



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005-2006年中国UPS市场研究年度报告

一、调研说明

《2005-2006年中国UPS市场研究年度报告》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/37686.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

研究对象 1

主要结论 1

一、2005年全球UPS产品市场现状 3

(一) 市场现状 3

1、市场规模 3

2、市场特点 4

(二) 主要国家和地区发展概要 5

1、美国：UPS的全球最大市场 5

2、欧洲：进出口相对更加频繁 5

3、亚太：所占份额不大，增长潜力巨大 5

二、2005年中国UPS产品市场规模与特征 6

(一) 市场规模 6

1、总量规模与增长 6

2、各季度市场情况 8

(二) 产品结构 10

1、工作方式市场构成 10

2、功率市场构成 12

(三) 市场结构 14

1、垂直市场结构 14

2、平行市场结构 16

3、区域市场结构 19

4、销售渠道结构 21

(四) 品牌结构 22

1、整体市场品牌结构 22

2、垂直市场品牌结构 25

3、平行市场品牌结构 28

4、区域市场品牌结构 31

(五) 市场特征 34

1、产品特征 34

2、价格特征 34

3、促销特征 35

4、渠道特征 35

三、2005年中国UPS产品主力厂商点评 36

(一) APC 36

1、总体评价 36

2、产品策略 37

3、价格策略 37

4、渠道策略 37

5、营销策略 38

6、服务策略 39

(二) 山特 40

1、总体评价 40

2、产品策略 40

3、价格策略 40

4、渠道策略 41

5、营销策略 41

6、服务策略 41

(三) 梅兰日兰 42

1、总体评价 42

2、产品策略 42

3、价格策略 43

4、渠道策略 43

5、营销策略 43

6、服务策略 44

(四) 爱可赛 45

1、总体评价 45

2、产品策略 45

- 3、价格策略 45
- 4、渠道策略 45
- 5、营销策略 46
- 6、服务策略 46

(五) 艾墨生 46

- 1、总体评价 46
- 2、产品策略 47
- 3、价格策略 47
- 4、渠道策略 47
- 5、营销策略 48
- 6、服务策略 48

四、中国UPS产品用户需求分析 49

- (一) 品牌倾向 49
- (二) 产品功能 50
- (三) 价格期望 53
- (四) 促销手段 54
- (五) 采购渠道 55
- (六) 服务需求 56

