

2021年中国智能投影仪市场分析报告- 市场现状调查与投资战略研究

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《2021年中国智能投影仪市场分析报告-市场现状调查与投资战略研究》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/dianzishebei/536217536217.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

传统投影仪是与DVD、计算机等其他设备连接，通过VGA、HDMI等视频接口传入视频或图像信号后，经过光源系统、显像系统与光学系统最终将画面投射于幕布、墙面等指定区域的设备。与传统智能微型投影仪相比，智能投影仪具备小型化、智能化与两大特征。智能投影仪可分为智能微型投影仪、普通智能家用投影仪、激光电视。

智能投影仪产品分类

类型

智能微型投影仪

普通智能家用投影仪

激光电视

外表特征

设计紧凑，精致小巧，便于携带。

外形精致，正前方有光学镜头，集成音箱设备。

外形精致，机身正上方有反射式镜头，集成音响设备，通常与幕布搭配使用。

价格区间

1000-5000元

1000-7000元

9000元及以上(不含幕布)

产品定位

便携娱乐、商务

普通家庭娱乐

家庭影院级别的娱乐功能数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2018年，我国智能投影仪行业市场规模为269.6亿元，较上年同比增长102.1%；2019年，我国智能投影仪行业市场规模为**亿元，较上年同比增长**%。

2015-2019年我国智能投影仪行业市场规模及增速 数据来源：公开资料整理

一、优势分析

(1) 商业模式多元：智能投影仪当前较为主流的商业模式为硬件、内容以及广告的销售。硬件销售：制造商在进行技术改进升级的同时，通过降低成本，以高性价比的方式吸引消费者购买智能投影仪。智能投影仪作为一种硬件平台，厂商在机器本身的利润上较低。消费者在购买硬件后将为了升级使用体验而购买各类配件，包括但不限于智能投影仪的幕布、支架等等。配件的造价较低但销量有保障，因此配件的利润更加可观配件。

内容销售：内容方面的销售则属于硬件购买后的服务环节。智能投影仪内置的操作系统是一种新兴的媒体平台，内容提供方将自己的视频资源平台以优惠或限时免费的方式提供给智能投影仪购买者。智能投影仪也是一种耐用性消费类电子产品，内容提供方在消费者的

长期使用过程中为消费者提供多种增值服务和订阅服务，能够有效增加其收入来源。从长期来看，内容提供方还可提供差异化的视听服务，通过对新影视节目、独家节目资源等高价值内容进行额外收费的方式赚取更多利润。而这些利润都可通过协议进行分成，是投影仪厂商与内容提供方共同的市场机遇。

广告销售：智能投影仪操纵系统内界面剩余空间较大、使用频率高，适合作为新型广告载体，智能投影仪厂商赚取额外收入的方式。

智能投影仪商业模式 数据来源：公开资料整理

(2) 产品更加智能化：目前投身于智能投影仪行业的互联网厂商已经通过自身的数据与信息资源方面的优势推出了多种AI终端设备，例如百度旗下的小度智能音箱、小米旗下的小爱同学以及阿里旗下的天猫精灵，其在智能终端的经验对智能投影仪产品将起到重要的技术支持作用。未来投影仪将能够通过使用者的语音指令实现快进、关机、播放下一集甚至调出APP、互联网信息查询等多样化的操作，会使智能投影仪成为智能家居入口的可能性大大增强，为智能投影仪行业挖掘新的潜力。

(3) 技术持续革新：过去十年中，智能投影仪获得技术升级的部分包括光源、显像技术、光学镜头、梯形校正技术等，实现了全面的技术革新。互联网产业的迅猛发展也促进智能投影仪在视频资源和综合娱乐性能方面实现了质的飞跃。智能投影仪能够在市场上爆红的一大原因是硬件技术与互联网的技术进步使得产品更加贴合消费者的实际需求，消费者足不出户获得沉浸式观影体验的需求得到了满足。

