

2012-2015年中国千斤顶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

《2012-2015年中国千斤顶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/qitajidian1201/Q775043EXO.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】2012-01-18

【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《2012-2015年中国千斤顶行业深度调研与投资前景研究报告》共十六章，侧重对千斤顶行业运行环境、市场格局、产品市场供需、企业竞争的研究和行业发展趋势及市场规模增长的预测。通过研究千斤顶行业市场的特征、竞争态势、市场现状及预测，使企业和投资者对千斤顶行业整个市场的脉络更为清晰，从而保证投资者做出更为正确的决策。

通过《2012-2015年中国千斤顶行业深度调研与投资前景研究报告》，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。

千斤顶是一种用钢性顶举件作为工作装置，通过顶部托座或底部托爪在行程内顶升重物的轻小起重设备。按结构特征可分为齿条千斤顶、螺旋千斤顶和液压千斤顶3种。千斤顶是一种起重高度小(小于1m)的最简单的起重设备。它有机械式和液压式两种。机械式千斤顶又有齿条式与螺旋式两种，由于起重量小，操作费力，一般只用于机械维修工作，在修桥过程中不适用。液压式千斤顶结构紧凑，工作平稳，有自锁作用，故使用广泛。其缺点是起重高度有限，起升速度慢。

第一章 千斤顶概述

第一节 千斤顶定义

第二节 千斤顶行业发展历程

第三节 千斤顶分类情况

第四节 千斤顶产业链分析

一、产业链模型介绍

二、千斤顶产业链模型研究报告

第二章 2010-2011年中国千斤顶行业发展环境分析

第一节 2010-2011年中国经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

第二节 2010-2011年中国千斤顶行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节 2010-2011年中国千斤顶行业发展社会环境分析

一、居民消费水平分析

二、工业发展形势分析

第三章 中国千斤顶生产现状分析

第一节 千斤顶行业总体规模

第二节 千斤顶产能概况

一、2006-2011年产能分析

二、2012-2016年产能预测

第三节 千斤顶市场容量概况

一、2006-2011年市场容量分析

二、产能配置与产能利用率调查

三、2012-2016年市场容量预测

第四节 千斤顶产业的生命周期分析

第五节 千斤顶产业供需情况

第四章 千斤顶国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 国内产品2008-2010年价格回顾

第二节 国内产品当前市场价格及评述

第三节 国内产品价格影响因素分析

第四节 2012-2016年国内产品未来价格走势预测

第五章 2008-2010年中国千斤顶行业总体发展状况

第一节 中国千斤顶行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

五、行业敏感性分析

第二节 中国千斤顶行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业产销情况分析

第三节 中国千斤顶行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2011年中国千斤顶行业发展概况

第一节 2011年中国千斤顶行业发展态势分析

第二节 2011年中国千斤顶行业发展特点分析

第三节 2011年中国千斤顶行业市场供需分析

第七章 千斤顶行业市场竞争策略分析

第一节、行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节、千斤顶市场竞争策略分析

一、千斤顶市场增长潜力分析

二、千斤顶产品竞争策略分析

三、典型企业产品竞争策略分析

第三节、千斤顶企业竞争策略分析

一、2012-2016年我国千斤顶市场竞争趋势

二、2012-2016年千斤顶行业竞争格局展望

三、2012-2016年千斤顶行业竞争策略分析

第八章 千斤顶行业投资与发展前景分析

第一节 2011年千斤顶行业投资情况分析

- 一、2011年总体投资结构
- 二、2011年投资规模情况
- 三、2011年投资增速情况
- 四、2011年分地区投资分析

第二节 千斤顶行业投资机会分析

- 一、千斤顶投资项目分析
- 二、可以投资的千斤顶模式
- 三、2011年千斤顶投资机会
- 四、2011年千斤顶投资新方向

第三节 千斤顶行业发展前景分析

- 一、金融危机下千斤顶市场的发展前景
- 二、2011年千斤顶市场面临的发展商机

第九章 2012-2016年中国千斤顶行业发展前景预测分析

第一节 2012-2016年中国千斤顶行业发展预测可行性分析

- 一、未来千斤顶发展分析
- 二、未来千斤顶行业技术开发方向
- 三、总体行业“十二五”整体规划及预测

第二节 2012-2016年中国千斤顶行业市场前景分析

- 一、产品差异化是企业发展的方向
- 二、渠道重心下沉

第十章 千斤顶上游原材料供应状况分析

第一节 主要原材料

第二节 主要原材料2005—2010年价格及供应情况

第三节 2012-2016年主要原材料未来价格及供应情况预测

第十一章 千斤顶产业用户度分析

第一节 千斤顶产业用户认知程度

第二节 千斤顶产业用户关注因素

- 一、功能
- 二、质量
- 三、价格
- 四、外观
- 五、服务

第十二章 2012-2016年千斤顶行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前千斤顶存在的问题

第二节 千斤顶未来发展预测分析

- 一、中国千斤顶发展方向分析
- 二、2012-2016年中国千斤顶行业发展规模
- 三、2012-2016年中国千斤顶行业发展趋势预测

第三节 2012-2016年中国千斤顶行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、原材料压力风险分析
- 三、技术风险分析
- 四、政策和体制风险
- 五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第十三章 千斤顶国内重点生产厂家分析

第一节 A公司

- 一、企业基本概况
- 二、2010-2011年企业经营与财务状况分析
- 三、2010-2011年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第二节 B公司

- 一、企业基本概况
- 二、2010-2011年企业经营与财务状况分析
- 三、2010-2011年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第三节 C公司

- 一、企业基本概况

二、2010-2011年企业经营与财务状况分析

三、2010-2011年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第四节 D公司

一、企业基本概况

二、2010-2011年企业经营与财务状况分析

三、2010-2011年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第五节 E公司

一、企业基本概况

二、2010-2011年企业经营与财务状况分析

三、2010-2011年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第六节 F公司

一、企业基本概况

二、2010-2011年企业经营与财务状况分析

三、2010-2011年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第十四章 千斤顶地区销售分析

一、千斤顶各地区对比销售分析

二、千斤顶“重点地区-华北”销售分析

1、“规格”销售分析

2、厂家销售分析

三、千斤顶“重点地区-华东”销售分析

1、“规格”销售分析

2、厂家销售分析

四、千斤顶“重点地区-华南”销售分析

1、“规格”销售分析

2、厂家销售分析

五、千斤顶“重点地区-西南”销售分析

1、“规格”销售分析

2、厂家销售分析

第十五章 千斤顶产品竞争力优势分析

一、整体产品竞争力评价

二、体产品竞争力评价结果分析

三、竞争优势评价及构建建议

- 1、利用次核心技术构建竞争优势
- 2、强化人力资本，构建竞争优势
- 3、通过品牌建设和本土化运作提升竞争优势
- 4、通过差异化战略构建竞争优势

第十六章 业内专家观点与结论

一、千斤顶企业营销策略及行业分析报告

- 1、价格策略
- 2、渠道建设与管理策略
- 3、促销策略
- 4、服务策略
- 5、品牌策略

二、千斤顶企业投资策略

- 1、技术应用注意事项
- 2、项目投资注意事项
- 3、生产开发注意事项
- 4、销售注意事项

三、千斤顶企业应对当前经济形势策略建议

- 1、战略建议
- 2、财务策略建议

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/qitajidian1201/Q775043EXO.html>