

中国

投影仪
报告（2024-2031年）

行业发展

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《中国 投影仪 行业发展深度研究与投资前景分析报
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://www.chinabaogao.com/baogao/202409/729143.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

1、投影仪行业概述

投影仪是一种可以将图像或视频投射到幕布上的设备，可以通过不同的接口同计算机、VCD、DVD、BD、游戏机、DV等相连接播放相应的视频信号。该行业的发展始于20世纪末，当时的投影设备主要面向商务领域，随着科技的不断进步，投影仪技术逐渐升级，应用领域也扩展到教育、娱乐、家庭等多个领域。

根据数据，全球投影仪市场的年均增长率超过10%，市场规模达到了数十亿美元。特别是亚太地区，已经成为投影仪市场的主要增长引擎，其中中国市场尤为活跃。

在技术方面，主流的投影仪技术包括DLP（数字光处理）、LCD（液晶显示屏）和LCOS（液晶微透镜）等。每种技术都有其特点和应用场景，总的来说，DLP是最适合家用智能投影的技术；LCOS是中高端投影仪的选择，色彩表现好，对比度高；LCD则已经被淘汰，但价格便宜。

主流投影仪技术分析

技术

原理

优势

劣势

LCOS

反射式液晶显示

模组体积小、成本低、解析度高、色域广、光利用率高

响应速度慢、功耗高、对比度低

LCD

穿透式液晶显示

技术成熟、成本低、色域广、寿命长

功耗高、对比度低、光利用率低

DLP

数字微镜阵列

亮度高、光效率高、响应速度快

设计复杂、体积大、成本高

资料来源：观研天下整理

2、高光不再，我国投影仪行业销售额持续走低

在疫情期间，投影仪不仅能提供娱乐功能，也成不少家长的选择，是网课首选的观看设备，其销量也高歌猛进，在2022年第一季度，LED光源投影机销量增长超4.7%。但是，随着疫

情政策放开及线下活动的恢复，投影仪不再是“刚需”，投影仪行业高光时刻也逐渐消失。而且投影仪虽然有用，但是画质不好、亮度不行、价格高昂等缺点，始终替代不了电视。在价格方面，大几千的投影仪都是入门，非常鸡肋。对应的，价格偏低的购买人群，多为一二线租房的群体，尽管买的是入门级，但是本质上还是改善型消费；价格大几千上万的，本质是想替代电视，但是价位比电视高的多，陷入尴尬境地。

根据数据显示，2023年，中国投影机市场总出货量473.6万台，同比下降6.2%，并且销售额缩水超四分之一，为147.7亿元人民币，同比下降25.6%，同比下降7.6%；截止2024上半年，中国投影机市场出货量256.8万台，同比增长9.6%，销售额为67.7亿元人民币，同比下降7.6%。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

“投影仪最早用于商用，市场规模不大，这些年出现爆发式增长，主要是个人消费者购买增加，投影仪进入家用为王的时代。但越来越多消费者在使用过程中发现，投影仪并不便捷，观看体验也一般。”梁振鹏判断，投影仪明年的整体销量和销售额可能会继续下降。

他认为，投影仪属于小众产品。“它的劣势很明显，对观看环境要求较高，长时间使用亮度还会有衰减，更适合教学、公司等商用场景。”

3、市场饱和、竞争激烈，各大投影仪品牌到处寻觅市场新增量

投影仪市场趋于饱和，但品牌们还要继续竞争。数据显示，我国投影机市场出货量前五名厂商是极米、当贝、坚果、爱普生和小米，其中四个是国产品牌，一个是国外品牌。作为国内智能投影仪的头部品牌，极米、当贝、坚果占据前三的位置，其中极米在音质方面表现最为出色，当贝则在画质方面遥遥领先，而坚果在颜值方面独具创新。

数据来源：观研天下整理

在2023年，极米、当贝、坚果更是带领投影仪全面迈入激光化，比如采用了ALPD5.0超级全色激光的当贝X5 Ultra，采用了三色激光的坚果N1S Ultra，以及刚刚上市并采用了全新护眼三色激光的极米RS10 Ultra，用户可以体验到更极致的大屏观影体验。