(4) 线上渠道销售火热：2018年首次引爆智能投影仪市场的是“618”期间电商促销节。根据数据显示，2018年“618”电商节期间，智能投影销量同比增长了123%，成为了普及与宣传智能投影仪的绝佳窗口。在线上执行各类营销方案的同时，智能投影厂商也纷纷加强线下店面的铺设工作，通过线下体验、线上销售的新零售模式，以线下场景体验带动线上销售。

二、劣势分析

(1) 产品同质化严重：随着技术成熟以及市场内竞争者数量增多，产品同质化情况愈加严重。明基、索尼、优派等投影仪厂商相继发布了4K家用投影仪后，坚果于2018年8月发布了4K分辨率的激光电视U1以及智能投影仪X3，4K在短时间之内就成为了中高端智能投影仪的标配。这一现象虽显现出投影仪企业在技术层面的接近，但也突显出多数厂商在设备的新概念方面创新力不足。

(2) 产品质量良莠不齐：智能投影仪行业目前处于跑马圈地的市场发展初期阶段，竞争格局充满变数，行业头部厂商由控制着海量互联网视听资源的大型互联网厂商以及立足于技术整合的专业智能投影仪厂商组成，而众多产品质量良莠不齐、打着智能投影旗号的劣质投影仪厂商则想趁增量市场的热潮分得一杯羹。

我国智能投影仪行业劣势分析

数据来源：公开资料整理

三、 机遇分析

(1) 行业结合优质影视资源发展：智能投影仪为用户提供的影视资源是消费者做出购买决策的一大影响因素。传统的智能投影仪厂商对内容的创造并不具备先天优势，因此包括极米、坚果在内的中国智能投影仪厂商都选择与上游内容提供方进行合作，并对上游影视资源整合，为消费者提供多种可选影视资源。

(2) 资本青睐：智能投影仪行业在智能家居领域众多产品中脱颖而出，成为投资风口。当前百度、阿里与腾讯（即BAT）均以不同方式投资了智能投影行业。随着资本的持续注入，本土智能投影仪厂商有望在技术研发方面对国外供应商保持追赶与超越态势，技术积累更加深厚，有益于智能投影仪行业的长期发展。

(3) 政策监管及支持：政府相关部门不断完善智能投影仪产品的监管体系，并出台相关政策促进行业发展。

监管政策：如2016年3月，广电总局在《关于依法严厉打击非法电视网络接收设备违法犯罪活动的通知》中提出非法互联网电视接收设备包括但不限于内置含有非法电视、非法广播等非法内容的定向接受软件或硬件模块的机顶盒、电视机、投影仪、显示器等。投影仪第一次在政府官方文件中提及，显示官方对市场上视听节目的传播设备相比以往有了更加明确清晰地认识。

支持政策：如2016年12月，国务院在《“十三五”国家信息化规划》中提出积极推进物联网发展，推进物联网感知设施的规划布局、发展物联网开环应用，促进物联网在城市基础设施、生产经营等环节中的应用。

我国智能投影仪行业相关政策

层面

日期

政策名称

制定部门

主要内容

监管政策

2004.06

《互联网等信息网络传播视听节目管理办法》

广电总局

适用于以互联网协议作为主要技术形态，以计算机、电视机、手机等各类电子设备为接收终端、通过移动信息网、固定通信网、微波通信网、有线电视网、卫星或其他城域网、广域网、局域网等信息网络从事开办、播放、集成、传输与下载视听节目服务等活动。作为视听节目管理的基础性法律，该《管理办法》对新型智能终端的监管存在着更新不及时、产品范围定义模糊等缺点。

2014.08

《关于不得超范围安装互联网电视客户端软件的通知》

广电总局

要求凡是未持有互联网电视集成服务与互联网电视内容许可的机构，一律不得推出、提供用于安装在互联网电视终端产品中的软件客户端。这一政策一经推出导致了大批互联网电视产品被迫下线。智能投影仪产品则未受到波及，反而获得较快发展。

