

2025年中国智能投影独立行业研究： 光行其野，千幕竞流，投影新章迎辽阔 (精华版)

2025 China Smart Projector Industry
2025 年中国スマートプロジェクター産業

概览标签：智能投影、消费电子、车载投影

2025/10

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

研究目的

此研究将会回答的关键问题：

- ① 智能投影产品与品牌发展情况如何？
- ② 智能投影行业全球及中国市场规模情况如何？有哪些关键驱动因素推动市场增长？
- ③ 中国智能投影行业的竞争格局情况如何？未来竞争格局将如何变化？

摘要

- **市场规模：**当前，全球数字化转型持续加速，远程办公、在线教育、沉浸式娱乐以及文旅展陈等应用场景快速扩张，推动投影设备在智能交互、远程协同、多屏融合等功能上需求显著增强。从市场结构来看，2019年至2024年全球投影设备销量整体呈波动上行趋势，2024年在需求复苏与购机门槛降低的推动下，回升至1,700万台，并预计在2024至2029年保持13.0%的复合增长率。在营收维度，2024年全球投影市场规模达人民币532亿元，但受平均单价持续下行影响，近两年营收一度出现阶段性回落。同时，中小品牌因竞争加剧逐步退出市场，行业集中度由头部品牌加速提升。展望未来，随着需求侧增长趋势明确、产品价格逐步企稳以及头部厂商持续在光机、系统及生态体验上加速升级，全球投影行业正从单纯的可选娱乐型设备，逐步转向具备长期、刚性与多场景属性的核心显示终端，并有望进入更健康、可持续的稳健增长阶段。消费级产品仍将是核心驱动力，同时车载投影等新兴应用将贡献增量，整体行业渗透率与市场价值空间仍具持续提升潜力。
- **竞争格局：**2024年全球投影行业市场格局呈现出传统光学巨头领航与中国智能新势力快速追赶的双线竞争态势。在整体投影市场中，Epson凭借深厚的光学技术积累与工程投影渠道优势；相比之下，中国品牌正通过智能化与产品体验创新实现突破，极米以5.6%的份额跃居全球前列。当贝、Acer、Optoma等品牌分别保持2%上下的占比，行业仍呈长尾结构，前五之外的“其他品牌”占比超过七成，反映出行业在全球范围仍处于竞争分散阶段，品牌集中度提升空间较大。在消费级领域，中国品牌优势进一步凸显。在客厅观影、娱乐投影与便携微投等家庭场景中，极米以9.4%的份额位列全球第一，形成对日本与中国台湾传统品牌的反向压制；当贝与坚果分别以3.6%与2.3%的份额进入前五，Vidda依托海信体系实现2.1%的份额突破，而Epson在消费投影市场占比降至3.2%。









定义与分类

智能家用投影仪根据光源可分为灯泡、LED、激光。灯泡智能投影仪性能均衡，面向中端消费市场。LED智能投影仪性价比较高，面向中低端消费市场。激光智能投影仪亮度和画质高，面向中高端消费市场

智能家用投影仪的定义与分类

智能投影仪与传统投影仪相比，拥有智能操作系统和相应的软件算法，具备画面校正、自动对焦、手机遥控等功能。与智能商用投影仪相比，智能家用投影仪的体积更小、功耗更低，适用于家庭多场景。根据智能家用投影仪使用光源的不同，可分为灯泡、LED、激光智能投影仪三大类

| | 产品分类 | 产品定位 | 光源特点 | 品类概述 | 代表产品 | 描述 |
|---------|----------|---|---|--|---|---|
| 智能家用投影仪 | 灯泡智能投影仪 | <ul style="list-style-type: none">中端消费市场价格集中在2,000-4,000元 | <ul style="list-style-type: none">灯泡以高压气体灯为主使用寿命普遍不超过一万小时采购成本低亮度可至数万流明 | 灯泡智能投影仪的产品性能均衡，但使用寿命有限。该产品随着使用时间的增多会出现光衰现象，在亮度上呈现下降的趋势。因此，灯泡智能投影仪的家用市场规模较小 |   爱普生 CH-TW5700TX 明基 i750 | <ul style="list-style-type: none">灯泡光源由于使用寿命短、维护成本较高等缺点，在中国智能家用投影仪市场的渗透率较低 |
| | LED智能投影仪 | <ul style="list-style-type: none">中低端消费市场价格集中在500-3,000元 | <ul style="list-style-type: none">使用寿命不低于3万小时采购成本低亮度普遍不超过3,000流明 | LED智能投影仪性价比较高，由于光源发热较小，具有良好的可靠性。LED智能投影仪受限于光源，投射亮度对环境光的抵抗力较弱 |   极米 Z6X Pro 坚果 G9S | <ul style="list-style-type: none">LED光源的成本较低，具备体积小、寿命长、性价比高等优点。目前LED智能投影仪亮度普遍低于3,000流明，观影体验受环境光影响 |
| | 激光智能投影仪 | <ul style="list-style-type: none">中高端消费市场价格集中在4,000-6,500元 | <ul style="list-style-type: none">使用寿命不低于3万小时采购成本高亮度可至数万流明 | 由于激光的波长分布范围窄、衰减率低等特点，激光智能投影仪的亮度要显著高于LED智能投影仪，对环境光的抵抗力更强 |   峰米 R1 Nano 当贝 D3X | <ul style="list-style-type: none">激光光源在分辨率、亮度、饱和度等视觉、性能上优势明显。但由于激光光机成本较高，激光智能家用投影仪的定价普遍高于4,000元 |

产业图谱

光机作为智能投影仪的核心零部件，占全部硬件成本的50%以上；DLP投影技术和3LCD投影技术的核心专利均被境外企业垄断；智能投影仪的市场渠道以线上电商平台和官方商城为主

