

2017-2022年中国录播系统产业竞争现状调研及投资价值分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国录播系统产业竞争现状调研及投资价值分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/289264289264.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

1 常态录播系统的构成

常态录播系统是将授课教师现场讲课的视频、音频以及多媒体教学包括课件、板书等，录制并自动合成实时教学录像。常态录播系统由于采用的技术和设备各有不同，所以品牌和型号有很多，但从系统的整体结构来说却是大同小异，一套完整的录播系统都包括师生视频智能跟踪模块、教学内容显示模块、视频切换模块、音频模块、后台数据处理器以及完善的操作系统和后期编辑软件等。

图：录播系统系统组成示意图

资料来源：公开资料，中国报告网整理

2 常态录制功能

全自动常态录播系统最大的优点是不需要人工操作自动录制教学录像，一改过去那种需要多名人员在工作现场进行拍摄，拍摄完成后再进行编辑合成的录制方式。这样既减少了人力，又提高了工作效率。自动录制相对于传统的人工录制方式显示出其明显的优越性，在教学信息化和教学资源建设中发挥着重要的作用。

操作简便，自动录制全自动常态录播系统的录制非常简单，学期初后台设置好录制起止时间，就进入自动录制状态，系统与教学课表对接，按学期提取所需数据，自动命名，按照课程和主讲人信息自动存储到指定的文件夹中。

图：常态录播系统录制流程图

资料来源：公开资料，中国报告网整理

授课教师可以在没有干扰的情况下，像平时上课一样，专心讲课，充分发挥正常的教学水平。如果在录制过程中有特殊要求，可以提前跟操作人员沟通，操作人员可在控制室通过远程操作使用人工切换并自动生成实时录像，课后教师凭借自己的身份到指定文件夹修改或提取自己的课程视频。这样既便捷，又避免了人工录制对教师产生的影响。

有些教师当知道这节课要录像时，心理上总会有些紧张，在录制时精神紧张，录播过程中口误或出错现象时有发生，往往发挥不了自己的正常水平。而面对常态录播系统，他们由被动变为主动，可以自如地发挥正常的教学水平。

录制内容真实、全面常态录播系统能够全面、准确地录制授课内容全过程全场景，完整地记录教师在授课过程中的课堂实况，包括教师运用多媒体课件、板书等，还有学生现场学习活动的场景。系统按照教师授课时发生的时间顺序自动进行切换，真实记录整个过程，实时拍摄教师授课的视频、音频信息和运用多媒体教学的信息，学生学习活动的视音频信息。最后自动合成为一堂完整的多媒体教学课件。场景之间经过信息化处理可以进行无缝切换组接，能够充分保证录像的质量。

录播常态化人工录制教学录像，需要多名专业技术人员的拍摄、录像、编辑，在现场相互配合，才能完成前期的录制，还要进行后期的编辑合成，才能最终完成整个录像的制作。期间需要较多的专业技术人员拍摄录制、编辑合成等，相对耗时较长，制作成本比较高，极大地限制了拍摄教学录像的数量，对教学资源建设产生一定的影响。

常态录播打破了这种限制，改变了过去录制时间长、需要人员多的状况，同时也带来一些积极的变化。自动录制操作简单，省时省力，可以使教学录像成为常态化。自动录制后，教师可以凭借自己的身份到指定的文件夹中提取自己的课程视频观看，如果觉得有不满意的地方，可以进行修改或删除重新录制。

3提供良好的学习、交流氛围

常态录播系统能实现教学录像的实时网络传输，自动生成网络资源库、流媒体文件库，这给学生的自主学习提供了良好的资源途径。常态录播系统与学校网络的结合，使得教学资源的服务范围更广，利用率更高，为学生学习建立了一个非常好的平台。学生可以通过这个平台点播自己喜欢的教师的教学录像，教师也可以从教学资源库里随时调用自己需要的资料，给学生提供一个良好的学习环境。