2016.03

《关于依法严厉打击非法电视网络接收设备违法犯罪活动的通知》

广电总局

指出非法互联网电视接收设备包括但不限于内置含有非法电视、非法广播等非法内容的定向接收软件或硬件模块的机顶盒、电视机、投影仪、显示器等。投影仪第一次在政府官方文件中提及，显示官方对市场上视听节目的传播设备相比以往有了更加明确清晰地认识。

支持政策

2016.03

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》

全国人大

适应消费升级趋势，破除政策障碍，优化消费环境，维护消费者权益。支持发展养老、健康、家政、教育培训、文化体育等服务消费。壮大网络信息、智能家居、个性时尚等新兴消费。智能投影仪是智能家居中受到市场欢迎的产品，受政策影响将有良好发展。

2016.12

《“十三五”国家信息化规划》

国务院

积极推进物联网发展，推进物联网感知设施的规划布局、发展物联网开环应用，促进物联网在城市基础设施、生产经营等环节中的应用。数据来源：公开资料整理

四、威胁分析

(1) 幕布价格较贵，安装服务不可靠：投影仪想要完全替代电视机，其在白天的观看效果至关重要，在不安装抗光投影仪的情况下激光电视尚不能消除侧面光线的干扰。因此，想要获得电视机同等效果的投影画面与色彩，使用者则必须拉上窗帘以营造暗光环境，或者安装价格不菲的抗光幕布。除价格外，安装抗光幕布需要厂商提供配套的安装服务。抗光幕布分软屏与硬屏，其中硬屏的成像效果最好、抗光效果最明显，但由于其表面极易受损，且单人无法完成安装，因此不仅安装需要专业人员上门，后续的投影调试等都需要专业人员来完成。

(2) 电影院普及率提高：随着消费升级、居民观影需求增强，我国影院银幕数量的增长一直维持较高水平。银幕数量不断增加，年轻消费群体无需花费上千元购买智能投影仪就可以在就近的电影院观看电影，对智能投影仪行业发展产生不利影响。

威胁我国智能投影仪行业发展因素分析 数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国智能投影仪市场分析报告-市场现状调查与投资战略研究》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国智能投影仪行业发展概述

第一节 智能投影仪行业发展情况概述

- 一、智能投影仪行业相关定义
- 二、智能投影仪行业基本情况介绍
- 三、智能投影仪行业发展特点分析
- 四、智能投影仪行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、智能投影仪行业需求主体分析

第二节 中国智能投影仪行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、智能投影仪行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国智能投影仪行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国智能投影仪行业生命周期分析

一、智能投影仪行业生命周期理论概述

二、智能投影仪行业所属的生命周期分析

第四节 智能投影仪行业经济指标分析

一、智能投影仪行业的赢利性分析

二、智能投影仪行业的经济周期分析

三、智能投影仪行业附加值的提升空间分析

第五节 中国智能投影仪行业进入壁垒分析

一、智能投影仪行业资金壁垒分析

二、智能投影仪行业技术壁垒分析

三、智能投影仪行业人才壁垒分析

四、智能投影仪行业品牌壁垒分析

五、智能投影仪行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球智能投影仪行业市场发展现状分析

第一节 全球智能投影仪行业发展历程回顾

第二节 全球智能投影仪行业市场区域分布情况

第三节 亚洲智能投影仪行业地区市场分析

一、亚洲智能投影仪行业市场现状分析

二、亚洲智能投影仪行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲智能投影仪行业市场前景分析

第四节 北美智能投影仪行业地区市场分析

一、北美智能投影仪行业市场现状分析

二、北美智能投影仪行业市场规模与市场需求分析

三、北美智能投影仪行业市场前景分析

第五节 欧洲智能投影仪行业地区市场分析

- 一、欧洲智能投影仪行业市场现状分析
- 二、欧洲智能投影仪行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲智能投影仪行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界智能投影仪行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球智能投影仪行业市场规模预测

第三章 中国智能投影仪产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品智能投影仪总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国智能投影仪行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国智能投影仪产业社会环境发展分析

