

# 2009年中国电工品牌前十名市场 竞争力比较分析及2014年产业发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2009年中国电工品牌前十名市场竞争力比较分析及2014年产业发展前景预测报告》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/dianli1101/Q7750431CO.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2024-12-23

【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

2009年中国电工品牌前十名市场竞争力比较分析及2014年产业发展前景预测报告 内容介绍：

《2009年中国电工品牌前十名(电工品牌前十名市场发展分析)市场竞争力比较分析及2014年产业发展前景预测报告》依托迈洛国际多年对电工行业的研究，结合电工行业历年供需关系变化规律，对电工行业内的企业群体进行了深入的调查与研究，采用定量及定性的科学研究方法撰写而成。

《2009年中国电工品牌前十名(电工品牌前十名市场发展分析)市场竞争力比较分析及2014年产业发展前景预测报告》对我国电工的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

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。《2009年中国电工品牌前十名(电工品牌前十名市场发展分析)市场竞争力比较分析及2014年产业发展前景预测报告》完成于2009年11月，数据截止日期为2009年9月（注：数据根据征订月份不同及时更新到当月数据）。

## 第一章 中国品牌电工(品牌电工市场调研)发展环境分析

### 第一节 经济环境分析

#### 一、中国GDP分析

#### 三、固定资产投资

#### 三、城镇人员从业状况

#### 四、恩格尔系数分析

#### 五、2009-2014年中国宏观经济(宏观经济市场调研)发展预测

### 第二节 政策环境分析

#### 一、产业政策分析

#### 二、相关产业政策影响分析

#### 三、进出口政策分析

### 第三节 社会环境分析

#### 一、人口规模分析

#### 二、年龄结构分析

#### 三、学历结构分析

### 第四节 技术环境分析

一、技术发展现状

二、新技术的发展

三、技术发展趋势

第二章 中国电工(电工市场发展分析)市场规模分析

第一节 2006-2009年中国电工(电工市场发展分析)市场规模分析

第二节 2008-2009年我国电工区域结构分析

第三节 中国电工区域(电工区域市场发展分析)市场规模分析

一、2006-2009年1-9月份东北地区市场规模分析

二、2006-2009年1-9月份华北地区市场规模分析

三、2006-2009年1-9月份华东地区市场规模分析

四、2006-2009年1-9月份华中地区市场规模分析

五、2006-2009年1-9月份华南地区市场规模分析

六、2006-2009年1-9月份西部地区市场规模分析

第四节 2009—2014年中国电工(电工市场发展分析)市场规模预测

第三章 中国电工需求与消费者偏好调查

第一节 2006-2009年9月中国电工产量统计分析

第二节 2006-2008年中国电工历年消费量统计分析

第三节 电工产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第四节 电工产品的品牌市场调查

一、消费者对电工品牌认知度宏观调查

二、消费者对电工产品的品牌偏好调查

三、消费者对电工品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、电工品牌忠诚度调查

六、电工前十名品牌市场占有率调查

七、电工前十名品牌竞争力比较分析

八、消费者的性别比例调查

九、消费者的购买频率调查

十、消费者的接受价格范围分析

十一、消费者的喜好规格范围分析

十二、消费者的消费金额范围分析

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第四章 中国品牌电工(品牌电工市场发展分析)市场价格分析

第一节 价格形成机制分析

第二节 2006-2009年9月中国品牌电工平均价格趋向势分析

第三节 2009-2014年中国品牌电工价格趋向预测分析

第五章 中国品牌电工进(品牌电工进出口数据分析)出口(品牌电工进出口市场发展分析)

