

2013-2017年中国电动工具 市场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

《2013-2017年中国电动工具市场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/diangong1307/613827PEWA.html>

【报告价格】 纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】 2013-07-10

【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

报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国电动工具市场深度调研与投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了电动工具行业相关概述、世界电动工具行业运行形式等，接着分析了中国电动工具产业发展环境，然后介绍了中国电动工具市场供需、中国电动工具市场运行情况。随后，报告对电动工具做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国电动工具行业发展趋势与前景。您若想对电动工具产业有个系统的了解或者想投资电动工具行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2013-2017年中国电动工具市场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。

电动工具是一种机械化工具，它由电动机或电磁铁作为动力，通过传动机构驱动工作头进行作业，通常制成手持式、可移式。电动工具结构轻巧，携带使用方便。由于相比手工工具可提高生产效率数倍到数十倍，电动工具已被广泛应用于国民经济各个领域，并进入了家庭使用。

由于消费习惯区别，电动工具一直以来都在欧美日等发达国家占有相当大的市场份额，而且这个市场仍在不断扩张当中。随着制造业在我国的蓬勃发展，江苏、浙江一带电动工具制造业开始迅速发展，世界最大几家电动工具品牌持有商博世、牧田等也都在我国设立了生产基地。

我国电动工具是典型的外向型行业，出口占据总产量八成以上，外部市场依赖较大。近年来，由于国际市场低迷，我国电动工具生产企业日益关注内需市场，纷纷加大对国内市场的产品投放和渠道拓展力度。随着DIY观念逐渐被人们接受，国内更多家庭开始购买电动工具，市场有了很大的发展，电动工具销售开始加速增长。

为进一步规范电动工具强制性认证活动，确保实施的各环节更加合理、有效，国家认证认可监督管理委员会依据《中华人民共和国认证认可条例》、《强制性产品认证管理规定》及相关法律、法规的要求，对电动工具强制性认证实施规则进行全面修订。新修订的规则自2012年3月1日起实施。

“十二五”期间，中国电动工具行业相关配套政策将逐步完善，内需市场有望继续扩张。与此同时，国内电动工具市场的竞争形势也将更为激烈，部分技术领先、优势突出的区域龙头将通过兼并整合，做大做强，成长为全国、甚至全球范围内的领军企业。中

国电动工具市场发展前景乐观，投资潜力巨大。

第一章 电动工具行业相关概述

第一节 行业界定及主要产品

一、行业定义

二、行业分类

第二节 我国电动工具行业特征

一、中国电动工具行业发展历程

二、中国电动工具行业取得的成绩

三、国家政策对电动工具的有利影响

第二章 2013年世界电动工具行业市场运行形势分析

第一节 2013年全球电动工具行业发展概况

第二节 世界电动工具行业发展走势

二、全球电动工具行业市场分布情况

三、全球电动工具行业发展趋势分析

第三节 全球电动工具行业重点国家和地区分析

一、美国

二、日本

三、欧洲

第三章 2013年中国电动工具产业发展环境分析

第一节 2013年中国宏观经济环境分析

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、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 电动工具行业主管部门、行业监管体

第三节 中国电动工具行业主要法律法规及政策

第四节 2013年中国电动工具产业社会环境发展分析

第四章 2012-2013年中国电动工具市场供需分析

第一节 中国电动工具市场供给状况

一、2008-2012年中国电动工具产量分析

二、2013-2017年中国电动工具产量预测

第二节 中国电动工具市场需求状况

一、2008-2012年中国电动工具需求分析

二、2013-2017年中国电动工具需求预测

第三节 2012年电动工具区域市场需求分析

一、华东地区市场需求分析

二、华北地区市场需求分析

三、东北地区市场需求分析

四、华南地区市场需求分析

五、华中地区市场需求分析

六、西部地区市场需求分析

第四节 中国电动工具市场价格状况

一、2008-2012年中国电动工具价格分析

二、2013-2017年中国电动工具价格预测

第五章 2008-2012年电动工具进出口数据分析

第一节 2008-2012年电动工具进口分析

一、电动工具进口数量情况

二、电动工具进口金额分析

三、电动工具进口来源分析

四、电动工具进口价格分析

第二节 2008-2012年电动工具出口分析

一、电动工具出口数量情况

二、电动工具出口金额分析

三、电动工具出口流向分析

四、电动工具出口价格分析

第六章 2011-2013年中国电动工具市场运行情况

第一节 行业最新动态分析

一、行业相关动态概述

二、行业发展热点聚焦

第二节 行业品牌现状分析

第三节 行业产品市场价格情况

第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁

第七章 2011-2013年中国电动工具所属行业主要数据监测分析

第一节 2011-2013年中国电动工具所属行业总体数据分析

一、2011年中国电动工具所属行业全部企业数据分析

二、2012年中国电动工具所属行业全部企业数据分析

三、2013年中国电动工具所属行业全部企业数据分析

第二节 2011-2013年中国电动工具所属行业不同规模企业数据分析

一、2011年中国电动工具所属行业不同规模企业数据分析

二、2012年中国电动工具所属行业不同规模企业数据分析

三、2013年中国电动工具所属行业不同规模企业数据分析

第三节 2011-2013年中国电动工具所属行业不同所有制企业数据分析

一、2011年中国电动工具所属行业不同所有制企业数据分析

一、2012年中国电动工具所属行业不同所有制企业数据分析

一、2013年中国电动工具所属行业不同所有制企业数据分析

第八章 中国电动工具行业竞争格局及战略分析

第一节 中国电动工具行业竞争结构分析

一、行业现有企业间的竞争

二、行业新进入者威胁分析

三、替代产品或服务的威胁

四、上游供应商讨价还价能力

五、下游用户讨价还价的能力

第二节 中国电动工具行业竞争力分析

一、品牌竞争分析

二、成本竞争分析

三、价格竞争分析

四、技术竞争分析

第三节 电动工具市场集中度分析

一、国内电动工具企业分布

二、国内电动工具企业市场集中度

三、国内电动工具消费区域分布

第四节 电动工具企业资本市场运作建议

一、电动工具企业兼并及收购建议

二、电动工具企业融资方式选择建议

三、电动工具企业海外市场运作建议

第九章 电动工具主要生产厂商竞争力分析（可自选企业）

第一节 企业一

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第二节 企业二

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第三节 企业三

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第四节 企业四

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第五节 企业五

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第十章 2013-2017年中国电动工具行业发展趋势与前景分析

第一节 2013-2017年中国电动工具行业投资环境分析

第二节 2013-2017年中国电动工具行业投资前景分析

- 一、电动工具行业发展前景
- 二、电动工具发展趋势分析
- 三、电动工具市场前景分析

第三节 2013-2017年中国电动工具行业投资风险分析

- 一、产业政策分析
- 二、原材料风险分析
- 三、市场竞争风险
- 四、技术风险分析

第四节 2013-2017年电动工具行业投资策略及建议

第十一章 2013-2017年中国电动工具行业发展策略及投资建议

第一节 电动工具行业发展策略分析

- 一、坚持产品创新的领先战略
- 二、坚持品牌建设的引导战略
- 三、坚持工艺技术创新的支持战略
- 四、坚持市场营销创新的决胜战略
- 五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 电动工具行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 博思数据投资建议

一、重点投资区域建议

二、重点投资产品建议

图表目录：（部分）

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：……

更多图表详见正文……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/diangong1307/613827PEWA.html>