

2014-2018年中国多媒体展 览展示市场监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2018年中国多媒体展览展示市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/chuanmei1312/X5161881EJ.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-12-11

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国多媒体展览展示市场监测及投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了中国多媒体展览展示行业市场发展环境、中国多媒体展览展示整体运行态势等，接着分析了中国多媒体展览展示行业市场运行的现状，然后介绍了中国多媒体展览展示市场竞争格局。随后，报告对中国多媒体展览展示做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国多媒体展览展示行业发展趋势与投资预测。您若想对多媒体展览展示产业有个系统的了解或者想投资多媒体展览展示行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

媒体展示技术不同于大众传媒技术。作为大众传媒技术，通常是指：无线电广播、无线/有线电视网、互联网、宽带数据通信等；以及与之配套的一些终端设备，如电视机、监视器、投影机等。这些大众传媒技术遵循一定的技术标准和规范，有专门部门负责管理。我们所谓的展示媒体指的是一种在特定场合使用、用于表现和展示特定内容的媒体，如展板、挂图、灯箱、LED显示屏、电视机屏幕、电视墙等。随着国家经济、科技、教育文化事业的发展，及综合国力的提高，目前此类展示媒体呈现出下面几个方面的特征：(1)展示场合广泛：从固定场所，如图书馆、博物馆、文化馆、科技馆、档案馆、娱乐厅、证券交易所；到临时场所，如展览会、博览会、会议室；再到车站、码头、地铁站台、大卖场、街头等到处都能找到此类媒体的足迹。(2)展示内容丰富：从宣传党的政策、歌颂领导伟业、反映经济增长；到揭示一个现象、演示一个规律、解释一个科学原理；再到树立企业形象、介绍一种产品、分析证券指数等，有数以万计的内容和信息需要传达。(3)展示技术落后：作为多媒体展示不仅要能够有效地传递信息，而且要具有娱乐的效果并让观众留下深刻的印象。现有的展示手段十分落后，如传统的展板、挂图、灯箱等几乎无人问津；LED显示屏、大屏幕、电视墙等平面式的展示设备已普遍采用。这些展览方式已无法向观众展示日新月异的知识信息，所以需要开展对新的媒体展示技术研究开发，强化宣传和视听传达效果，营建现代化特色的数字展览馆。

现代展示技术已开始进入博物馆、展示馆、陈列室，现代展示主要是把多媒体技术和高新技术的手段运用到展示中去，增加人们对展示的观赏性和参与性，从而加深印象达到教育目的。在国外，大型会议、产品发布会甚至联合国会议中都大量使用多媒体宣传技术，它的作用和能力越来越多的被人们认可和运用。现在，国外既有专门从事创意、设计及施工布展的公司，也有专门从技术上开发制作展示设备的供货商，两者结合产生了许多令人叫绝的作品。国外多媒体技术在展示中的应用，最典型的为Disneyland，大量地采用了声、光、电技术，投资了几亿到十几亿美元建设，吸引了大量的游客。多媒体展示在国际展示系统中已占有相

当重要的地位，已经形成了相当大的产业。从国内情况看，社会上有不少广告公司、专业展览公司、美术设计公司，其中不乏优秀的创意和设计思想，但由于缺乏技术上的支撑，总体上显得亮点不够。

随着互联网技术的发展、IT与通信的融合，赋予了多媒体技术全新的发展空间。

第一章 2013年中国多媒体展览展示产业运行态势分析

第一节 2013年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2014年中国多媒体展览展示经济发展预测分析