市场分析

第一节 2006-2009年9月中国品牌电工进(品牌电工进出口数据分析)出口量分析

一、2006-2009年9月中国品牌电工(品牌电工进口数据统计)进口分析

二、2006-2008年中国品牌电工(品牌电工出口数据分析)出口分析

第二节 2009-2014年中国品牌电工进(品牌电工进出口数据分析)出口(品牌电工进出口市场

发展分析)市场预测分析

一、2009-2014年中国品牌电工(品牌电工进口数据统计)进口预测

二、2009-2014年中国品牌电工(品牌电工出口数据分析)出口预测

第六章 中国电工优势品牌企业分析

第一节 松下Panasonic

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、近三年品牌竞争力分析

四、近三年品牌市场份额分析

五、未来五年该品牌竞争策略

第二节 TCL-罗格朗

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、近三年品牌竞争力分析

四、近三年品牌市场份额分析

五、未来五年该品牌竞争策略

-

### 第三节 西蒙Simon

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、近三年品牌竞争力分析

四、近三年品牌市场份额分析

五、未来五年该品牌竞争策略

### 第四节 梅兰日兰Merlin Gerin

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、近三年品牌竞争力分析

四、近三年品牌市场份额分析

五、未来五年该品牌竞争策略

### 第五节 德力西

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、近三年品牌竞争力分析

四、近三年品牌市场份额分析

五、未来五年该品牌竞争策略

### 第六节 霍尼韦尔-朗能Lonon

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、近三年品牌竞争力分析

四、近三年品牌市场份额分析

五、未来五年该品牌竞争策略

### 第七节 西门子Siemens

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、近三年品牌竞争力分析

四、近三年品牌市场份额分析

## 五、未来五年该品牌竞争策略

### 第八节 松本SOBEN

#### 一、企业概况

#### 二、近三年企业经营状况

#### 三、近三年品牌竞争力分析

#### 四、近三年品牌市场份额分析

#### 五、未来五年该品牌竞争策略

### 第九节 IDV

#### 一、企业概况

#### 二、近三年企业经营状况

#### 三、近三年品牌竞争力分析

#### 四、近三年品牌市场份额分析

#### 五、未来五年该品牌竞争策略

### 第十节 鸿雁

#### 一、企业概况

#### 二、近三年企业经营状况

#### 三、近三年品牌竞争力分析

#### 四、近三年品牌市场份额分析

#### 五、未来五年该品牌竞争策略

## 第七章 我国品牌电工(品牌电工竞争力)竞争格局分析

### 第一节 电工行业历史竞争格局概况

#### 一、电工行业集中度分析

#### 二、电工行业竞争程度分析

### 第二节 电工行业企业竞争状况分析

#### 一、领导企业的市场力量

#### 二、其他企业的竞争力

### 第三节 2009-2014年我国品牌电工(品牌电工竞争力)竞争格局展望

## 第八章 2009-2014年中国品牌电工(品牌电工市场调研)发展预测

### 第一节 2009-2014年电工行业产量预测

### 第二节 2009-2014年电工行业总资产预测

### 第三节 2009-2014年电工行业工业总产值预测

### 第四节 2009-2014年电工行业销售收入预测

## 第九章 2009-2014年中国电工(电工行业调研分析)行业投资价值与投资策略分析

### 第一节 行业SWOT模型分析

#### 一、优势分析

#### 二、劣势分析

#### 三、机会分析

#### 四、风险分析

### 第二节 电工行业投资价值分析

#### 一、行业盈利能力

#### 二、行业偿债能力

#### 三、行业发展能力

### 第三节 2009-2014年中国品牌电工投资风险预警

#### 一、金融危机风险预警

#### 二、行业竞争风险预警

#### 三、技术风险预警

#### 四、经营管理风险预警

### 第四节 电工行业投资策略分析

#### 一、重点投资品种分析

#### 二、重点投资地区分析

### 部分图表目录

图表2006-2009年1-6月我国GDP增长情况

图表2、2008年国民生产总值

图表3、2009-2014年我国国内生产总值预测

图表4、2008年1月 - 12月居民消费价格分类指数分析

图表5、2008年1-12月我国CPI和PPI情况

图表6、2008年社会消费品零售额情况

图表7、2008年社会消费品零售额分行业统计

图表8、2008年CPI同比增幅

图表9、2008年9月到2009年9月近一年CPI同比涨幅

图表10、2008年9月到2009年9月近一年PPI同比涨幅

图表11、2008年我国进出口总值统计数据

图表12、2008年进出口总值分月统计（单位：亿美元）

图表13、2008年贸易顺差分月份统计（单位：亿美元）



图表14、2009年上半年我国进出口总额及其增长率

图表15、2009-2014年我国国际贸易总额预测

图表16、2004-2008年固定资产投资及其增速

图表17、2008年我国固定资产投资情况

图表18、2008年我国城镇固定资产投资分产业统计

图表19、2009-2014年我国固定资产投资预测

图表20、2008年中国人口数及其构成单位：万人

图表21、2008年我国人口年龄结构分析图

