

# 2018-2024年中国激光电视市场运营态势与市场发展前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国激光电视市场运营态势与市场发展前景预测报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201710/577045.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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 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128
      - 1、不同类型分析128
      - 2、不同所有制分析128
    - 二、销售收入结构分析129
      - 1、不同类型分析129
      - 2、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139
    - 1、激光电视产业潜在用户认知程度139
    - 2、激光电视产业潜在潜在用户关注因素139
    - 3、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究方向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：<https://www.chyxx.com/research/201710/577045.html>