

2015-2020年中国手工具制造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

《2015-2020年中国手工具制造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/diangong1502/X51618BQ2J.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】2015-02-11

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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《2015-2020年中国手工具制造市场深度调研与投资前景研究报告》共十三章。报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

手工具行业是劳动密集型行业，我国有较强的竞争优势，随着发达国家从传统制造业中淡出，我国的产品完全有能力占据世界手工具行业的主导地位。手工具产品的主要消费国为北美、欧洲等西方发达国家和地区，发展中国家的消费市场相对较小，但近年来呈现出逐年上升的趋势，如中国、东欧、拉丁美洲及非洲市场都有较大的增长潜力。欧美成熟市场对中低档产品和高端产品都有较大的需求，而其他市场中低端产品的需求相对较大，物美价廉的中国产品更受欢迎，这也为中国企业积极开拓新兴市场带来了机遇。手工具产品的竞争主要涉及因素为技术、质量、价格、企业品牌、供销渠道，其中技术、质量、价格和渠道是最重要的竞争因素，设计新颖、技术含量高的中高档手工具产品在竞争中处于优势地位，企业品牌也具有重要的作用。

贸易	数量：千克	2009	进口	19,540	2009	年度
出口	2,059,229	2010	进口	24,595	2010	出口
	1,803,311	2011	进口	29,244	2011	出口
	1,751,105	2012	进口	26,885	2012	出口
	2,225,820	2013	进口	33,468	2013	出口
	2,206,143	资料来源：中国海关				

报告目录：第一章 2014年世界手工具行业整体运营状况分析1

第一节 2014年世界工具行业运行环境分析1

一、世界经济运行现状1

二、世界工具业发展态势分析10

第二节 2014年世界手工具行业市场运行格局11

一、世界手工具市场特征分析11

二、世界手工具品牌建设情况16

三、国外手工具的加工技术分析17

四、全球电动手工具市场动态分析	18
第二章 2014年中国手工具行业市场运行环境解析	19
第一节 2014年国内宏观经济环境分析	19
一、国民经济增长	19
二、中国居民消费价格指数	22
三、工业生产运行情况	31
四、中国房地产业情况	41
五、中国制造业采购经理指数	48
第二节 2014年中国手工具市场政策环境分析	50
一、手工具质量标准及检验方法	50
二、相关行业政策分析	50
三、进出口贸易政策分析	51
第三节 2014年中国手工具行业社会环境分析	52
二、教育环境分析	53
三、文化环境分析	55
四、生态环境分析	57
五、中国城镇化率	58
六、居民的各种消费观念和习惯	59
第三章 2014年中国手工具行业市场运行态势剖析	65
第一节 2014年中国手工具业动态分析	65
一、诺霸为欧洲手工具制造商联盟与协会牵线搭桥	65
二、欧盟对中国产电动手工具发出消费者警告	65
三、手动工具强势品牌“艾威博尔”落地中国	66
第二节 2014年中国手工具行业运行总况	67
一、中国五金工具行业格局将出现巨大变化	67
二、手工具行业转型分析	68
三、手工具行业缺乏“合格的”品牌操盘手	69
第三节 2011年中国手工具市场运行透析	70
一、手工具市场亮点聚焦	70
二、手工具市场消费形势与需求结构分析	71
三、手工具技术新进展	75
第四节 2014年中国手工具行业面临的困境与解决策略分析	76
第四章 2011-2013年中国手工具制造行业数据监测分析	78
第一节 2011-2013年中国手工具制造行业总体数据分析	78