第二节 2013年中国多媒体展览展示产业发展概况

一、多媒体展览展示技术产业应用

二、多媒体展览展示产业市场分析

三、多媒体展览展示产业项目分析

第三节 2013年中国多媒体展览展示产业技术概况

一、多媒体互动技术在展示中的特点

二、多媒体展览展示设计制作分析

三、多媒体展览展示技术的商业价值

四、多媒体展览展示技术解决方案

第四节 2013年中国多媒体展览展示产业重点资讯

第二章 2013年中国多媒体展览展示产业细分产品分析——虚拟翻书

第一节 中国虚拟翻书产业发展综述

一、虚拟翻书原理

二、虚拟翻书系统的特点分析

三、技术设计和展品结构

第二节 中国虚拟翻书产业在应用领域运行情况分析

一、应用领域

二、应用功能

第三节 未来中国虚拟翻书市场前景分析

第三章 2013年中国多媒体展览展示产业细分产品分析——互动投影

第一节 2013年中国互动投影产业发展概况

一、互动投影系统定义

二、互动投影的组成部分

三、互动投影的原理

四、广告领域的重大变革

五、消费场所的新亮点

六、互动投影系统平台形式

第二节 2013年中国互动投影产业应用目标分析

第三节 互动投影专门应用的典型案例

第四章 2013年中国多媒体展览展示产业细分产品分析——电子沙盘

第一节 2013年中国电子沙盘产业发展情况分析

一、电子沙盘定义

二、系统控制模式分析

三、三维电子沙盘介绍

四、三维电子沙盘技术分析

第二节 2013年中国电子沙盘市场运行态势分析

一、虚拟“沙盘”推演现代战争

二、电子沙盘系统应用情况分析

三、奥林匹克公园电子沙盘项目分析

第三节 2013年中国电子沙盘产业发展分析

一、数字北京电子沙盘建设情况

二、平潭实验区数字沙盘建设情况

三、镇江市电子沙盘在气象展示中的应用

四、中国第一电子沙盘应用分析

第五章 2013年中国多媒体展览展示产业细分产品分析——触摸屏一体机

第一节 触摸屏相关概述

一、触摸屏的概念

二、触控屏产业链分析

三、触控屏生产工艺分析

第二节 2013年世界触摸屏市场分析

第三节 2013年中国触摸屏一体机产业运行形势分析

一、中国触摸屏一体机特点分析

二、触摸屏一体机市场应用情况分析

第四节 2013年中国触摸屏一体机产品市场分析

第五节 2013年中国触摸屏一体机市场竞争形势分析

一、由卖方市场走向买方市场是价格降低的必然

二、无序的市场竞争是价格降低的主要因素

三、伪劣的产品冲击整个行业市场

四、失信的服务降低了用户的购买欲望

第六章 2013年中国多媒体展览展示产业细分产品分析--全息屏幕

第一节 2013年中国全息屏幕产业发展状况分析

一、全息技术的商业化之路

二、Woehburk透明大屏幕全息屏登陆中国市场

三、创维大屏幕交互式光显背投电视亮相教育市场

四、交互式背投体机在教学中的突出优势

五、GRC全息屏幕-新代创新型背投屏幕

六、全息立体投影在医学研究中应用前景广阔

第二节 2013年中国全息屏幕细分产品市场动态分析

一、全息影像交互大屏幕

二、背投式交互大屏幕

三、互动橱窗

第三节 2013年中国纳米透明触摸屏市场运行态势分析

第四节 2014-2018年大屏幕拼接产业特征及趋势展望

第七章 2013年中国多媒体展览展示产业细分产品分析--特效影院

第一节 3D影院

一、3D影院的相关概述

二、3D电影改变电影产业链条

三、3D影院开创视学觉效果新革命

四、全球数字3D影院发展概况

五、中国数字3D立体电影发展

第二节 4D动感影院

一、4D动感影院概述

二、4D影院构成要素

三、4D影院发展概况

第三节 雾屏影院

一、雾屏影院的概述

二、雾屏影院的特点

三、雾屏影院作用原理

四、全球最大科普场馆采用雾屏展示技术

第四节 穹幕影院

一、穹幕影院定义

二、4D穹幕影院特点

三、穹幕影院特效设备

四、山西建标志建筑“穹幕影院”

第五节 环幕电影

一、环幕电影的概述

二、环幕电影历史发展

三、环幕电影的影响

第六节 其他特效影院

一、折幕影院

二、弧幕影院

第八章 2013年中国多媒体展览展示产业细分产品分析--互动展品

第一节 电子签到

第二节 知识抢答系统

第三节 虚拟主持/解说

第四节 互动剧场

第五节 智能客流量统计系统

第九章 2013年中国多媒体展览展示产业细分产品分析--互动灯光系列

第一节 墙面互动灯光

第二节 LED流水灯条控制

第三节 光线画

第四节 灯光互动地面

第五节 摇头灯打字

第十章 2013年中国多媒体展览展示产业细分产品分析--音视频控制

第一节 语音自动播放系统

第二节 视频自动监控系统

第三节 触控多媒体展示墙

第四节 旋转电视

第十一章 2013年中国多媒体展览展示其他产品分析

第一节 2013年中国多点触摸技术发展状况分析

一、多点触摸技术概述

二、具体应用

三、互动吧台

第二节 2013年中国多媒体设计制作分析

一、平面设计、Flash动画设计、三维动画设计

二、多媒体触摸屏查询技术

三、触摸浏览器

第三节 2013年中国立体成像技术分析

一、360度幻像

二、幻影成像

三、空气成像

四、内投球

五、外投球

第十二章 2013年中国多媒体展览展示产业企业分析

第一节 西安灵境科技有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

第二节 北京盛邦新业科技有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

第三节 上海蓝景信息科技有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

第四节 上海朴科信息科技有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

第十三章 2014-2018年中国多媒体展览展示产业发展趋势分析

第一节 展览展示业(含展架)的发展特点

一、展览展示业(含展架)更快发展

二、展览展示业(含展架)竞争加剧

三、展览展示业(含展架)整合推进

四、中国展馆设施水平更快提高

五、未来政府办展活动逐步减少

六、展览审批管理制度的改革加快

七、加速中国展览市场中外价格并轨

八、推动展览展示业(含展架)行业自律

第二节 中国展览展示器材行业的发展趋势

第三节 多媒体现代展示技术发展趋势分析

第四节 多媒体设备在高等教育形式下的发展状况

一、多媒体设备在高等教育形式下发展状况

二、中国多媒体教学仪器设备的特点和水平

第五节 便携式多媒体设备的电源管理新趋势

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

图表：略……

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1312/X5161881EJ.html>