智能家用投影仪产业链



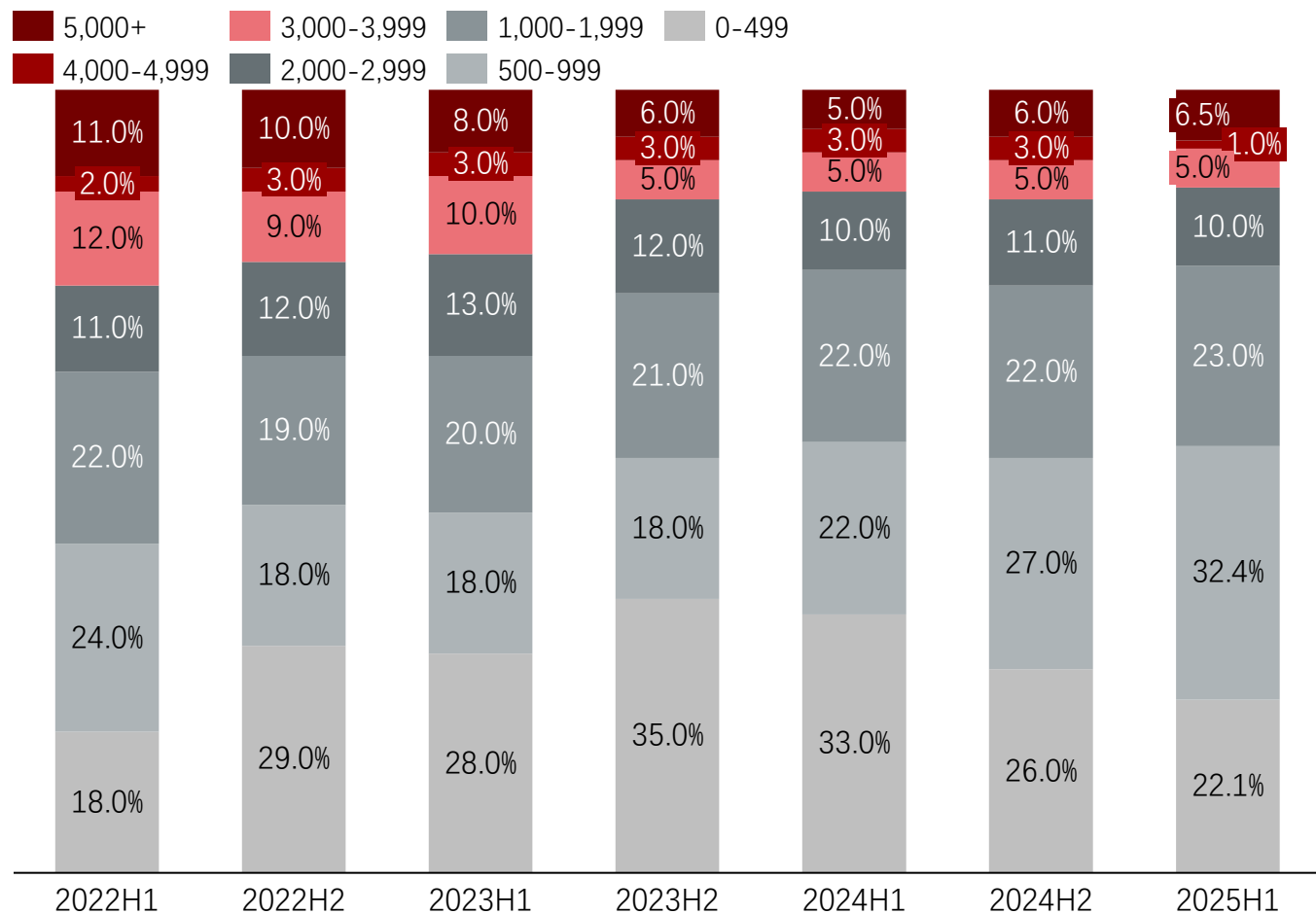
来源：企业招股书，企业年报，企业官网，专家访谈，头豹研究院



价格结构分布

中国智能投影市场呈现典型的“K型”价格结构：一端是加速扩容的入门普及市场，另一端是快速崛起的高端体验市场，低端放量与高端升级并行演进

智能投影行业价格结构分布，2022H1-2025H1

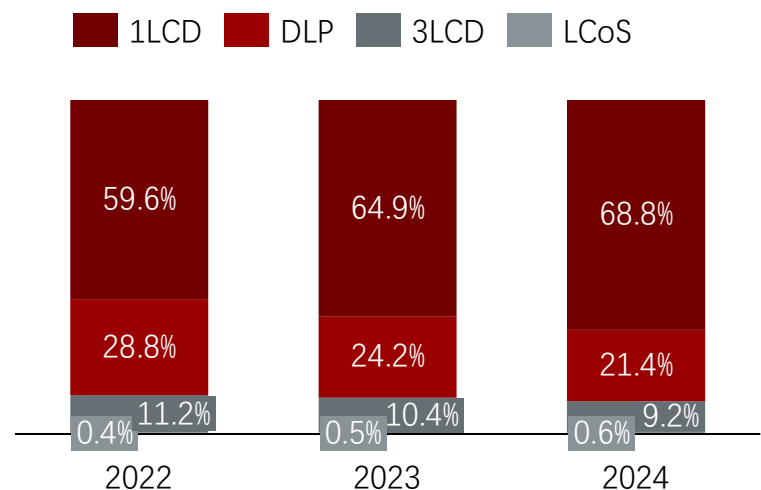


- 中国智能投影市场呈现典型的“K型”价格结构：一端是加速扩容的入门普及市场，另一端是快速崛起的高端体验市场，低端放量与高端升级并行演进，而中端带正在逐步挤压。在普及层面，1000元以下产品仍占据最大销量区间，2024年千元以下机型销量份额超过50%，说明大众用户尤其是首次尝鲜的年轻消费者对价格依然敏感，更倾向选择“可用、够用”的入门款式来尝试投影生活方式。同时，高端市场展现出强劲成长动力，投影消费正在从价格竞争向价值竞争转型，“哑铃型”结构趋势初显。
- 进入2025年，高低两端分化进一步加深。500元以下低价产品份额由2024年上半年的33.0%降至22.1%，低质库存加速出清；而5000元以上价位段逆势增长，份额提升1.5个百分点至6.5%，高端需求持续释放。品牌竞争逻辑从跑量转向跑品质，高端路线成为头部厂商穿越行业周期的关键方向。
- 在这一背景下，各大品牌加速技术投入，以寻求性能壁垒与产品溢价。芯片尺寸作为决定画质上限的核心参数，成为突破起点。极米推出搭载0.78英寸DMD芯片的消费级旗舰T10，率先将工程级显示规格下放至民用市场，凭借亮度、清晰度与色彩表现的跨越式提升重塑高端投影标杆。对于Vidda、坚果、当贝、峰米、爱普生等正在推进高端化的品牌而言，这次技术升维形成了更强压力，高端市场不再是堆料比价，而是进入核心器件、光机架构、画质算法、整机系统化能力的综合较量阶段。未来，企业必须强化研发与技术护城河，否则将难以在高端段位立足。
- 整体来看，高端化竞争将成为智能投影行业的新一轮成长引擎——技术投入和创新速度将决定市场地位，行业集中度有望进一步提升。消费者端则将受益于画质体验、性能稳定性和健康显示技术的全面升级，获得更高价值、更高性价比的新品选择，投影市场从“入门尝鲜”迈向“品质进阶”的时代正在加速到来。