图表22、2006-2009年9月中国电工制品(电工制品行业调研分析)行业市场规模

图表23、2006-2009年9月中国电工制品(电工制品行业调研分析)行业市场规模

图表24、2008年中国电工制品(电工制品行业调研分析)行业市场规模区域结构分析

图表25、2008年中国电工制品(电工制品行业调研分析)行业市场规模区域结构分析

图表26、2006-2009年9月中国东北地区电工制品(东北地区电工制品行业调研分析)行业市场规模

图表27、2006-2009年9月中国东北地区电工制品(东北地区电工制品行业调研分析)行业市场规模

图表28、2006-2009年9月中国华北地区电工制品(华北地区电工制品行业调研分析)行业市场规模

图表29、2006-2009年9月中国华北地区电工制品(华北地区电工制品行业调研分析)行业市场规模

图表30、2006-2009年9月中国华东地区电工制品(华东地区电工制品行业调研分析)行业市场规模

图表31、2006-2009年9月中国华东地区电工制品(华东地区电工制品行业调研分析)行业市场规模

图表32、2006-2009年9月中国华中地区电工制品(华中地区电工制品行业调研分析)行业市场规模

图表33、2006-2009年9月中国华中地区电工制品(华中地区电工制品行业调研分析)行业市场规模

图表34、2006-2009年9月中国华南地区电工制品(华南地区电工制品行业调研分析)行业市场规模

图表35、2006-2009年9月中国华南地区电工制品(华南地区电工制品行业调研分析)行业市场规模

图表36、2006-2009年9月中国西部地区电工制品(西部地区电工制品行业调研分析)行业市场规模

图表37、2006-2009年9月中国西部地区电工制品(西部地区电工制品行业调研分析)行业市场规模

图表38、2009-2014年中国电工制品(电工制品行业调研分析)行业市场规模预测

图表39、2009-2014年中国电工制品(电工制品行业调研分析)行业市场规模预测

图表40、2006-2009年9月我国电工制品产量分析

图表41、2006-2009年9月我国电工制品产量分析

图表42、2006-2009年9月我国电工制品消费量分析

图表43、2006-2009年9月我国电工制品消费量分析

图表44、2009年1-9月消费者收入分布比率

图表45、2009年1-9月消费者收入分布比率

图表46、2009年1-9月消费者年龄分布比率图

图表47、2009年1-9月消费者年龄分布比率图

图表48、2009年1-9月消费区域分布比率表

图表49、2009年1-9月消费区域分布比率表

图表50、2009年1-9月消费者对电工制品品牌认知度调查

图表51、2009年1-9月消费者对电工制品产品品牌状况调查分析

图表52、2009年1-9月消费者对电工制品产品品牌状况调查分析

图表53、2009年1-9月消费者对电工制品品牌的首要认知渠道

图表54、2009年1-9月份消费者消费习惯调查

图表54、2009年1-9月份消费者消费习惯调查

图表56、2009年1-9月消费者品牌忠诚度调查

图表57、2009年1-9月消费者品牌忠诚度调查

图表58、2009年1-9月中国消费者电工品牌构成

图表59、2008-2009年中国消费者电工品牌构成

图表60、2009年1-9月电工制品消费者关注度调研

图表61、2009年1-9月电工制品消费者关注度调研

图表62、2009年1-9月份电工消费者性别比例调查分析

图表63、电工消费者购买频率分析

图表64、电工消费者产品价格认同情况调查分析

图表66、电工消费者消费金额分析

图表67、2009年1-9月电工制品产品购买渠道分布图

图表68、电工制品产品广告影响程度分析

图表69、电工制品行业成本构成

图表70、电工制品行业成本构成

图表71、2006-2009年9月我国电工制品平均价格分析

图表72、2006-2009年9月我国电工制品平均价格分析

图表73、2009-2014年我国电工制品平均价格预测

图表74、2009-2014年我国电工制品平均价格预测

图表75、2006-2009年9月中国电工制品(电工制品进口数据统计)进口量分析

图表76、2006-2009年9月中国电工制品(电工制品进口数据统计)进口量分析

图表77、2006-2009年9月中国电工制品(电工制品出口数据分析)出口量分析

图表78、2006-2009年9月中国电工制品(电工制品出口数据分析)出口量分析

图表79、2009-2014年中国电工制品(电工制品进口数据统计)进口量预测

图表80、2009-2014年中国电工制品(电工制品进口数据统计)进口量预测

图表81、2009-2014年中国电工制品(电工制品出口数据分析)出口量预测

图表82、2009-2014年中国电工制品(电工制品出口数据分析)出口量预测

图表112、2009年1-9月电工品牌市场占有率分析

图表113、中国电工制品(电工制品行业调研分析)行业集中度分析

图表114、中国电工制品(电工制品行业调研分析)行业集中度分析

图表115、2009-2014年我国电工制品(电工制品竞争力)竞争格局分析

图表116、2009-2014年我国电工制品(电工制品竞争力)竞争格局分析

图表117、2009-2014年我国电工制品产量预测

图表118、2009-2014年我国电工制品产量预测

图表119、2009-2014年我国电工制品总资产预测

图表120、2009-2014年我国电工制品总资产预测

图表121、2009-2014年我国电工制品总产值预测

图表122、2009-2014年我国电工制品总产值预测

图表123、2009-2014年我国电工制品销售收入预测

图表124、2009-2014年我国电工制品销售收入预测

图表125、2008年电工制品行业盈利能力类财务指标分析

图表126、2008年电工制品行业偿债能力类财务指标分析

图表127、2008年电工制品行业发展能力类财务指标分析

详细请访问：<http://www.bosidata.com/dianli1101/Q7750431CO.html>