学校也可以利用这个校园教学平台进行各种教学活动，如以前教学评估、教学观摩、教学管理等都必须去教学现场才能进行，现在通过这个教学资源平台都可以实现。以前领导进教室听课，难免会影响授课教师的正常发挥，现在既不影响教学，又可以不受干扰，随意进行观看。同事间在网络上就能进行观摩学习，取长补短，提高自己的教学水平。管理人员也可通过网络观看了解教学现场情况。

4小结

全自动常态录播系统目前来说是比较先进的教学设备，投入使用后完成了大量精品课程和教学视频的录制。不仅应用于教学录像的制作，而且在其他领域也得到越来越多的应用

。但也存在许多问题和不足，虽然系统采用比较先进的AIT跟踪和拍摄技术，但系统跟踪方式有区域限制，教室的有些范围不能覆盖。如果教师讲课时习惯在教室内来回走动，当其离开这个设定区域时，系统跟踪技术就无法准确进行跟踪。另外还有视频切换模块存在的问题以及声音方面的问题等，都有待于进一步改善。可以采用一些性能更加优越的硬件设备，对于跟踪技术还要进行加强其覆盖范围和提高准确性的投入和研究。通过增强教室内的光照效果，对教师的穿衣色彩等作一定的限制，加强对声音的采集，对硬件进行一些更为细致的维护等措施来加以改善。常态录播系统在远程教育方面也会有很大的发展，这对增强增大校际交流互动起到良好的作用。随着科技的不断发展，产品的更新提升，常态录播系统的应用将会越来越广泛。

中国报告网发布的《2017-2022年中国录播系统产业竞争现状调研及投资价值分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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。

目录

第一部分行业运行环境分析

第一章录播系统行业相关概述

第一节录播系统行业定义

第二节录播系统行业发展历程

第三节录播系统行业分类情况

第四节录播系统产业链分析

第二章中国录播系统行业发展环境解析（pest分析法）

第一节中国经济环境分析

一、国民经济运行情况gdp

二、消费价格指数cpi、ppi

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、中国汇率调整

八、对外贸易&进出口

第二节中国录播系统行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节中国录播系统行业发展社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四节中国录播系统行业技术环境分析

第二部分行业运营现状分析

第三章1季度中国录播系统行业数据监测分析

第一节1季度中国录播系统设备制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节中国录播系统设备制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、销售收入结构分析

第三节1季度中国录播系统设备制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出货值分析

第四节1季度中国录播系统设备制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节1季度中国录播系统设备制造行业盈利能力分析