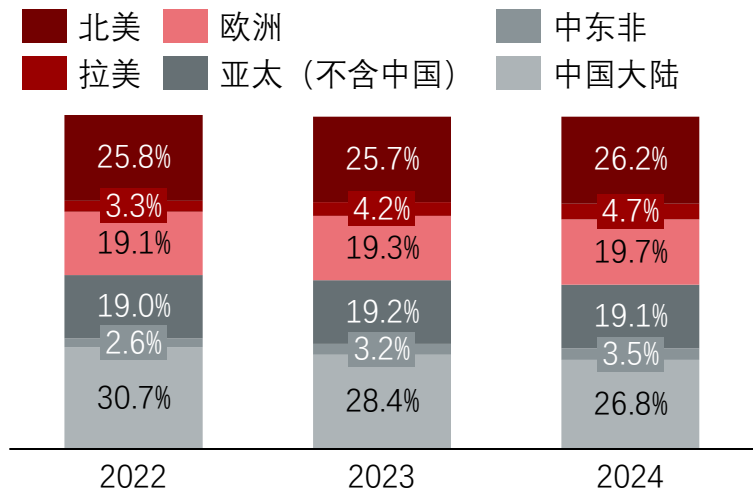
关键数据概览

中国智能投影市场呈现典型的“K型”价格结构：一端是加速扩容的入门普及市场，另一端是快速崛起的高端体验市场，低端放量与高端升级并行演进

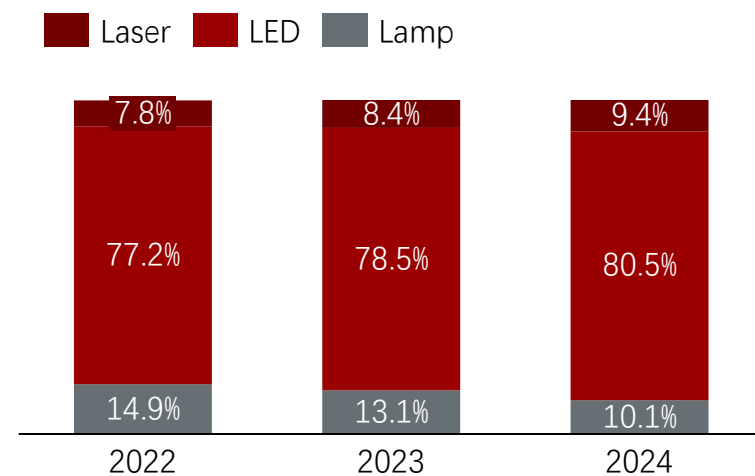
智能投影行业价格结构分布，2022-2024



智能投影行业销售地区结构分布，2022-2024



智能投影行业光源结构分布，2022-2024



- 从技术路线看，1LCD份额由2022年的59.6%攀升至2024年的68.8%，成为拉动行业扩容的绝对主力，其背后是供应链成熟、模组国产化、整机价格下探至千元以下带来的增量释放；相对应，DLP份额从28.8%回落至21.4%，说明中端市场被1LCD侵蚀，高端市场则被激光与新技术吸引，DLP逐步从“全段参与”转向“高端留守”；3LCD稳定在约10%，继续服务教育、商用领域；而LCoS虽占比仅0.6%，却维持上升趋势，象征着新一代高端显示芯片路线正在孕育。
- 区域结构由“中国单中心”向“全球多极化”扩散。中国大陆份额从30.7%降至26.8%，说明国内市场进入成熟期，以升级与性能驱动为主；与此同时，北美与欧洲需求回暖、OTT影音与家庭影院文化推动投影渗透，成为增长主力；东南亚、拉美、中东非等新兴市场受消费升级与跨境电商渠道扩展驱动占比提升，行业增长动能趋于“成熟大盘韧性+新兴市场爆发”的组合结构。
- 光源路线则清晰呈现“LED普及+激光突破”的双轨格局：LED由77.2%增至80.5%，确立主导地位，解决亮度、耐用性与能耗痛点后成为大众选择；激光由7.8%提至9.4%，在高端家用、沉浸式娱乐、展陈与工程领域形成明确渗透曲线；传统灯泡则从14.9%跌至10.1%，进入加速退出阶段。

来源：头豹研究院



价格带梳理 (1/3)

1,000–2,000元成为入门至主流投影的竞争核心价位带，不同品牌在技术方案与性能配置上形成较为清晰的分层格局

1,000-2,000元主要智能投影产品概览

| 品牌 | 极米 | 极米 | 小米 | 小米 | 当贝 | 大眼橙 | 小明 |
|--------|------------|---------------|--------------|-----------------|------------|-----------|-----------|
| 产品名称 | 极米 Z6X 第五代 | 极米 Play 5 | Redmi Lite 版 | Redmi投影 仪 3 Pro | 当贝 Smart1 | 大眼橙 C1D | 小明Q5 Neo |
| 上市时间 | 2024/10 | 2024/4 | 2024/3 | 2024/10 | 2024/10 | 2024/10 | 2024/11 |
| 价格 (元) | 1749 | 1799 | 699 | 1499 | 1799 | 1499 | 699 |
| 光源类型 | LED | LED | LED | LED | LED | LED | LED |
| 投影技术 | DLP | DLP | LCD | LCD | DLP | LCD | LCD |
| DMD芯片 | 0.23英寸 | 0.23英寸 | / | / | 0.23英寸 | / | / |
| 分辨率 | 1920×1080 | 1920×1080 | 1920×1080 | 1920×1080 | 1920×1080 | 1920×1080 | 1920×1080 |
| CPU | MT9270 | Cortex A73 四核 | / | Amlogic T950D4 | MT9660 | 海思352 | MT9系列 |
| 标称亮度 | 500CVIA | 500CVIA | 150CVIA | 470CVIA | 500CVIA | 560CVIA | 300CVIA |
| 投射比 | 1.2:1 | 1.2:1 | 1.2:1 | 1.25:1 | 1.2:1 | 1.2:1 | 1.22:1 |

- 1,000–2,000元成为入门至主流投影的竞争核心价位带，不同品牌在技术方案与性能配置上形成较为清晰的分层格局。极米与当贝继续在该价位带坚持0.23英寸DLP+1080P+500CVIA亮度的高规格组合，辅以更强大算力芯片（MT9270/MT9660），重点面向画质敏感型与体验升级型用户；小米与大眼橙则分别通过LCD技术与略高亮度方案增强性价比竞争力，锁定预算有限但关注基础画质表现的用户；而小明在该段位更强调极致价格优势，以LCD技术搭配1080P与300CVIA亮度，瞄准入门用户与移动轻娱乐场景。
- 整体来看，DLP与LCD正在这一价位段形成更加明确的体验分层：DLP产品强调色彩表现、画质稳定性与系统流畅度，而LCD机型则主要用低价格与“同分辨率”标签争取入门市场。与此同时，亮度标注逐步规范化（CVIA），清晰度与投射比趋同，性能差异更聚焦于光机品质、亮度真实感、芯片算力与系统算法。可以预见，随着用户对亮度、系统智能与内容生态体验需求提升，中低端市场将持续向DLP+高亮+高性能SoC的方向演进；而LCD产品将继续承担教育用户、扩大渗透、撬动入门市场的角色。