一、2011年中国手工具制造行业全部企业数据分析	78
二、2012年中国手工具制造行业全部企业数据分析	80
三、2013年中国手工具制造行业全部企业数据分析	81
第二节 2011-2013年中国手工具制造行业不同规模企业数据分析	83
一、2011年中国手工具制造行业不同规模企业数据分析	83
二、2012年中国手工具制造行业不同规模企业数据分析	83
三、2013年中国手工具制造行业不同规模企业数据分析	84
第三节 2011-2013年中国手工具制造行业不同所有制企业数据分析	84
一、2011年中国手工具制造行业不同所有制企业数据分析	84
二、2012年中国手工具制造行业不同所有制企业数据分析	85
三、2013年中国手工具制造行业不同所有制企业数据分析	85
第五章 2014年中国手工具市场竞争格局透析	87
第一节 2014年中国手工具市场竞争综述	87
一、手工具市场品牌竞争分析	87
二、手工具市场价格技术竞争分析	89
三、手工具市场营销方式竞争分析	90
第二节 2014年中国手工具行业集中度分析	92
一、市场集中度分析	92
二、区域集中度分析	93
1、手工具行业具有非常明显的区域性特征。高端手工具产品市场主要由欧美经济发达国家占据，其中美国和德国的手工具企业最为突出；中国已经成为手工具产品的重要制造地，我国的五金制品产地主要分布在浙江、江苏、上海、广东和山东等地，其中浙江、广东和江苏最为突出，主要以制造中低端工具为主。	
2、消费区域 中国手工具行业市场销售区域结构 资料来源：博思数据整理	
第三节 台湾手工具业拓展大陆市场	94
第四节 2015-2020年中国手工具行业竞争趋势分析	95
第六章 2014年中国手工具行业主要区域运行形势分析	97
第一节 长江三角洲	97
一、长江三角洲区域手工具产业发展特色	97
二、手工具企业群分析	97
三、区域竞争优势分析	99
四、经济发展对产业影响分析	99
第二节 珠江三角洲	100

- 一、手工具进出口状况分析100
- 二、手工具产品价格走势分析100
- 三、手工具发展优势分析100
- 第三节 环渤海101
 - 一、手工具技术发展状况分析101
 - 二、手工具市场供给状况101
 - 三、手工具竞争战略分析102 第七章 2014年中国手工具原材料领域透析104
- 第一节 铜工业发展分析104
 - 一、中国铜工业概况104
 - 二、近三年中国铜产量数据分析106
 - 三、铜国内市场价格走势分析107
 - 四、铜工业前景展望109
- 第二节 钢铁产业分析109
 - 一、中国钢铁工业概况109
 - 二、近三年中国钢铁产量数据分析110
 - 三、钢铁国内市场价格走势分析111
 - 四、我国钢铁市场消费分析与需求预测120
- 第三节 铝工业发展分析122
 - 一、中国铝业发展历程追溯122
 - 二、中国铝业产量数据监测123
 - 三、国内外铝市场价格走势124
 - 四、国内铝市需求分析128
 - 五、中国铝工业发展前景预测132
- 第四节 工程塑料行业分析133
 - 一、中国工程塑料产业发展综述133
 - 二、我国工程塑料市场动态分析138
 - 三、全球工程塑料市场增速将减缓144 第八章 2011-2014年中国电动手提式工具产量统计分析145
- 第一节 2011-2014年全国电动手提式工具产量分析145
- 第二节 2014年全国及主要省份电动手提式工具产量分析145
- 第三节 2014年电动手提式工具产量集中度分析147 第九章 2011-2013年中国手工工具进出口贸易数据监测148

第一节 2011-2013年中国手工钻孔或攻丝工具进出口数据监测分析 (82051000)	148
一、手工钻孔或攻丝工具进出口数量分析	148
二、手工钻孔或攻丝工具进出口金额分析	148
三、手工钻孔或攻丝工具进出口国家及地区分析	149
第二节 2011-2013年中国手工锤子进出口数据监测分析 (82052000)	157
一、手工锤子进出口数量分析	157
二、手工锤子进出口金额分析	158
三、手工锤子进出口国家及地区分析	158
第三节 2011-2013年中国木工用刨子、凿子及类似切削工具进出口数据监测分析	168
一、木工用刨子、凿子及类似切削工具进出口数量分析 (82053000)	168
二、木工用刨子、凿子及类似切削工具进出口金额分析	169
三、木工用刨子、凿子及类似切削工具进出口国家及地区分析	169
第四节 2011-2013年中国螺丝刀进出口数据监测分析 (82054000)	177
一、螺丝刀进出口数量分析	177
二、螺丝刀进出口金额分析	178
三、螺丝刀进出口国家及地区分析	179
第十章 2014年中国手工具行业市场销售渠道运行态势分析	189
第一节 2014年中国手工具行业市场销售渠道特点	189
一、垂直层次代理为主的渠道结构	189
二、区域商场为主渠道终端	189
三、公司直营制的混合渠道结构	190
第二节 2014年中国手工具行业市场销售渠道分类	191
第三节 2014年手工具渠道的升级状况分析	192
一、注重以战略引爆渠道瓶颈的突破	192
二、注重以品牌引爆渠道格局的变革	193
三、注重以产品引爆渠道网点的销量	193
第四节 2015-2020年中国手工具市场营销策略分析	193
第十一章 2014年世界手工具巨头企业营运状况浅析	195
第一节 史丹利	195
一、企业概况	195
二、公司主要产品介绍	196
三、在华市场运行情况	197