- 一、主要盈利指标分析
- 二、主要盈利能力指标分析

第四章中国录播系统市场供需形势透析

第一节录播系统市场现状分析及预测

- 一、1季度我国录播系统行业总产值分析
- 二、我国录播系统行业总产值预测

第二节录播系统产品产量分析及预测

- 一、1季度我国录播系统产量分析
- 二、我国录播系统产量预测

第三节录播系统市场需求分析及预测

- 一、1季度我国录播系统市场需求分析
- 二、我国录播系统市场需求预测

第五章1季度中国录播系统进出口数据监测分析

第一节1季度中国录播系统出口统计

- 一、1季度中国录播系统出口数量统计
- 二、1季度中国录播系统出口金额统计

第二节1季度中国录播系统出口价格分析

第三节中国录播系统出口国家及地区分析

第三部分市场运行形势探究

第六章国内外录播系统行业发展现状剖析

第一节全球录播系统行业发展分析

- 一、全球录播系统行业发展历程
- 二、全球录播系统行业发展现状
- 三、全球录播系统行业发展预测

第二节中国录播系统行业发展分析

- 一、中国录播系统行业发展态势分析
- 二、中国录播系统行业发展特点分析
- 三、中国录播系统行业市场供需分析

第三节中国录播系统产业特征与行业重要性

第七章中国录播系统市场规模状况解析

第一节中国录播系统市场规模分析

第二节中国录播系统区域市场规模分析

一、华北地区市场规模分析

二、东北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西南地区市场规模分析

七、西北地区市场规模分析

第三节中国录播系统市场规模预测

第八章录播系统国内产品价格现状及影响因素分析

第一节国内产品1季度价格回顾

第二节国内产品当前市场价格及评述

第三节国内产品价格影响因素分析

第四节国内产品未来价格走势预测

第九章录播系统及其主要上下游产品现状分析

第一节录播系统上下游分析

一、与上下游行业之间的关联性

二、上游原材料供应形势分析

三、下游产品解析

第二节录播系统行业产业链分析

一、上游行业影响及风险分析

二、下游行业风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第四部分行业竞争策略分析

第十章录播系统产品竞争力优势分析

第一节整体产品竞争力评价

第二节产品竞争力评价结果分析

第三节竞争优势评价及构建建议

第十一章录播系统行业市场竞争策略解析

第一节行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节行业国际竞争力比较

第三节录播系统企业竞争策略分析

一、提高录播系统企业核心竞争力的对策

二、影响录播系统企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高录播系统企业竞争力的策略

第十二章中国录播系统行业重点企业竞争力透析

第一节海信电器

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第二节兆驰股份

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第三节银河电子

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第四节四川长虹

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第五节厦华电子

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第六节深康佳

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第七节tcl集团

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第八节四川九州

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第九节同洲电子

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第十节毅昌股份

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第五部分行业投资运营前景预测

第十三章录播系统行业投资与发展前景分析

第一节录播系统行业投资机会分析

一、录播系统投资项目分析

二、可以投资的录播系统模式

三、录播系统投资机会

第二节中国录播系统行业发展预测分析

- 一、未来录播系统发展分析
- 二、未来录播系统行业技术开发方向
- 三、总体行业"十三五"整体规划及预测

第三节未来市场发展趋势

- 一、产业集中度趋势分析
- 二、"十三五"行业发展趋势

第十四章2013录播系统产业用户度调查分析

第一节录播系统产业用户认知程度调查分析

- 一、不同收入用户认知程度分析
- 二、不同年龄用户认知程度分析
- 三、不同地区用户认知程度分析
- 四、不同学历用户认知程度分析

第二节录播系统产业用户关注因素调查分析

- 一、功能
- 二、质量
- 三、价格
- 四、外观
- 五、服务

第六部分行业投资策略指引

第十五章录播系统行业发展趋势及投资风险分析

第一节当前录播系统存在的问题

第二节录播系统未来发展预测分析

- 一、中国录播系统发展方向分析
- 二、中国录播系统行业发展规模预测
- 三、中国录播系统行业发展趋势预测

第三节中国录播系统行业投资风险分析

- 一、出口风险分析
- 二、市场风险分析
- 三、管理风险分析
- 四、财务风险

第十六章专家行业经营策略建议分析

第一节录播系统行业营销策略分析及建议

一、录播系统行业营销模式

二、录播系统行业营销策略

第二节录播系统行业企业经营发展分析及建议

一、录播系统行业经营模式

二、录播系统行业生产模式

第三节行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第四节市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

图表目录

图表11季度中国gdp总量及增长趋势图

图表26月至5月居民消费价格总指数（以上年同期为100）

图表3我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表4中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表5我国工业增加值增速统计

图表61季度我国全社会固定资产投资额走势图（不含农户）

图表7近期人民币汇率中间价（对美元）

图表81季度我国货物进出口总额走势图

图表91季度中国货物进口总额和出口总额走势图

图表101季度我国人口及其自然增长率变化情况

图表111季度我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表12我国广播和综合人口覆盖率走势图

图表13中国城镇化率走势图

图表141季度我国研究与试验发展（r&d）经费支出走势图

图表151季度我国录播系统设备制造行业企业数量增长趋势图

图表161季度我国录播系统设备制造行业亏损企业数量增长趋势图

（GYZJY）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/289264289264.html>