各品牌主力产品参数及定价

品牌

产品名称

光源

亮度

超级云台

定价

当贝

D6X

三色激光

720CVIA

支持

3099元

D6XPro

ALPD激光

1200CVIA

支持

3999元

X5S

ALPD激光

2450CVIA

不支持

4999元

ViddaC2系列

C2至臻版

三色激光

1700CVIA

支持

6399元

C2S

三色激光

2000CVIA

支持

6999元

C2Pro

三色激光

2600CVIA

支持

9499元

C2Ultra

三色激光

3000CVIA

支持

11999元

坚果

N1S

三色激光

1200CVIA

支持

4989元

极米

RS10

三色激光

1950CVIA

支持

5999元

RS10Pro4K

三色激光

3000CVIA

支持

8599元

资料来源：观研天下整理

那么何为激光投影仪？目前，国内投影仪主要有DLP、LCD两大技术路线，前者是能对光源进行高效利用，技术门槛高、成本高、性能佳，处于中高端市场，是极米、坚果、当贝等品牌选择的技术路线。后者对光线环境有更高要求，但技术门槛低、成本低、性能差，可将投影仪价格控制在千元以下，处于低端市场，该阵营主要有小明、小米、爱国者等品牌。

投影仪主流四种显示技术

显示方案

单片机LCD

3LCD

DLP（DMD）

LCOS

推行时间

1990年代

1990年代

1990年代

2000年代

核心部件

透射式液晶板

透射式液晶板

反射式液晶板

DMD器件微镜阵列

光机光效

较低

较低

较低

较高

色彩分辨率

低

低

高

高

色彩效果

低

高

高

高

分辨率

低

低

高

高

密封性

无法密封，需防尘

无法密封，需防尘

无法密封，需防尘

可密封

整机体积

小

大

小

小

成本

较低

中等

高

高

主要开发厂商

中小厂商

爱普生，索尼，松下

索尼、JVC、LG

索尼、飞利浦和英特尔

资料来源：观研天下整理

激光光源技术对比

光源技术名称

单色激光

普通三色激光

超级全色激光

DualLight1.0超级混光

DualLight2.0护眼三色激光

时间

2021

2022

2023

2023

全新一代光源技术

光源类型

单一光源

单一光源

混合光源（LED+激光）

混合光源（LED+激光）

混合光源（激光+荧光）

主导光源

荧光

激光

LED

LED

三色激光

辅助光源

-

-

激光

激光

激光激发的荧光

优点

亮度高

色域高、对比度高

亮度高、高低色域可切换、散斑&彩边重影相对较好

几乎无散斑，支持P3色域

亮度高、色域高，无明显散斑和彩边重影，观看更舒适

缺点

色域不高

观看不舒适、散斑和彩边重影始终存在、对于敏感人群尤为显著

对比度不高、色准差

对比度不高、默认色域低

-

资料来源：观研天下整理

在2019年，使用DLP技术的投影仪产品占据75%的份额，但从2022年开始，LCD产品开始迅猛增长，反超DLP，成为行业主流。根据数据显示，2023年，LCD市场份额持续攀升至66.1%，而DLP产品降到31.9%。

但这也导致投影仪行业集中度下降，头部企业具有一定技术含量的DLP路线的拥趸，但销量陷入瓶颈期，消费群体被低端产品抢食，而低端产品，由于门槛较低，厂商林立，竞争内卷，导致行业出现大厂销量下降，不怎么赚钱，小厂有销量，但是赔本赚吆喝.....

国内市场逐渐饱和、竞争愈发激烈，越来越多投影仪品牌选择出海。例如，2016年，极米在美国硅谷成立公司首家海外办事处，负责公司产品在海外市场销售事宜；2018年公司进军投影仪龙头爱普生大本营日本市场，推出集吸顶灯、投影仪和蓝牙音箱于一体的“阿拉丁神灯”，成为当地销量第一的产品。同年，公司将业务辐射到德国、英国、俄罗斯、美国等100+个国家和地区，截止目前公司已在美国、日本、德国、新加坡等地设立海外公司。根据数据显示，2023年，极米的海外业务收入占比达到25.66%，同比提升近7%。当贝在亚马逊上线1年，销售额破亿，增长率超300%。