来源：各电商平台、头豹研究院



价格带梳理 (2/3)

中高端投影市场已从单纯参数竞争进入体系化竞争阶段：品牌心智、光机能力、亮度算法、算力平台、内容生态与系统交互能力将共同决定竞争结果

3,000-4,000元主要智能投影产品概览

| 品牌 | 极米 | 极米 | 极米 | 坚果 | 坚果 | 当贝 |
|--------|------------|--------------|---------------|-----------|---------------|------------|
| 产品名称 | 极米 Z7X 高亮版 | 极米 H6 4K 标准版 | 极米 RS 10 mini | 坚果 N1S 4K | 坚果 N1 Air 高亮版 | 当贝 D6X Pro |
| 上市时间 | 2024/8 | 2024/11 | 2024/1 | 2024/5 | 2023/8 | 2024/4 |
| 价格 (元) | 2899 | 4199 | 2999 | 3969 | 2659 | 3639 |
| 光源类型 | LED | LED | 三色激光 | 三色激光 | 三色激光 | ALPD激光 |
| 投影技术 | DLP | DLP | DLP | DLP | DLP | DLP |
| DMD芯片 | 0.33英寸 | 0.47英寸 | 0.23英寸 | 0.47英寸 | 0.23英寸 | 0.33英寸 |
| 分辨率 | 1920×1080 | 4K | 1920×1080 | 4K | 1920×1080 | 1920×1080 |
| CPU | MT9669 | MT9669 | MStar6A848 | MT9669 | MT9系列 | MT9669 |
| 标称亮度 | 880CVIA | 1200CVIA | 800CVIA | 1200CVIA | 850CVIA | 1400CVIA |
| 投射比 | 1.2:1 | 1.2:1 | 1.2:1 | 1.2:1 | 1.2:1 | 1.2:1 |

- 2024年中高端家用投影市场呈现明显的三强竞争格局，极米、坚果与当贝分别围绕产品定位与技术路线展开直接对攻。极米在3000-4000元价区形成密集布局，通过LED与激光双路线覆盖、搭配MT9669等高算力芯片，意在稳固其行业第一的位置，同时在不同价位段拦截对手上行；坚果则以三色激光作为核心差异点，强调色彩、亮度、光机结构与影像风格，试图将“激光=高端”的心智牢固植入消费市场，并重点争夺高端与发烧用户；当贝则沿着“性能+性价比”的路线加速追赶，D6X Pro凭借亮度与体验平衡压制同档竞品，同时以相对友好的定价狙击极米与坚果的主力段位，形成强扩张态势。整体来看，行业格局进入“极米守位、坚果差异突围、当贝高速追赶”的动态平衡期。
- 从技术指标演进看，中高端投影进入“亮度强化-芯片升级-光机迭代-4K普及”的阶段。亮度方面，800-1000+CVIA成为主流水平，1200-1400CVIA开始成为竞争焦点，投影从“能用暗室”向“可日用”场景迈进；芯片方面，DMD规格分层清晰，0.23英寸定位入门、0.33英寸占据主流市场、0.47英寸逐步成为4K段位标配，未来国产LCOS一旦突破有望打破高端芯片垄断；投射比已高度收敛至1.2:1，反映行业在客厅投影场景上形成统一标准，未来短焦/超短焦更多用于差异化与高端场景；分辨率趋势上，4K正在从旗舰功能下沉至主力阶段，行业竞争从分辨率比拼转向光机方案、HDR调教、AI算法、系统交互和生态内容体验升级，标志着智能投影从硬件属性迈向“体验与生态综合竞争”阶段。

来源：各电商平台、头豹研究院



价格带梳理 (3/3)

高端家用投影市场正在从硬件堆料转向系统体验竞争，展望未来，高端投影将迈向“影像体验+交互系统+内容生态”的综合竞争，成为家庭沉浸娱乐与数字生活中心

4,000-8,000元主要智能投影产品概览

| 品牌 | 极米 | 极米 | 极米 | 坚果 | 坚果 | 当贝 | 当贝 |
|--------|---------------|--------------|----------|------------|-------------------|------------|-----------|
| 产品名称 | 极米 RS 10 Plus | 极米 RS 10 Pro | 极米 RS 10 | 坚果 N3 Pro | 坚果 N1S Pro 4K 至尊版 | 当贝 X5S Pro | 当贝 F7 Pro |
| 上市时间 | 2024/8 | 2024/5 | 2024/5 | 2024/10 | 2023/9 | 2024/6 | 2024/10 |
| 价格 (元) | 6299 | 7899 | 5449 | 7198 | 5689 | 6189 | 7839 |
| 光源类型 | 三色激光 | 三色激光 | 三色激光 | 三色激光 | 三色激光 | ALPD激光 | 三色激光 |
| 投影技术 | DLP | DLP | DLP | DLP | DLP | DLP | DLP |
| DMD芯片 | 0.47英寸 | 0.47英寸 | 0.47英寸 | 0.47英寸 | 0.47英寸 | 0.47英寸 | 0.47英寸 |
| 分辨率 | 4K | 4K | 4K | 4K | 4K | 4K | 4K |
| CPU | MT9669 | MT9669 | MT9669 | MT9679 | MT9669 | MT9679 | MT9679 |
| 标称亮度 | 2700CVIA | 3000CVIA | 1950CVIA | 3000CVIA | 2500CVIA | 2800CVIA | 3000CVIA |
| 投射比 | 1.2:1 | 1.2:1 | 1.2:1 | 0.88-1.2:1 | 1.2:1 | 1.27:1 | 1.2:1 |

