



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国家用电动工具 市场深度分析与投资前景预测报 告

一、调研说明

《2012-2016年中国家用电动工具市场深度分析与投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/229993.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

技术工艺，是衡量一个企业是否具有先进性，是否具备市场竞争力，是否能不断领先于竞争者的重要指标依据。随着我国家用电动工具市场的迅猛发展，与之相关的核心生产技术应用与研发必将成为业内企业关注的焦点。了解国内外家用电动工具生产核心技术的研发动向、工艺设备、技术应用及趋势对于企业提升产品技术规格，提高市场竞争力十分关键。

艾凯集团报告网发布的《2012-2016年中国家用电动工具市场深度分析与投资前景预测报告》共十四章。首先介绍了世界家用电动工具行业市场运行形势、中国家用电动工具产业发展环境等，接着分析了中国家用电动工具产业发展的现状，然后介绍了中国家用电动工具行业竞争情况。随后，报告对家用电动工具行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了家用电动工具行业发展预测。您若想对家用电动工具产业有个系统的了解或者想投资家用电动工具行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

目录

第一章 2011-2012年世界家用电动工具行业市场运行形势分析 1

第一节 2011年全球家用电动工具行业发展概况 1

第二节 世界家用电动工具行业发展走势 1

一、全球家用电动工具行业市场分布情况 1

二、全球家用电动工具行业发展趋势分析 2

第三节 全球家用电动工具行业重点国家和地区分析 4

一、北美 4

二、亚洲 4

三、欧盟 5

第二章 2011-2012年中国家用电动工具产业发展环境分析 6

第一节 2011年中国宏观经济环境分析 6

一、GDP历史变动轨迹分析 6

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 14

三、2012年中国经济发展预测分析 15

第二节 家用电动工具行业主管部门、行业监管体 19

第三节 中国家用电动工具行业主要法律法规及政策	22
第四节 2012年中国家用电动工具产业社会环境发展分析	23
第三章 2011-2012年中国家用电动工具产业发展现状	32
第一节 家用电动工具行业的有关概况	32
一、家用电动工具的定义	32
二、家用电动工具的特点	32
第二节 家用电动工具的产业链情况	33
一、产业链模型介绍	33
二、家用电动工具行业产业链分析	33
第三节 上下游行业对家用电动工具行业的影响分析	34
第四章 2011-2012年中国家用电动工具行业技术发展分析	36
第一节 中国家用电动工具行业技术发展现状	36
第二节 家用电动工具行业技术特点分析	37
第三节 家用电动工具行业技术发展趋势分析	38
第五章 2011-2012年中国家用电动工具产业运行情况	42
第一节 中国家用电动工具行业发展状况	42
一、2007-2011年家用电动工具行业市场供给分析	42
二、2007-2011年家用电动工具行业市场需求分析	42
三、2007-2011年家用电动工具行业市场规模分析	43
第二节 中国家用电动工具行业集中度分析	44
一、行业市场区域分布情况	44
二、行业市场集中度情况	44
三、行业企业集中度分析	45
第六章 2011-2012年中国家用电动工具市场运行情况	46
第一节 行业最新动态分析	46
一、行业相关动态概述	46
二、行业发展热点聚焦	48
第二节 行业品牌现状分析	49
第三节 行业产品市场价格情况	51
第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁	51
第七章 2009-2011年中国家用电动工具所属行业主要数据监测分析	53
第一节 2009-2011年中国家用电动工具所属行业总体数据分析	53

一、2009年中国家用电动工具所属行业全部企业数据分析	53
二、2010年中国家用电动工具所属行业全部企业数据分析	55
三、2011年中国家用电动工具所属行业全部企业数据分析	56
第二节 2009-2011年中国家用电动工具所属行业不同规模企业数据分析	58
一、2009年中国家用电动工具所属行业不同规模企业数据分析	58
二、2010年中国家用电动工具所属行业不同规模企业数据分析	59
三、2011年中国家用电动工具所属行业不同规模企业数据分析	59
第三节 2009-2011年中国家用电动工具所属行业不同所有制企业数据分析	60
一、2009年中国家用电动工具所属行业不同所有制企业数据分析	60
二、2010年中国家用电动工具所属行业不同所有制企业数据分析	60
三、2011年中国家用电动工具所属行业不同所有制企业数据分析	61
第八章 2011-2012年中国家用电动工具行业竞争情况	62
第一节 行业经济指标分析	62
一、赢利性	62
二、附加值的提升空间	62
三、进入壁垒/退出机制	63
四、行业周期	64
第二节 行业竞争结构分析	64
一、现有企业间竞争	64
二、潜在进入者分析	65
三、替代品威胁分析	65
四、供应商议价能力	65
五、客户议价能力	65
第三节 行业国际竞争力比较	66
第九章 2010-2011年中国电动工具产业运行态势分析	70
第一节 2010-2011年中国电动工具运行总况	70
一、中国成为世界电动工具产业重要力量	70
二、我国电动工具在国际国内市场均获丰收	71
三、电动工具企业加快开拓国内市场和转型升级	71
四、国家加大对电动工具产品监督检查力度	72
第二节 2010-2011年中国电动工具产品设计与技术研发状况	73
一、电动工具造型设计不断推陈出新	73