数据来源：观研天下整理

4、躺平还是卷研发？投影仪行业未来该何去何从？

此外，投影仪品牌还可以选择在技术上，加大研发，向深度上卷，要足够的去卷深技术，去卷高端市场，去抢占更多车载、电影院类市场。当然，品牌们还可以继续“价格躺平”，发力低端，冲千元市场，抓住价格门槛低的，入门尝鲜类群体。虽然很魔幻，很割裂，但这就是现实。（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国投影仪行业发展深度研究与投资前景分析报告》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国	投影仪	行业发展概述
第一节	投影仪	行业发展情况概述
一、	投影仪	行业相关定义
二、	投影仪	特点分析
三、	投影仪	行业基本情况介绍
四、	投影仪	行业经营模式
1、生产模式		
2、采购模式		
3、销售/服务模式		
五、	投影仪	行业需求主体分析
第二节 中国	投影仪	行业生命周期分析
一、	投影仪	行业生命周期理论概述

二、	投影仪	行业所属的生命周期分析
第三节	投影仪	行业经济指标分析
一、	投影仪	行业的赢利性分析
二、	投影仪	行业的经济周期分析
三、	投影仪	行业附加值的提升空间分析
第二章 2019-2023年全球	投影仪	行业市场发展现状分析
第一节 全球	投影仪	行业发展历程回顾
第二节 全球	投影仪	行业市场规模与区域分布情况
第三节 亚洲	投影仪	行业地区市场分析
一、亚洲	投影仪	行业市场现状分析
二、亚洲	投影仪	行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲	投影仪	行业市场前景分析
第四节 北美	投影仪	行业地区市场分析
一、北美	投影仪	行业市场现状分析
二、北美	投影仪	行业市场规模与市场需求分析
三、北美	投影仪	行业市场前景分析
第五节 欧洲	投影仪	行业地区市场分析
一、欧洲	投影仪	行业市场现状分析
二、欧洲	投影仪	行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲	投影仪	行业市场前景分析
第六节 2024-2031年世界	投影仪	行业分布走势预测
第七节 2024-2031年全球	投影仪	行业市场规模预测
第三章 中国	投影仪	行业产业发展环境分析
第一节 我国宏观经济环境分析		
第二节 我国宏观经济环境对		投影仪 行业的影响分析
第三节 中国	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		
三、主要行业标准		
第四节 政策环境对	投影仪	行业的影响分析
第五节 中国	投影仪	行业产业社会环境分析
第四章 中国	投影仪	行业运行情况
第一节 中国	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	投影仪	行业市场规模分析
一、影响中国	投影仪	行业市场规模的因素
二、中国	投影仪	行业市场规模
三、中国	投影仪	行业市场规模解析
第三节 中国	投影仪	行业供应情况分析
一、中国	投影仪	行业供应规模
二、中国	投影仪	行业供应特点
第四节 中国	投影仪	行业需求情况分析
一、中国	投影仪	行业需求规模
二、中国	投影仪	行业需求特点
第五节 中国	投影仪	行业供需平衡分析
第五章 中国	投影仪	行业产业链和细分市场分析
第一节 中国	投影仪	行业产业链综述
一、产业链模型原理介绍		
二、产业链运行机制		
三、	投影仪	行业产业链图解
第二节 中国	投影仪	行业产业链环节分析
一、上游产业发展现状		
二、上游产业对	投影仪	行业的影响分析
三、下游产业发展现状		
四、下游产业对	投影仪	行业的影响分析
第三节 我国	投影仪	行业细分市场分析
一、细分市场一		
二、细分市场二		
第六章 2019-2023年中国	投影仪	行业市场竞争分析
第一节 中国	投影仪	行业竞争现状分析
一、中国	投影仪	行业竞争格局分析
二、中国	投影仪	行业主要品牌分析
第二节 中国	投影仪	行业集中度分析
一、中国	投影仪	行业市场集中度影响因素分析
二、中国	投影仪	行业市场集中度分析
第三节 中国	投影仪	行业竞争特征分析
一、企业区域分布特征		
二、企业规模分布特征		

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国

第一节 中国

投影仪

投影仪

行业模型分析

行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国

投影仪

行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国

投影仪

行业SWOT分析结论

第三节 中国

投影仪

行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国

投影仪

行业需求特点与动态分析

第一节 中国

投影仪

行业市场动态情况

第二节 中国

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

投影仪

行业成本结构分析

第四节

投影仪

行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国	投影仪	行业价格现状分析
第六节 中国	投影仪	行业平均价格走势预测
一、中国	投影仪	行业平均价格趋势分析
二、中国	投影仪	行业平均价格变动的影响因素
第九章 中国	投影仪	行业所属行业运行数据监测
第一节 中国	投影仪	行业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	投影仪	行业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	投影仪	行业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		
第十章 2019-2023年中国	投影仪	行业区域市场现状分析
第一节 中国	投影仪	行业区域市场规模分析
一、影响	投影仪	行业区域市场分布的因素
二、中国	投影仪	行业区域市场分布
第二节 中国华东地区	投影仪	行业市场分析
一、华东地区概述		
二、华东地区经济环境分析		
三、华东地区	投影仪	行业市场分析
（1）华东地区	投影仪	行业市场规模
（2）华东地区	投影仪	行业市场现状
（3）华东地区	投影仪	行业市场规模预测
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	投影仪	行业市场分析

