

# 2021年中国电子材料行业分析报告- 产业深度研究与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国电子材料行业分析报告-产业深度研究与发展前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/dianzidiangong/551644551644.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: [sale@chinabaogao.com](mailto:sale@chinabaogao.com)

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

电子材料是指在电子技术和微电子技术中使用的材料，包括介电材料、半导体材料、压电与铁电材料、导电金属及其合金材料、磁性材料、光电子材料、电磁波屏蔽材料以及其他相关材料。电子材料是现代电子工业和科学技术发展的物质基础，同时又是科技领域中技术密集型学科。根据材料的化学性质，可以分为金属电子材料、电子陶瓷、高分子电子、玻璃电介质、云母、气体绝缘介质材料，电感器、绝缘材料、磁性材料、电子五金件、电工陶瓷材料、屏蔽材料、压电晶体材料、电子精细化工材料、电子轻建纺材料、电子锡焊料材料、PCB制作材料、其它电子材料。

近年来，在国家政策和下游市场的双重推动下，我国新材料产业规模不断，2020年预计产值超6万亿元。其中，稀土功能材料、电子材料、先进储能材料、光伏材料、有机硅、超硬材料、特种不锈钢、玻璃纤维及其复合材料等产能居世界前列。

2015-2020年我国新材料产值规模预测情况 数据来源：观研天下整理

在市场竞争方面，美国、日本、欧洲等国家或地区凭借着先进的技术及经验优势，处于市场垄断地位，而我国众多新材料细分领域龙头企业相较于第一梯队的美日欧国家企业产品线较为单一，位于市场第二梯队。

全球新材料行业发展梯队 数据来源：观研天下整理

### 一、美国电子材料市场

#### 1.美国电子材料市场分析

目前，美国材料代表性企业有3M/霍尼韦尔/GE/陶氏杜邦，其中3M营收规模大，净利润最高。根据数据显示，2020年，3M营收321.8亿美元，仅次于巴斯夫和陶氏，全年净利润53.84亿美元，整体经营状况较好。

2020年美国材料代表性企业营收情况 数据来源：观研天下整理

#### 2.龙头企业运营特征——以3M为例

##### （1）3M得产品线丰富，下游多元化

近年来，3M凭借着丰富产品线和多元化下游领域优势，逐渐从最初小规模采矿厂逐渐成长为多元化跨国制造业巨头，拥有思高胶带、汽车窗膜、各类电子材料等众多代表性产品，下游领域包括材料、电子、能源、医疗保健、日常消费等。在营收结构方面，安全与工业是3M的发家业务线，2020年营收118亿美元，占比达35%。

3M的四大业务部门及服务内容 数据来源：观研天下整理

2020年3M营收结构 数据来源：观研天下整理

##### （2）3M积极并购布局医疗健康和安全防护业务

目前，3M已经累计收购了70多家公司，并购多达17笔，主要集中于在医疗保健和安全防护领域，且数量占比超过64%。尤其是在2015年，3M以25亿美元从KKR收购Capital Safety，扩展个人安全业务，并且每年约4.3亿美元的个人防护营收，安全和图形营收在16、17

年持续增长。

2015-2018年安全与图形业务营收增长 数据来源：观研天下整理

与此同时，2018年，3M以10亿美元收购M\*Modal IP LLC医疗技术业务，推进医疗服务信息化。

3M在医疗领域两款出色产品 数据来源：观研天下整理

### （3）3M核心技术呈模块化和一体化

随着企业规模不断扩张与并购，3M拥有的技术模块数量快速增长，截止2020年共拥有51个核心技术模块，已经创新研发出了近6万种产品。截止2021年，3M的专利已超过12万项，平均每天产生10余项专利，拥有的9个工艺平台是其产品产业链中不可或缺的组成部分。

2000-2020年3M核心技术平台数量统计情况 数据来源：观研天下整理

### （4）3M改革销售方式，重视员工激励，建立“15%原则”等核心制度

3M改革销售方式以及完善员工保障制度

销售改革

员工激励

“15%原则”

亲自示范：麦克奈特亲自前往客户工厂，给工人们演示砂纸如何使用，询问工人们的需求，并将结果反馈至工厂

3M为员工设立了养老金并购买了伤残保险，麦克奈特将前任总裁奥博制定的利润分享计划扩展到所有的3M员工。经济大萧条时期，麦克奈特使3M成为首批公司出资赞助失业保险的美国公司之一，切实保障员工利益，激发员工的主动性