来源：各电商平台、头豹研究院



- 高端家用投影市场正在从硬件堆料转向系统体验竞争，三色激光、DLP、0.47英寸DMD与4K分辨率已成为基础配置，亮度普遍进入2500-3000CVIA区间，并辅以更成熟的动态画质算法、色彩管理与散热静音系统，整体体验从“亮房可用”迈向“家庭影院沉浸+全日场景覆盖”。算力平台集中于MT9669/MT9679，画质处理、HDR映射与系统流畅度比参数堆叠更能决定产品差异，显示出行业从“硬件门槛”走向“光机+算法+系统”的综合竞争逻辑。
- 在价格策略上，5-6千元段位承担“高端普及”角色，强调亮度与光源优势；6-7千元区间突出画质算法、音画一体化与系统体验；7千元以上则通过短焦形态、极致调校与多模式影像管线刷新旗舰心智。品牌层面，极米通过多型号覆盖与算法体系巩固领先地位，坚果坚持三色激光差异路线并通过可变投射比与光机结构突出专业影像风格，而当贝则以“高亮+强系统+性价比”快速追赶。
- 展望未来，高端竞争将围绕“AI光机能力”展开，从亮度与像素比拼转向场景自感知、自适应画质优化、暗场与肤色保护、动态色彩管理与长期色准维护等智能影像能力，短焦/超短焦形态将进一步拓展“客厅免改造、一体放置”的主流趋势。随着4K普及，HDR将成为高端体验核心，竞争焦点从规格支持转向实际观感，包括峰值亮度分配、暗部噪声控制与动态元数据策略。最终，高端投影将迈向“影像体验+交互系统+内容生态”的综合竞争，成为家庭沉浸娱乐与数字生活中心，而非单一显示设备。

车载投影 (1/2)

车载光学正从“辅助显示”跃升为智能座舱核心竞争点，整车厂与投影企业加速共建沉浸式多屏交互生态，技术渗透持续走高、应用场景快速扩展，推动车载投影迈向下一代智能座舱的关键增量入口

车载投影应用

- 车载场景正成为投影行业继商用与家用之后的“第三增长极”。随着智能汽车兴起，投影技术加速进入车内空间，应用形态从娱乐投影、车规级巨幕、智能座舱显示延伸至HUD抬头显示、智能大灯等多元方向，当前主要集中在中高端车型配置中。伴随车企与投影厂商的协同开发与技术成熟，车载投影正从概念展示快速迈向量产落地。

车载投影大灯



- 将车灯变为投影仪，不仅使车辆成为移动影院，还能用于商业演示、户外活动等；问界采用两颗DLP投影灯的画面融合显示系统。

车载娱乐投影



- 车载投影主要满足用户出行和露营的需求，一般会针对电池和幕布进行定制；但在车内使用对车型要求较高。

抬头显示AR-HUD



- 将增强现实（AR）技术应用于抬头显示（HUD）的汽车智能座舱系统；问界采用车规级LCoS光阀系统和三色LED光源。

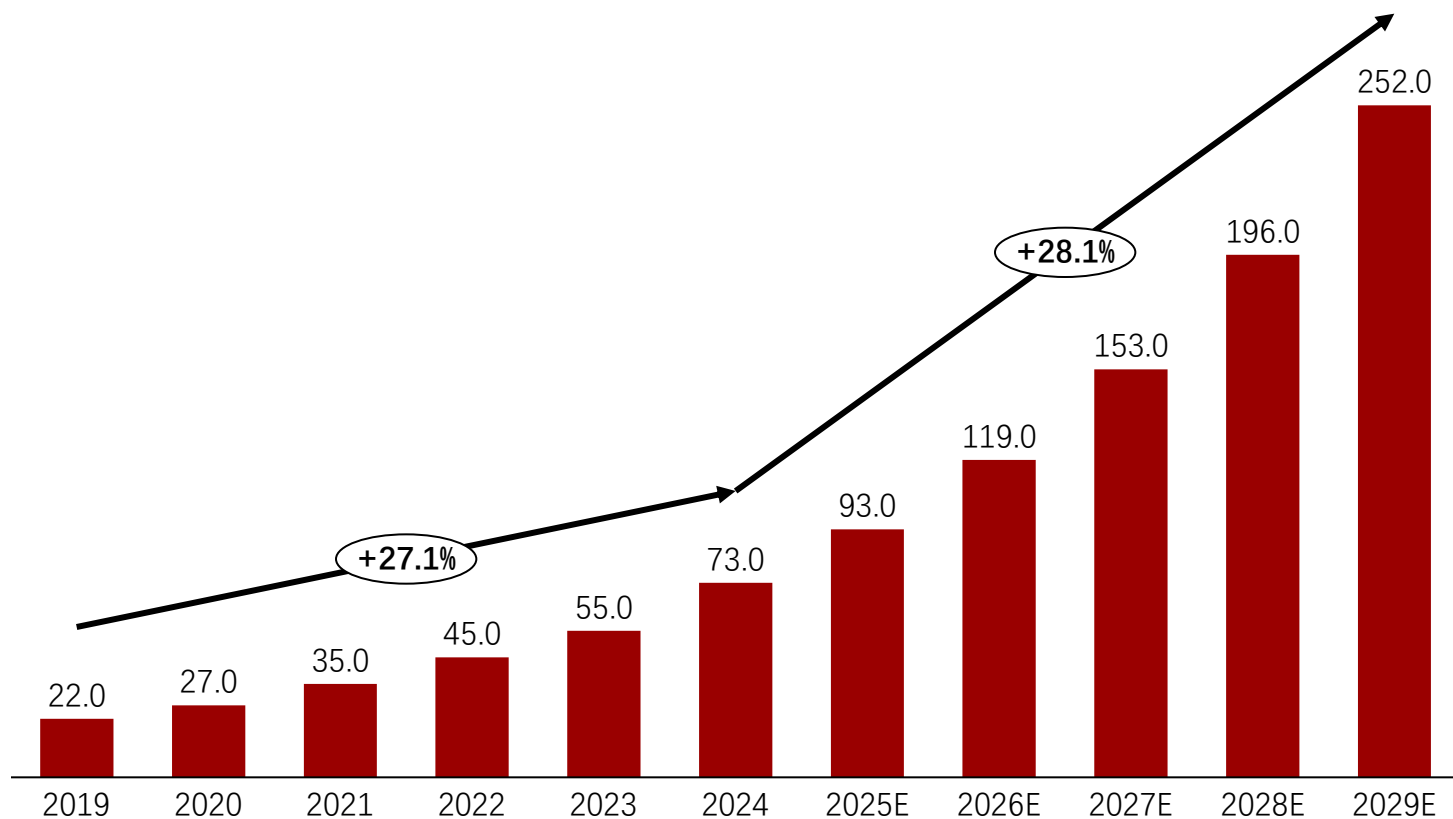
- 产业布局方面，车载光学已成为整车厂与显示企业争夺的新高地。头部整车厂如宝马、奥迪、奔驰、上汽大众、比亚迪、蔚来、理想、华为问界等正将HUD、智能大灯、沉浸式座舱显示作为智能化竞争的关键配置，部分车型已实现投影式副驾娱乐、全景互动屏及车内影院模式等创新体验。同时间，光峰、极米、海信等投影企业积极布局车载光学，通过自研光机、激光与LCOS技术切入Tier1体系，与整车厂共同开发显示模块和交互系统，在技术、产业链与标准制定上争取话语权。
- 渗透端数据表现亮眼，验证行业加速成熟趋势。盖世汽车研究院数据显示，2024年中控屏渗透率逼近95%，全液晶仪表由2023年同期的66%升至73.4%，HUD渗透率由9.7%提升至14.4%，流媒体后视镜从0.8%升至2.1%，副驾屏和后排屏分别由3.4%、1.6%提升至5.9%、2.2%。多屏交互已成为智能座舱标配趋势，显示系统数量与智能化程度快速提升，正从“人机交互界面”扩展为“沉浸体验与智能信息桥梁”。在这一背景下，具备空间成像、超短焦、柔性投射优势的投影技术，凭借对车内空间更高的适配性与体验延展能力，未来有望在豪华与高端新能源车型中加速渗透，成为智能座舱价值提升的重要增量方向。

