

2012-2016年中国扫描笔行业深度调研与投资前景研究报告

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

《2012-2016年中国扫描笔行业深度调研与投资前景研究报告》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/yingjian1112/Q775043D9O.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7500元

【出版日期】2011-12-02

【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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国扫描笔行业深度调研与投资前景研究报告》共十章。首先介绍了中国扫描笔行业市场发展环境、中国扫描笔整体运行态势等，接着分析了中国扫描笔行业市场运行的现状，然后介绍了中国扫描笔市场竞争格局。随后，报告对中国扫描笔做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国扫描笔行业发展趋势与投资预测。您若想对扫描笔产业有个系统的了解或者想投资扫描笔行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

扫描笔定义：又名微型扫描仪或手刮式扫描笔。所谓的扫描笔，即是通过扫描技术，直接将图像，表格或者印刷字体等扫描到笔里存储或者直接传送到电脑，进行存储阅读或者编辑修改等操作。（而如今扫描笔不仅仅是简单的摘录功能而已了，还加入了翻译，发音等功能！）

第一章 世界扫描笔行业整体运营状况分析

第一节 2011年世界扫描笔行业发展环境分析

第二节 2011年世界扫描笔行业市场发展格局

一、世界扫描笔市场亮点聚焦

二、世界扫描笔品牌市场动态

三、世界扫描笔市场需求、应用分析

第三节 2011年世界扫描笔品牌主要国家分析

一、以色列

二、美国

三、德国

第四节 2012-2016年世界扫描笔行业发展趋势分析

第二章 中国扫描笔行业市场发展环境分析

第一节 国内扫描笔经济环境分析

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、2012年中国扫描笔经济发展预测分析

第二节 中国扫描笔行业政策环境分析

第三章 中国扫描笔行业市场运行态势分析

第一节 2011年中国计算机外围高端产品市场运行总况

第二节 2011年中国扫描笔市场动态分析

- 一、新品Anyty(艾尼提)微型扫描HSA610 上市销售
- 二、扫描笔市场容量及潜力在需求分析
- 三、扫描笔引爆翻译市场
- 四、扫描笔让书店 “免费”存隐患

第三节 2011年中国扫描笔区域市场销售情况分析

- 一、一线城市已基本展开
- 二、二三线城市扫描笔销售情况

第四节 2011年中国扫描笔价格分析

- 一、中国主流电教学习用品市场价格幅度
- 二、扫描笔市场价格上下限分析

第四章 中国扫描笔细分热点产品分析

第一节 联机扫描笔

- 一、产品优势
- 二、消费联机扫描笔消费者需求应用情况
- 三、联机扫描笔价格分析

第二节 脱机扫描笔

- 一、产品优势及技术应用
- 二、脱机扫描笔品牌市场分析
 - 1、E摘客
 - 2、译摘王
 - 3、译神
- 三、消费联机扫描笔消费者需求应用情况
- 四、联机扫描笔价格分析

第五章 中国扫描笔品牌市场分析

第一节 wizcom (乐创)

- 一、品牌竞争力分析

二、产品市场价格分析

三、市场营销策略分析

第二节 3R的Anyty（艾尼提）

第三节 PLANON（普蓝诺）

第四节 汉王

第五节 蒙恬

第六节 晨拓

第七节 天几

第八节 天彩

第六章 中国扫描笔市场营销分析

第一节 2011年中国扫描笔消费者分析

一、扫描笔目标消费群

二、消费者对扫描笔功能需求日趋多样化

三、消费者对扫描笔价格敏感度分析

四、消费者对扫描笔品牌满意度分析

五、影响消费者购买扫描笔的因素分析

第二节 2011年中国扫描笔市场营销现状

一、扫描笔营销特点

二、扫描笔营销渠道及模式分析

第三节 2011年中国扫描笔营销策略分析

一、汉王E摘客扫描笔促销

二、买普蓝诺RC800 扫描笔送充电套装

三、普蓝诺扫描笔限时促销

四、晨拓扫描笔锁定主流客户

第七章 中国扫描笔市场竞争格局分析

第一节 2011年中国扫描笔市场竞争总况

一、扫描笔市场竞争程度

二、品牌竞争力分析

三、价格及其它促销方式竞争

第二节 2011年中国扫描笔行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、生产企业的集中分布

第三节 2011年中国扫描笔同其它替代品竞争分析

第四节 2012-2016年中国扫描笔行业竞争趋势分析

第八章 中国扫描笔重点生产企业分析

第一节 乐创公司

一、中国扫描笔品牌先驱

二、乐创公司的扫描翻译笔销售额呈现直线形上升

三、产品性价比分析

第二节 汉王制造有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 浙江蒙恬文具礼品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 湖南天几数码科技有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 晨拓公司

第六节 其它企业

- 一、厦门市乐创信息科技有限公司
- 二、石家庄英华数码科技有限公司
- 三、北京宝隆永鑫科技有限公司
- 四、北京世纪友基科技发展中心
- 五、北京金科导电子有限公司
- 六、南京天几星数码科技有限公司
- 七、北京爱迪泰克科技有限公司

第九章 2012-2016年中国扫描笔行业发展趋势与前景分析

第一节 2012-2016年中国扫描笔行业发展前景分析

- 一、中国电教产品市场至少有10亿的市场空间可供扫描翻译笔发展
- 二、未来3年时扫描翻译笔发展的黄金时期

第二节 2012-2016年中国扫描笔行业发展趋势分析

- 一、扫描笔逐渐由贵族化走向平民化
- 二、扫描笔礼品营销新趋势
- 三、扫描翻译笔引领翻译潮流

第三节 2012-2016年中国扫描笔行业市场供需预测分析

第四节 2012-2016年中国扫描笔市场盈利预测分析

第十章 2012-2016年中国扫描笔行业投资价值分析

第一节 2011年中国扫描笔投资环境分析

第二节 2012-2016年中国扫描笔行业投资机会分析

- 一、扫描笔区域投资潜力分析
- 二、扫描笔配件市场投资吸引力分析

第三节 2012-2016年中国扫描笔行业投资风险分析

- 一、宏观调控政策风险
- 二、市场竞争风险
- 三、进退入风险
- 四、市场运营机制风险

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：汉王制造有限公司主要经济指标走势图

图表：汉王制造有限公司经营收入走势图

图表：汉王制造有限公司盈利指标走势图

图表：汉王制造有限公司负债情况图

图表：汉王制造有限公司负债指标走势图

图表：汉王制造有限公司运营能力指标走势图

图表：汉王制造有限公司成长能力指标走势图

图表：浙江蒙恬文具礼品有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江蒙恬文具礼品有限公司经营收入走势图

图表：浙江蒙恬文具礼品有限公司盈利指标走势图

图表：浙江蒙恬文具礼品有限公司负债情况图

图表：浙江蒙恬文具礼品有限公司负债指标走势图

图表：浙江蒙恬文具礼品有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江蒙恬文具礼品有限公司成长能力指标走势图

图表：湖南天几数码科技有限公司主要经济指标走势图

图表：湖南天几数码科技有限公司经营收入走势图

图表：湖南天几数码科技有限公司盈利指标走势图

图表：湖南天几数码科技有限公司负债情况图

图表：湖南天几数码科技有限公司负债指标走势图

图表：湖南天几数码科技有限公司运营能力指标走势图

图表：湖南天几数码科技有限公司成长能力指标走势图

图表：2012-2016年中国扫描笔市场供需形势预测

图表：2012-2016年中国扫描笔市场盈利预测分析

图表：略……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yingjian1112/Q775043D9O.html>