二、电动工具产品设计观念发生重大变化	73
三、应用CAD技术是电动工具设计的必然要求	74
四、UG软件在手持电动工具中的应用实例分析	75
五、人体工程与电子技术在电动工具领域的应用分析	79
六、充电电池应用于电动工具需解决的问题	82
第三节 2010-2011年中国电动工具行业品牌体系分析	89
一、我国电动工具产品价格优势逐渐消失	89
二、中国电动工具行业缺乏自主品牌	93
三、电动工具行业应向自主品牌方向努力	94
四、国内电动工具企业需加快创新步伐	95
五、中国电动工具行业品牌路线日渐清晰	97
第十章 2010-2011年中国电动工具产业热点问题及策略分析	100
第一节 2010-2011年中国电动工具行业存在的问题分析	100
一、中国电动工具与国外差距明显	100
二、中国电动工具企业经营散乱	102
三、电动工具行业成本提价带来的难题	102
四、家用DIY电动工具产业市场有待成熟	103
第二节 2010-2011年中国电动工具行业的发展对策分析	104
一、中国电动工具行业六大发展策略	104
二、电动工具行业应走出"贴牌"困局	106
三、中国电动工具行业应加快开拓市场	107
第十一章 2011-2012年家用电动工具行业重点生产企业分析	108
第一节 南通康平电动工具有限公司	108
一、企业简介	108
二、企业经营数据	108
三、企业产品分析	110
第二节 福建日立工机有限公司	111
一、企业简介	111
二、企业经营数据	111
三、企业产品分析	113
第三节 江苏金飞达电动工具有限公司	113

一、企业简介	113
二、企业经营数据	114
三、企业产品分析	116
第四节 青岛天一集团有限公司	116
一、企业简介	116
二、企业经营数据	117
三、企业产品分析	118
第五节 南通普乐工具有限公司	119
一、企业简介	119
二、企业经营数据	119
三、企业产品分析	121
第六节 浙江华丰电动工具有限公司	121
一、企业简介	121
二、企业经营数据	122
三、企业产品分析	124
第七节 江苏圣德里工具有限公司	124
一、企业简介	124
二、企业经营数据	124
三、企业产品分析	126
第八节 铁榔电动工具有限公司	126
一、企业简介	126
二、企业经营数据	127
三、企业产品分析	128
第九节 青岛飞耀运动器材有限公司	129
一、企业简介	129
二、企业经营数据	129
三、企业产品分析	131
第十节 麦太保电动工具（中国）有限公司	131
一、企业简介	131
二、企业经营数据	131
三、企业产品分析	133
第十二章 2012-2016年家用电动工具行业发展预测分析	134

第一节 2012-2016年中国家用电动工具行业未来发展预测分析 134

一、中国家用电动工具行业发展方向及投资机会分析 134

二、2012-2016年中国家用电动工具行业发展规模分析 135

三、2012-2016年中国家用电动工具行业发展趋势分析 135

第二节 2012-2016年中国家用电动工具行业供需预测 136

一、2012-2016年中国家用电动工具行业供给预测 136

二、2012-2016年中国家用电动工具行业需求预测 137

第三节 2012-2016年中国家用电动工具行业价格走势分析 137

第十三章 2012-2016年中国家用电动工具行业投资风险预警 139

第一节 中国家用电动工具行业存在问题分析 139

第二节 中国家用电动工具行业政策投资风险 140

一、政策和体制风险 140

二、技术发展风险 140

三、市场竞争风险 140

四、原材料压力风险 141

五、经营管理风险 141

第十四章 2012-2016年中国家用电动工具行业发展策略及投资建议 142

第一节 家用电动工具行业发展策略分析 142

一、坚持产品创新的领先战略 142

二、坚持品牌建设的引导战略 142

三、坚持工艺技术创新的支持战略 142

四、坚持市场营销创新的决胜战略 143

五、坚持企业管理创新的保证战略 143

第二节 家用电动工具行业市场的关键客户战略实施 143

一、实施关键客户战略的必要性 143

二、合理确立关键客户 144

三、对关键客户的营销策略 145

四、强化关键客户的管理 145

五、实施关键客户战略要重点解决的问题 146

第三节 投资建议 148

一、重点投资区域建议 148

二、重点投资产品建议 148

通过《2012-2016年中国家用电动工具市场深度分析与投资前景预测报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/229993.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。