车载投影 (2/2)

车载光学迎来黄金成长周期，座舱投影正站在从概念验证迈向规模量产的临界点，是下一轮智能座舱体验革命与产业价值重构的重要突破口

中国车载光学行业市场规模，2019-2029E

单位：[亿元]



- 中国车载光学行业已从验证期进入规模化放量阶段，2019-2024年市场规模由22亿元增至73亿元，年复合增速27.1%；2024-2029E增长加速至28.1%，至2029年规模有望达到252亿元，十年增长逾10倍。增长动力来源于智能座舱渗透提升、智能驾驶辅助普及、品牌差异化竞争升级及体验型消费需求释放。行业已形成从HUD→AR-HUD→全场景光学显示（包括座舱投影）的技术演进路径，使光学显示成为汽车“第三生活空间”体验的底层技术支撑。
- 车载光学渗透提速为座舱投影提供结构性成长窗口。HUD渗透已达相对成熟阶段，AR-HUD和座舱投影正快速上量，未来将与智能座舱视觉系统协同发展。核心技术方向包括车规级光机、小型化高亮光源、算法与交互系统、抗震与散热设计等。随着国产光机、光学引擎及显示模组突破，座舱投影有望复制智能投影行业路径——从高端入局、性能成熟后向量化车型下放。整车厂“软件定义汽车”趋势下，沉浸娱乐、沉浸办公及家庭生态延伸推动座舱投影成为内饰创新重点配置，具备从风格特色向**标配化功能**演进的潜力。

来源：弗若斯特沙利文、头豹研究院



www.leadleo.com 400-072-5588

©2025 LeadLeo

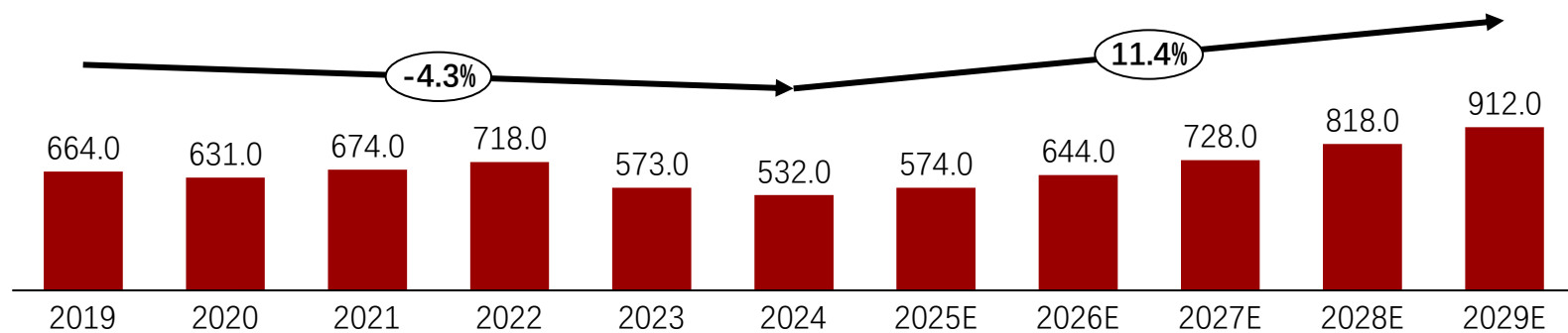
市场规模——全球市场

2024年全球投影市场规模达人民币532亿元，但受平均单价持续下行影响，近两年营收一度出现阶段性回落，2025年预计达到574亿元，并在2029年持续增长至912亿元

全球投影行业市场规模，2019-2029E

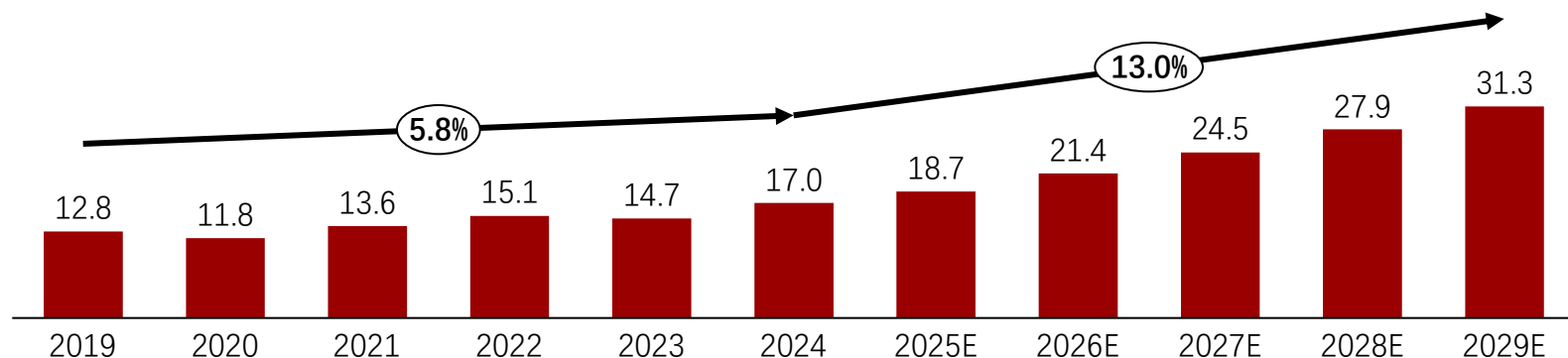
全球投影行业市场规模（按销售额口径），2019-2029E

亿人民币



全球投影行业市场规模（按出货量口径），2019-2029E

百万台



□ 当前，全球数字化转型持续加速，远程办公、在线教育、沉浸式娱乐以及文旅展陈等应用场景快速扩张，推动投影设备在智能交互、远程协同、多屏融合等功能上需求显著增强。从市场结构来看，2019年至2024年全球投影设备销量整体呈波动上行趋势，2024年在需求复苏与购机门槛降低的推动下，回升至1,700万台，并预计在2024至2029年保持13.0%的复合增长率。在营收维度，2024年全球投影市场规模达人民币532亿元，但受平均单价持续下行影响，近两年营收一度出现阶段性回落。同时，中小品牌因竞争加剧逐步退出市场，行业集中度由头部品牌加速提升。