- 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、消费观念分析

第四章 中国智能投影仪行业运行情况

第一节 中国智能投影仪行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国智能投影仪行业市场规模分析

第三节 中国智能投影仪行业供应情况分析

第四节 中国智能投影仪行业需求情况分析

第五节 我国智能投影仪行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国智能投影仪行业供需平衡分析

第七节 中国智能投影仪行业发展趋势分析

第五章 中国智能投影仪所属行业运行数据监测

第一节 中国智能投影仪所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国智能投影仪所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国智能投影仪所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国智能投影仪市场格局分析

第一节 中国智能投影仪行业竞争现状分析

一、中国智能投影仪行业竞争情况分析

二、中国智能投影仪行业主要品牌分析

第二节 中国智能投影仪行业集中度分析

一、中国智能投影仪行业市场集中度影响因素分析

二、中国智能投影仪行业市场集中度分析

第三节 中国智能投影仪行业存在的问题

第四节 中国智能投影仪行业解决问题的策略分析

第五节 中国智能投影仪行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国智能投影仪行业需求特点与动态分析

第一节 中国智能投影仪行业消费市场动态情况

第二节 中国智能投影仪行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 智能投影仪行业成本结构分析

第四节 智能投影仪行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国智能投影仪行业价格现状分析

第六节 中国智能投影仪行业平均价格走势预测

一、中国智能投影仪行业价格影响因素

二、中国智能投影仪行业平均价格走势预测

三、中国智能投影仪行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国智能投影仪行业区域市场现状分析

第一节 中国智能投影仪行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区智能投影仪市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区智能投影仪市场规模分析

四、华东地区智能投影仪市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区智能投影仪市场规模分析

四、华中地区智能投影仪市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区智能投影仪市场规模分析
- 四、华南地区智能投影仪市场规模预测

第九章 2017-2020年中国智能投影仪行业竞争情况

第一节 中国智能投影仪行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 中国智能投影仪行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国智能投影仪行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 智能投影仪行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国智能投影仪行业发展前景分析与预测

第一节 中国智能投影仪行业未来发展前景分析

一、智能投影仪行业国内投资环境分析

二、中国智能投影仪行业市场机会分析

三、中国智能投影仪行业投资增速预测

第二节 中国智能投影仪行业未来发展趋势预测

第三节 中国智能投影仪行业市场发展预测

一、中国智能投影仪行业市场规模预测

二、中国智能投影仪行业市场规模增速预测

三、中国智能投影仪行业产值规模预测

四、中国智能投影仪行业产值增速预测

五、中国智能投影仪行业供需情况预测

第四节 中国智能投影仪行业盈利走势预测

一、中国智能投影仪行业毛利润同比增速预测

二、中国智能投影仪行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国智能投影仪行业投资风险与营销分析

第一节 智能投影仪行业投资风险分析

- 一、智能投影仪行业政策风险分析
- 二、智能投影仪行业技术风险分析
- 三、智能投影仪行业竞争风险分析
- 四、智能投影仪行业其他风险分析

第二节 智能投影仪行业应对策略

- 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

第十三章 2021-2026年中国智能投影仪行业发展战略及规划建议

第一节 中国智能投影仪行业品牌战略分析

- 一、智能投影仪企业品牌的重要性
- 二、智能投影仪企业实施品牌战略的意义
- 三、智能投影仪企业品牌的现状分析
- 四、智能投影仪企业的品牌战略
- 五、智能投影仪品牌战略管理的策略

第二节 中国智能投影仪行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国智能投影仪行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 智能投影仪行业竞争力提升策略

- 一、智能投影仪行业产品差异性策略
- 二、智能投影仪行业个性化服务策略

- 三、智能投影仪行业的促销宣传策略
- 四、智能投影仪行业信息智能化策略
- 五、智能投影仪行业品牌化建设策略
- 六、智能投影仪行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国智能投影仪行业发展策略及投资建议

第一节 中国智能投影仪行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国智能投影仪行业营销渠道策略

- 一、智能投影仪行业渠道选择策略
- 二、智能投影仪行业营销策略

第三节 中国智能投影仪行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国智能投影仪行业重点投资区域分析
- 二、中国智能投影仪行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianzishebei/536217536217.html>