(1) 华中地区	投影仪	行业市场规模
(2) 华中地区	投影仪	行业市场现状
(3) 华中地区	投影仪	行业市场规模预测
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	投影仪	行业市场分析
(1) 华南地区	投影仪	行业市场规模
(2) 华南地区	投影仪	行业市场现状
(3) 华南地区	投影仪	行业市场规模预测
第五节 华北地区		
	投影仪	行业市场分析
一、华北地区概述		
二、华北地区经济环境分析		
三、华北地区	投影仪	行业市场分析
(1) 华北地区	投影仪	行业市场规模
(2) 华北地区	投影仪	行业市场现状
(3) 华北地区	投影仪	行业市场规模预测
第六节 东北地区市场分析		
一、东北地区概述		
二、东北地区经济环境分析		
三、东北地区	投影仪	行业市场分析
(1) 东北地区	投影仪	行业市场规模
(2) 东北地区	投影仪	行业市场现状
(3) 东北地区	投影仪	行业市场规模预测
第七节 西南地区市场分析		
一、西南地区概述		
二、西南地区经济环境分析		
三、西南地区	投影仪	行业市场分析
(1) 西南地区	投影仪	行业市场规模
(2) 西南地区	投影仪	行业市场现状
(3) 西南地区	投影仪	行业市场规模预测
第八节 西北地区市场分析		
一、西北地区概述		
二、西北地区经济环境分析		
三、西北地区	投影仪	行业市场分析

(1) 西北地区	投影仪	行业市场规模
(2) 西北地区	投影仪	行业市场现状
(3) 西北地区	投影仪	行业市场规模预测
第十一章	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、公司优势分析		
第六节 企业		

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析
- 第七节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析
- 第八节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析
- 第九节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析
- 第十节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国

投影仪 行业发展前景分析与预测

第一节 中国

投影仪

行业未来发展前景分析

一、

投影仪

行业国内投资环境分析

二、中国

投影仪

行业市场机会分析

三、中国

投影仪

行业投资增速预测

第二节 中国

投影仪

行业未来发展趋势预测

第三节 中国

投影仪

行业规模发展预测

一、中国

投影仪

行业市场规模预测

二、中国

投影仪

行业市场规模增速预测

三、中国

投影仪

行业产值规模预测

四、中国

投影仪

行业产值增速预测

五、中国	投影仪	行业供需情况预测
第四节 中国	投影仪	行业盈利走势预测
第十三章 2024-2031年中国		投影仪 行业进入壁垒与投资风险分析
第一节 中国	投影仪	行业进入壁垒分析
一、	投影仪	行业资金壁垒分析
二、	投影仪	行业技术壁垒分析
三、	投影仪	行业人才壁垒分析
四、	投影仪	行业品牌壁垒分析
五、	投影仪	行业其他壁垒分析
第二节	投影仪	行业风险分析
一、	投影仪	行业宏观环境风险
二、	投影仪	行业技术风险
三、	投影仪	行业竞争风险
四、	投影仪	行业其他风险
第三节 中国	投影仪	行业存在的问题
第四节 中国	投影仪	行业解决问题的策略分析
第十四章 2024-2031年中国		投影仪 行业研究结论及投资建议
第一节 观研天下中国		投影仪 行业研究综述
一、行业投资价值		
二、行业风险评估		
第二节 中国	投影仪	行业进入策略分析
一、行业目标客户群体		
二、细分市场选择		
三、区域市场的选择		
第三节	投影仪	行业营销策略分析
一、	投影仪	行业产品策略
二、	投影仪	行业定价策略
三、	投影仪	行业渠道策略
四、	投影仪	行业促销策略
第四节 观研天下分析师投资建议		
图表详见报告正文		

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202409/729143.html>