□ 展望未来，随着需求侧增长趋势明确、产品价格逐步企稳以及头部厂商持续在光机、系统及生态体验上加速升级，全球投影行业正从单纯的可选娱乐型设备，逐步转向具备长期、刚性与多场景属性的核心显示终端，并有望进入更健康、可持续的稳健增长阶段。消费级产品仍将是核心驱动力，同时车载投影等新兴应用将贡献增量，整体行业渗透率与市场价值空间仍具持续提升潜力。

来源：弗若斯特沙利文、头豹研究院



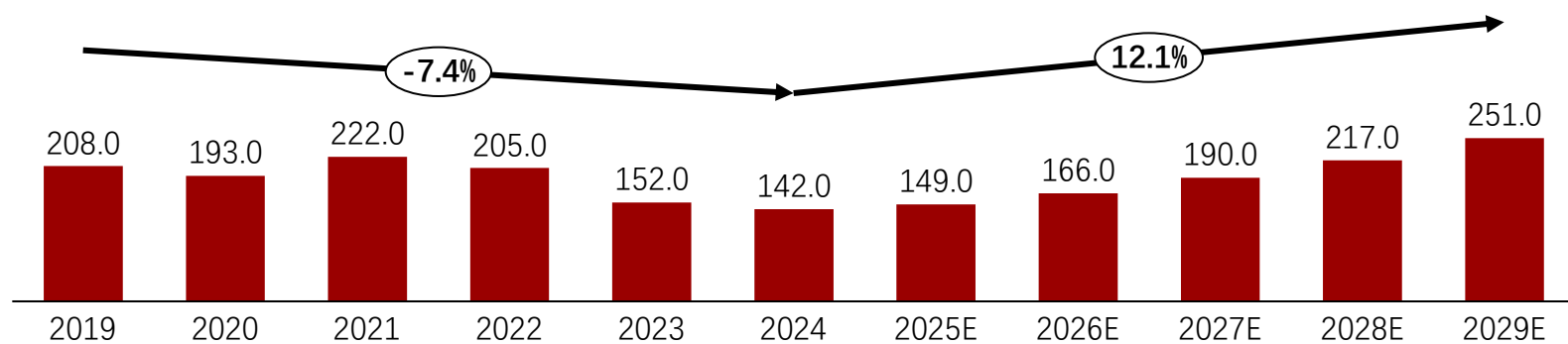
市场规模——中国市场

随着竞争格局逐步优化与产品结构升级，行业平均售价有望企稳，按营收计算，预计2024至2029年将保持12.1%的年复合增长率，在2029年达到251亿

中国投影行业市场规模，2019-2029E

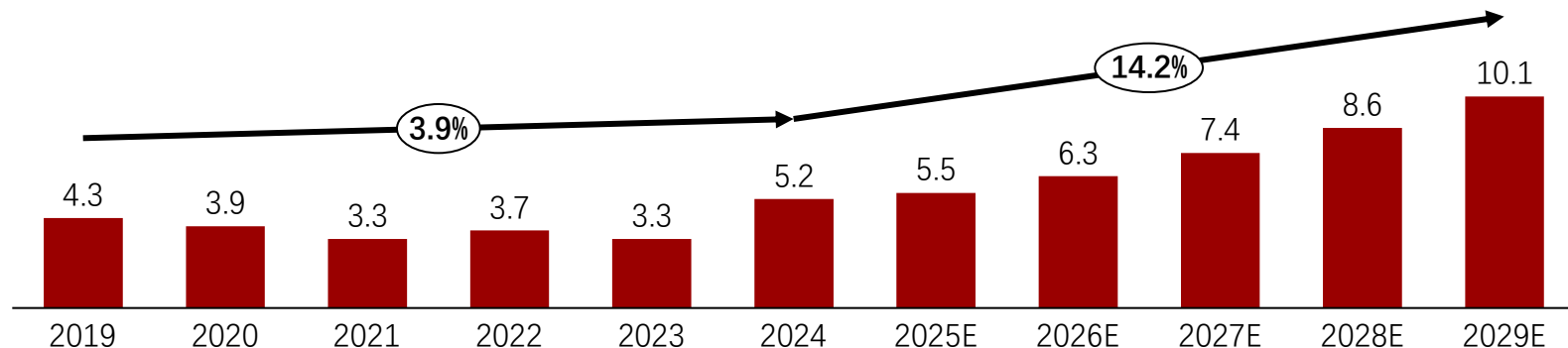
中国投影行业市场规模（按销售额口径），2019-2029E

亿人民币



中国投影行业市场规模（按出货量口径），2019-2029E

百万台



中国投影行业正处于技术驱动的快速演进阶段，呈现出技术升级与结构优化并行的良性发展态势。受益于消费者对娱乐体验与多场景办公的需求持续提升，过去五年中国投影设备销量总体保持稳健增长。按销量计算，2024年中国投影市场规模达520万台，2019至2024年期间年复合增长率为3.9%。回顾2022至2024年，随着技术成熟度提升、生产工艺优化及产业链效率改善，中国投影产品平均售价经历阶段性下行，对行业整体营收形成一定压力。然而，在国家消费者补贴政策的带动下，需求端获得明显刺激，产品价格门槛下降叠加性能不断增强，显著扩大了潜在用户群体，加速释放消费需求，使行业销量维持稳中向上的增长节奏。

预计2024至2029年期间市场出货量年均复合增长率将加速至14.2%。随着竞争格局逐步优化与产品结构升级，行业平均售价有望企稳，销量的持续扩大将成为未来推动营收增长的核心动力。按营收计算，预计2024至2029年将保持12.1%的年复合增长率，在2029年达到251亿元。展望未来，随着高附加值应用场景不断拓展，中国投影市场有望延续高增长趋势，行业成长动能仍将保持强劲。