第二节 鹰之印197

一、企业概况197

二、公司主要产品介绍198

三、在华市场运行情况分析198

第三节 德国伍尔特集团198

一、企业概况198

二、公司主要产品介绍199

三、在华市场运行情况分析200

第四节 博世公司201

一、企业概况201

二、公司主要产品介绍202

三、在华市场运行情况分析203 第十二章 2014年中国手工具优势企业财务数据分析205

第一节 威海华东数控股份有限公司205

一、企业基本情况205

二、企业主要经济指标206

三、企业盈利能力分析207

四、企业偿债能力分析208

五、企业运营能力分析209

六、企业成长能力分析210

第二节 上海世达机械工具厂有限公司210

一、企业基本情况210

二、企业主要经济指标211

三、企业盈利能力分析211

四、企业偿债能力分析211

五、企业运营能力分析212

第三节 慈溪光华实业有限公司212

一、企业基本情况212

二、企业主要经济指标213

三、企业盈利能力分析213

四、企业偿债能力分析213

五、企业运营能力分析214

第四节 四川省大竹工具有限公司214

- 一、企业基本情况214
- 二、企业主要经济指标214
- 三、企业盈利能力分析215
- 四、企业偿债能力分析215
- 五、企业运营能力分析215
- 第五节 杭州万达工具有限公司216
 - 一、企业基本情况216
 - 二、企业主要经济指标216
 - 三、企业盈利能力分析216
 - 四、企业偿债能力分析217
 - 五、企业运营能力分析217
- 第六节 日照丰华工具有限公司217
 - 一、企业基本情况217
 - 二、企业主要经济指标218
 - 三、企业盈利能力分析218
 - 四、企业偿债能力分析218
 - 五、企业运营能力分析219
- 第七节 龙游亿洋工具制造有限公司219
 - 一、企业基本情况219
 - 二、企业主要经济指标220
 - 三、企业盈利能力分析220
 - 四、企业偿债能力分析220
 - 五、企业运营能力分析221
- 第八节 圣亨金属制品（无锡）有限公司221
 - 一、企业基本情况221
 - 二、企业主要经济指标221
 - 三、企业盈利能力分析222
 - 四、企业偿债能力分析222
 - 五、企业运营能力分析222
- 第九节 扬州福荣五金工具有限公司223
 - 一、企业基本情况223
 - 二、企业主要经济指标223

三、企业盈利能力分析	223
四、企业偿债能力分析	224
五、企业运营能力分析	224
第十节 宁波美加工具有限公司	224
一、企业基本情况	224
二、企业主要经济指标	225
三、企业盈利能力分析	225
四、企业偿债能力分析	225
五、企业运营能力分析	226
第十三章 博思数据关于中国手工具行业发展趋势与前景展望	227
第一节 2015-2020年中国手工具行业发展前景分析	227
一、中国将成为全球最大的工具市场	227
二、手工具市场应用前景展望	228
第二节 2015-2020年中国手工具行业发展趋势分析	228
一、中国五金行业竞争将呈现六大趋势	228
二、中国手工具制造行业发展分析	230
三、手工具制造行业技术开发方向	232
第三节 2015-2020年中国手工具行业市场预测分析	232
一、市场供需情况预测分析	232
二、未来手工具进出口贸易情况预测分析	233
第四节 2015-2020年中国手工具市场盈利预测分析	239

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/diangong1502/X51618BQ2J.html>