合和构建标准3.2 激光电视行业经济环境分析（E）3.2.1 宏观经济形势分析3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析3.3 激光电视行业社会环境分析（S）3.3.1 激光电视产业社会环境1、人口环境分析2、教育环境分析3、文化环境分析4、生态环境分析5、中国城镇化率6、居民的各种消费观念和习惯3.3.2 社会环境对行业的影响3.4 激光电视行业技术环境分析（T） 第四章 全球激光电视行业发展概述4.1 2014-2017年全球激光电视行业发展情况概述4.1.1 全球激光电视行业发展现状4.1.2 全球激光电视行业发展特征4.1.3 全球激光电视行业市场规模4.2 2014-2017年全球主要地区激光电视行业发展状况4.2.1 欧洲激光电视行业发展情况概述4.2.2 美国激光电视行业发展情况概述4.2.3 日韩激光电视行业发展情况概述4.3 2016-2020年全球激光电视行业发展前景预测4.3.1 全球激光电视行业市场规模预测4.3.2 全球激光电视行业发展前景分析4.3.3 全球激光电视行业发展趋势分析4.4 全球激光电视行业重点企业发展动态分析 第五章 中国激光电视行业发展概述5.1 中国激光电视行业发展状况分析5.1.1 中国激光电视行业发展阶段5.1.2 中国激光电视行业发展总体概况5.1.3 中国激光电视行业发展特点分析5.2 2014-2017年激光电视行业发展现状5.2.1 2014-2017年中国激光电视行业市场规模5.2.2 2014-2017年中国激光电视行业发展分析5.2.3 2014-2017年中国激光电视企业发展分析5.3 2016-2020年中国激光电视行业面临的困境及对策5.3.1 中国激光电视行业面临的困境及对策1、中国激光电视行业面临困境（1）核心部件待突破（2）产业化竞争激烈（3）超薄化仍是挑战（4）其他2、中国激光电视行业对策探讨5.3.2 中国激光电视企业发展困境及策略分析1、中国激光电视企业面临的困境2、中国激光电视企业的对策探讨5.3.3 国内激光电视企业的出路分析 第六章 中国激光电视行业市场运行分析6.1 2014-2017年中国激光电视行业总体规模分析6.1.1 企业数量结构分析6.1.2 人员规模状况分析6.1.3 行业资产规模分析6.1.4 行业市场规模分析6.2 2014-2017年中国激光电视行业产销情况分析6.2.1 中国激光电视行业工业总产值6.2.2 中国激光电视行业工业销售产值6.2.3 中国激光电视行业产销率6.3 2014-2017年中国激光电视行业市场供需分析6.3.1 中国激光电视行业供给分析6.3.2 中国激光电视行业需求分析6.3.3 中国激光电视行业供需平衡6.4 2014-2017年中国激光电视行业财务指标总体分析6.4.1 行业盈利能力分析6.4.2 行业偿债能力分析6.4.3 行业营运能力分析6.4.4 行业发展能力分析 第七章 2014-2017年中国激光器进出口数据监测分析7.1 2014-2017年中国激光器进口数据分析7.1.1 进口数量分析7.1.2 进口金额分析7.2 2014-2017年中国激光器出口数据分析7.2.1 出口数量分析7.2.2 出口金额分析7.3 2014-2017年中国激光器进出口平均单价分析7.4 2014-2017年中国激光器进出口国家及地区分

析7.4.1 进口国家及地区分析7.4.2 出口国家及地区分析 第八章 中国激光电视行业上、下游产业链分析8.1 激光电视行业产业链概述8.1.1 产业链定义8.1.2 激光电视行业产业链8.2 激光电视行业主要上游产业发展分析8.2.1 上游产业发展现状8.2.2 上游产业供给分析8.2.3 上游供给价格分析8.2.4 主要供给企业分析8.3 激光电视行业主要下游产业发展分析8.3.1 下游（应用行业）产业发展现状8.3.2 下游（应用行业）产业需求分析8.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析8.3.4 下游（应用行业）最具前景产品/行业分析 第九章 中国激光电视行业市场竞争格局分析9.1 中国激光电视行业竞争格局分析9.1.1 激光电视行业区域分布格局9.1.2 激光电视行业企业规模格局9.1.3 激光电视行业企业性质格局9.2 中国激光电视行业竞争五力分析9.2.1 激光电视行业上游议价能力9.2.2 激光电视行业下游议价能力9.2.3 激光电视行业新进入者威胁9.2.4 激光电视行业替代产品威胁9.2.5 激光电视行业现有企业竞争9.3 中国激光电视行业竞争SWOT分析9.3.1 激光电视行业优势分析（S）9.3.2 激光电视行业劣势分析（W）9.3.3 激光电视行业机会分析（O）9.3.4 激光电视行业威胁分析（T）9.4 中国激光电视行业投资兼并重组整合分析9.5 中国激光电视行业重点企业竞争策略分析 第十章 中国激光电视行业领先企业竞争力分析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 2016-2020年中国激光电视行业发展趋势与前景分析11.1 2016-2020年中国激光电视市场发展前景11.1.1 2016-2020年激光电视市场发展潜力11.1.2 2016-2020年激光电视市场发展前景展望11.2 2016-2020年中国激光电视市场发展趋势预测11.2.1 2016-2020年激光电视行业发展趋势11.2.2 2016-2020年激光电视市场规模预测11.2.3 2016-2020年激光电视行业应用趋势预测11.3 2016-2020年中国激光电视行业供需预测11.3.1 2016-2020年中国激光电视行业供给预测11.3.2 2016-2020年中国激光电视行业需求预测11.3.3 2016-2020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 行业发展有利因素与不利因素11.4.2 市场整合成长趋势11.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测11.4.4 企业区域市场拓展的趋势11.4.5 科研开发趋势及替代技术进展11.4.6 影响企业销售与服务方式的关键趋势 第十二章 2016-2020年中国激光电视行业投资前景12.1 激光电视行业投资现状分析12.1.1 激光电视行业投资规模分析12.1.2 激光电视行业投资资金来源构成12.2 激光电视行业投资特性分析12.2.1 激光电视行业进入壁垒分析12.2.2 激光电视行业盈利模式分析12.2.3 激光电视行业盈利因素分析12.3 激光电视行业投资机会分析12.3.1 产业链投资机会12.3.2 重点区域投资机会12.3.3 产业发展的空白点分析12.4 激光电视行业投资风险分析12.4.1 激光电视行业政策风险12.4.2 宏观经济风险12.4.3 市场竞争风险12.4.4 关联产业风险12.4.5 产品结构风险12.4.6 技术研发风险12.4.7 其他投资风险12.5 激光电视行业投资潜力与建议12.5.1 激光电视行业投资潜力分析12.5.2 激光电视行业最新投资动态12.5.3 激光电视行业投资机会与建议 第十三章 2016-2020年中国激光电视企业投资战略与客户策略分析13.1 激光电视企业发展战略规划背景意义13.1.1 企业转型升级的需要13.1.2 企业做大做强的需要13.1.3 企业可持续发展需要13.2 中国激光电视投资策略分析13.2.1 精益化的发展战略13.2.2 自主研发的贯彻实施问题13.2.3 加强资本运作13.3 激光电视企业战略规划策略分析13.3.1 战略综合规划13.3.2 技术开发战略13.3.3 区域战略规划13.3.4 产业战略规划13.3.5 营销品牌战略13.3.6 竞争战略规划 第十四章 研究结论及建议14.1 研究结论14.2 投资建议14.2.1 行业发展策略建议——ZYCY14.2.2 行业投资方向建议14.2.3 行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/N03827PXZ4.html>