来源：弗若斯特沙利文、头豹研究院

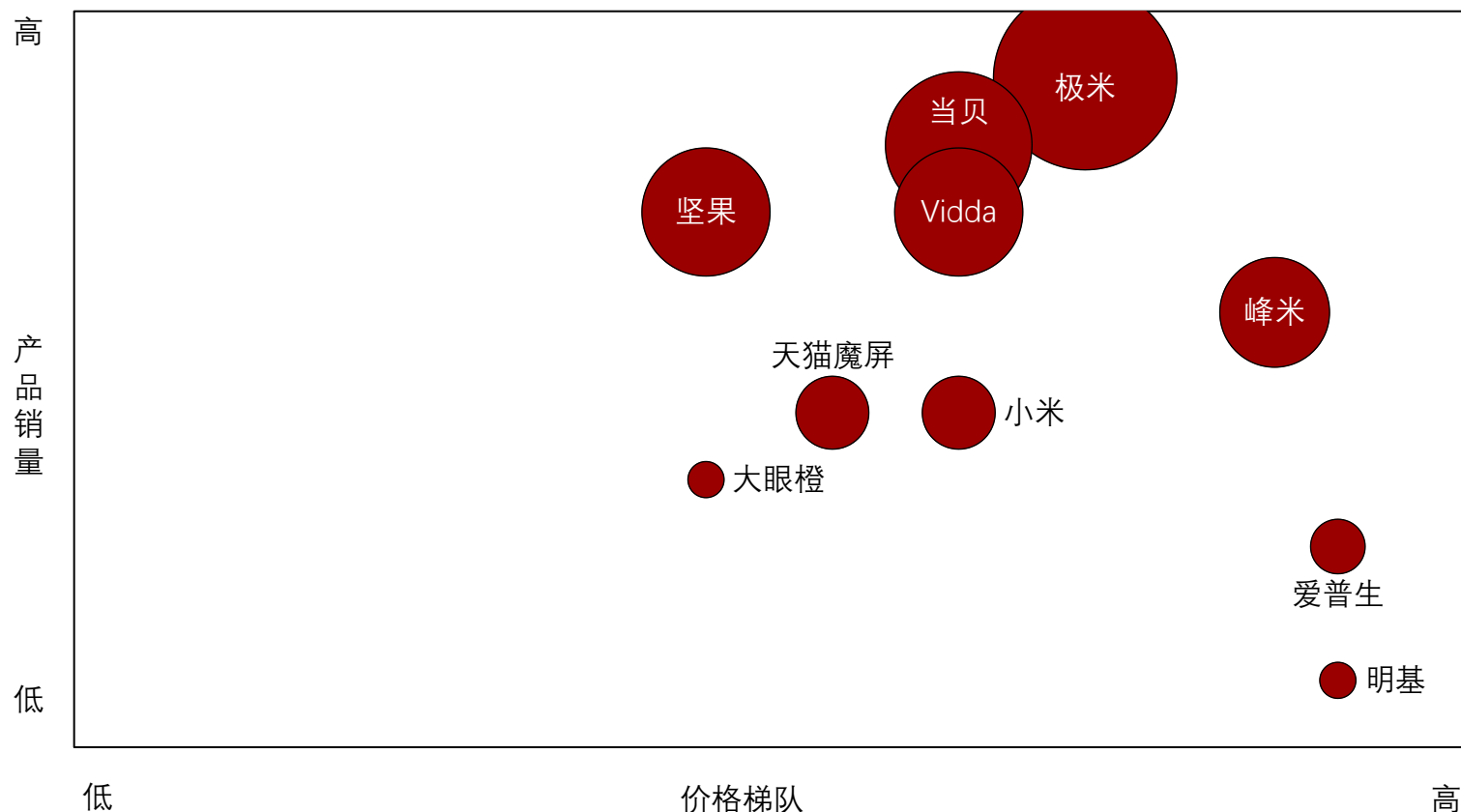


竞争格局——竞争力矩阵（中国地区）

整体来看，极米、当贝、Vidda与坚果占据优势位置，既具备高销量，又在中高端市场形成清晰心智，成为推动家庭投影普及与体验升级的核心力量

中国智能家用投影仪行业竞争格局，2024年

气泡的大小代表品牌影响力，气泡越大，品牌影响力越高



头豹洞察

- 整体来看，极米、当贝、Vidda与坚果占据优势位置，既具备高销量，又在2,000~5,000元的中端价格带内形成清晰心智，成为推动家庭投影普及与体验升级的核心力量。它们在光机方案、亮度、系统交互与影音调校方面持续迭代，以“体验+质价比”构筑认知，是当前中国智能投影市场竞争的中心战场和增量主引擎。相比之下，峰米、爱普生与明基等高端品牌聚焦4,000元以上价位区间，以激光、超短焦、影院级HDR、专业光机等技术卖点布局家庭影院和高端影音市场，品牌影响力突出，但整体销量仍处需求教育阶段，反映出高端消费意愿尚待提升，但赛道未来空间充裕。
- 天猫魔屏、小米、大眼橙等品牌则处于中低价区间与中等销量水平，依托互联网生态和流量渠道保持存在，但投影非其主航道，产品力与品牌势能更多用于补齐生态版图，而非全面竞争主阵地。
- 整体而言，中国智能投影行业的消费分层格局已然形成，主流阵营以技术体验与性价比争夺规模与心智，高端阵营以画质体验与专业性能培育未来需求，中低端品牌则围绕渠道与生态卡位。随着消费者从“可投”升级到“好投”，竞争将进一步从价格博弈走向画质、生态与品牌长期信任的较量。

未完待续

下篇正在进行中

完整版研究报告阅读渠道：

- 登录www.leadleo.com，搜索《2025年中国智能投影独立行业研究：光行其野，千幕竞流，投影新章迎辽阔》

了解其他相关系列课题，登陆头豹研究院官网搜索查阅：

- 2024年中国TWS耳机行业概览：鏖战波诡云谲的红海
- 2025年全球耳机市场洞察研究报告

若您期待尽快看到下篇报告或对下篇报告的内容有独到见解，头豹欢迎您加入到此篇报告的研究中。相关咨询，欢迎联系头豹研究院新能源行业研究团队邮箱：



头豹
LeadLeo

www.leadleo.com 400-072-5588

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，532个垂直行业的市场变化，已经积累了近100万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。



头豹业务合作

数据库/会员账号

可阅读全部原创报告和百万数据，提供数据库API接口服务

定制报告

行企研究多模态搜索引擎及数据库，募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制白皮书

对产业及细分行业进行现状梳理和趋势洞察，输出全局观深度研究报告

报告作者



陈夏琳
首席分析师
Sharlin.chen@leadleo.com



赵启锐
行业分析师
Ricardo.zhao@leadleo.com

招股书引用

研究覆盖国民经济19+核心产业，内容可授权引用至上市文件、年报

市场地位确认

对客户竞争优势进行评估和调研确认，助力企业品牌影响力传播

行研训练营

依托完善行业研究体系，帮助学生掌握行业研究能力，丰富简历履历

业务咨询

- 客服电话：400-072-5588
- 官方网站：www.leadleo.com

深圳办公室

广东省深圳市南山区粤海街道华润置地大厦E座4105室

邮编：518057

上海办公室

上海市静安区南京西1717号会德丰国际广场 2701室

邮编：200040

南京办公室

江苏省南京市栖霞区经济开发区兴智科技园B栋401

邮编：210046