五、2006 - 2010年中国UPS产品市场发展趋势分析与预测 57

(一) 产品趋势分析 57

- 1、产品发展趋势 57
- 2、价格变化趋势 57
- 3、渠道发展趋势 58
- 4、服务发展趋势 59

(二) 市场规模预测 59

- 1、总量规模 59
- 2、增长速度 60

(三) 市场结构预测 61

- 1、产品结构 61
- 2、价格结构 63

- 3、区域市场结构 63
- 4、垂直市场结构 64
- 5、平行市场结构 65
- 6、销售渠道结构 66

六、市场发展策略建议 67

(一) 产品策略 67

(二) 价格策略 67

(三) 渠道策略 68

(四) 销售策略 69

(五) 服务策略 70

(六) 品牌策略 71

报告说明 73

表目录

表1 2004 - 2005年世界UPS市场销售额情况 3

表2 2002 - 2005年中国UPS市场销量情况 6

表3 2002 - 2005年中国UPS市场销售额情况 6

表4 2002 - 2005年中国UPS市场增长率 7

表5 2005年各季度中国UPS市场销售量情况 8

表6 2005年各季度中国UPS市场销售额情况 9

表7 2005年中国UPS市场工作方式结构销售量构成 10

表8 2005年中国UPS市场工作方式结构销售额构成 11

表9 2002 - 2005年中国UPS市场工作方式结构销售状况对比 12

表10 2005年中国UPS市场功率构成情况(按销售额统计) 13

表11 2003 - 2005年中国UPS市场各功率构成情况(按销售额统计) 13

表12 2005年中国UPS垂直市场结构 15

表13 2003 - 2005年中国UPS市场垂直构成对比 16

表14 2005年中国UPS市场行业应用情况 17

表15 2004 - 2005年中国UPS市场行业应用情况对比 18

表16 2005年中国UPS区域市场构成 20

表17 2005年中国UPS市场销售渠道构成 21

表18	2005年与2004年中国UPS市场各品牌销售额市场份额对比	23
表19	2005年与2004年中国UPS市场各品牌销售量市场份额对比	24
表20	2005年中国UPS垂直市场各品牌销售额	25
表21	2005年中国UPS市场垂直—品牌格局	26
表22	2005年中国UPS市场品牌—垂直格局	27
表23	2005年中国UPS平行市场各品牌销售额	28
表24	2005年中国UPS市场平行—品牌格局	29
表25	2005年中国UPS市场品牌—平行格局	30
表26	2005年中国UPS区域市场各品牌销售额	31
表27	2005年中国UPS市场区域—品牌格局	32
表28	2005年中国UPS市场品牌—区域销量	33
表29	2005年第三季度APC公司促销信息	38
表30	3KVA以下(包括3KVA)UPS品牌倾向统计	49
表31	3KVA以上UPS品牌倾向统计	50
表32	UPS的工作方式需求统计	51
表33	UPS的功率段需求统计	52
表34	UPS的心理价位统计	53
表35	UPS的促销需求统计	54
表36	UPS销售渠道统计分析	55
表37	UPS服务需求统计分析	56
表38	2006 - 2010年中国UPS市场产品价格结构预测	58
表39	中国UPS市场2006 - 2010年市场销售额预测	59
表40	中国UPS市场2006—2010年增长率预测	60
表41	2006 - 2010年中国UPS市场的工作方式构成预测	61
表42	2006 - 2010年中国UPS市场功率构成预测	62
表43	2006年中国UPS价格结构预测	63
表44	2006 - 2010年中国UPS价格结构预测	63
表45	2006 - 2010年中国UPS区域市场结构预测	64
表46	2006 - 2010年中国UPS垂直市场结构预测	64
表47	2006 - 2010年中国UPS市场行业应用情况预测	65
表48	2006 - 2010年UPS销售渠道预测	66

图目录

- 图1 2004 - 2005年世界UPS市场销售额情况 3
- 图2 2002 - 2005年中国UPS市场销量情况 7
- 图3 2002 - 2005年中国UPS市场销售额情况 7
- 图4 2002 - 2005年中国UPS市场增长率 8
- 图5 2005年各季度中国UPS市场销售量情况 9
- 图6 2005年各季度中国UPS市场销售额情况 9
- 图7 2005年中国UPS市场工作方式结构销售量构成 10
- 图8 2005年中国UPS市场工作方式结构销售额构成 11
- 图9 2002 - 2005年中国UPS市场工作方式结构销售状况对比 12
- 图10 2004 - 2005年中国UPS市场各功率构成情况(按销售额统计) 14
- 图11 2005年中国UPS垂直市场结构 15
- 图12 2004 - 2005年中国UPS市场垂直构成对比 16
- 图13 2005年中国UPS市场行业分布 17
- 图14 2004 - 2005年中国UPS平行市场结构变化 19
- 图15 2005年中国UPS区域市场构成 20
- 图16 2004 - 2005年中国UPS市场区域市场构成对比 21
- 图17 2005年中国UPS市场销售渠道构成 22
- 图18 2005年与2004年中国UPS市场各品牌销售额市场份额对比 23
- 图19 2005年与2004年中国UPS市场各品牌销售量市场份额对比 24
- 图20 2005年中国UPS市场垂直—品牌格局 26
- 图21 2005年中国UPS市场品牌—垂直格局 27
- 图22 2005年中国UPS市场平行—品牌格局 29
- 图23 2005年中国UPS市场品牌 - 平行格局 30
- 图24 2005年中国UPS市场区域—品牌格局 32
- 图25 2005年中国UPS市场品牌—区域格局 33
- 图26 UPS的工作方式需求统计 51
- 图27 UPS的功率段需求统计 52
- 图28 UPS的心理价位统计 54
- 图29 UPS的促销需求统计 55
- 图30 UPS销售渠道统计分析 56
- 图31 中国UPS市场1996 - 2010年销售额趋势图 60

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37686.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提供专业投资咨询报告、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。