即研发人员每周可以拿出15%的时间用于研究自己感兴趣的项目。3M支持“15%原则”下创新项目的落地。在整个过程中，公司会支持新项目的研发。创新产品生产过程的75%在公司内进行，此外，还有两个内部技术中心专门负责进行工艺创新

改革销售方式：麦克奈特提出销售人员应直接走入使用群体，而不是在工厂办公室里接待客户

麦克奈特明确提出委托职责，权责下放，使每个部门拥有独立自主权，自负盈亏。该制度的实行充分调动了部门员工积极性，同时使得公司成立新部门时相对容易

15%的时间不是绝对的，表明公司对于本职工作的时间不是强制性的，只要员工有了创新灵感，可以随时放下手头工作去将想法付诸实际，避免扼杀新的、看似与工作不想关的创新。

“15%原则”的制定为员工创新提供了时间基础，为3M建设创新文化发挥了重要作用数据来源：观研天下整理

## 二、德国电子材料市场

### 1、巴斯夫营收规模最大，覆盖农业、工业、上游基础化工等领域

巴斯夫营收规模位居材料公司之首，2020达到727.48亿美元，是3M营收的两倍多，

处于全球材料公司中最高。目前，巴斯夫产品涉及基础化工、电子、农业、营养健康等领域。

2018-2020年巴斯夫营收情况 数据来源：观研天下整理

## 2、巴斯夫以化学品为基础实现一体化架构

巴斯夫通过化学循环可再生、工艺开发、数字化与人工智能等核心技术，实现特性材料单体、表面涂料、护理化学品和数字农业产品等的生产制造，实现以化学品为基础，化学循环可再生等核心技术串联的一体化架构。

## 三、日本电子材料市场

### 1、住友化学功能材料一体化，电子、能源、医疗全覆盖

住友化学是同时拥有石油化工、基础化工、电子材料产品的公司。2019年，住友化学控股三立子，强化车载显示偏光片业务，推进公司高端材料板块。目前，住友化学的高端材料业务主要包括能源和功能材料、电子化学品，在营收中占比较低，但住友化学由于拥有大量的石油化学产品，在基础材料市场中占优。（WYD）

观研报告网发布的《2021年中国电子材料行业分析报告-产业深度研究与发展前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

行业报告是业内企业、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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【目录大纲】

## 第一章 2017-2021年中国电子材料行业发展概述

### 第一节 电子材料行业发展情况概述

- 一、电子材料行业相关定义
- 二、电子材料行业基本情况介绍
- 三、电子材料行业发展特点分析
- 四、电子材料行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、电子材料行业需求主体分析

### 第二节 中国电子材料行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、电子材料行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
  - (1) 沟通协调机制
  - (2) 风险分配机制
  - (3) 竞争协调机制
- 四、中国电子材料行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

### 第三节 中国电子材料行业生命周期分析

- 一、电子材料行业生命周期理论概述
- 二、电子材料行业所属的生命周期分析

### 第四节 电子材料行业经济指标分析

- 一、电子材料行业的赢利性分析
- 二、电子材料行业的经济周期分析
- 三、电子材料行业附加值的提升空间分析

### 第五节 中国电子材料行业进入壁垒分析

- 一、电子材料行业资金壁垒分析
- 二、电子材料行业技术壁垒分析
- 三、电子材料行业人才壁垒分析
- 四、电子材料行业品牌壁垒分析
- 五、电子材料行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2021年全球电子材料行业市场发展现状分析

### 第一节 全球电子材料行业发展历程回顾

## 第二节 全球电子材料行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲电子材料行业地区市场分析

- 一、亚洲电子材料行业市场现状分析
- 二、亚洲电子材料行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲电子材料行业市场前景分析

### 第四节 北美电子材料行业地区市场分析

- 一、北美电子材料行业市场现状分析
- 二、北美电子材料行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美电子材料行业市场前景分析

### 第五节 欧洲电子材料行业地区市场分析

- 一、欧洲电子材料行业市场现状分析
- 二、欧洲电子材料行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲电子材料行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界电子材料行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球电子材料行业市场规模预测

## 第三章 中国电子材料产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

### 第二节 中国电子材料行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国电子材料产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

## 第四章 中国电子材料行业运行情况

### 第一节 中国电子材料行业发展状况情况介绍

## 一、行业发展历程回顾

## 二、行业创新情况分析

### 1、行业技术发展现状

### 2、行业技术专利情况

### 3、技术发展趋势分析

## 三、行业发展特点分析

## 第二节 中国电子材料行业市场规模分析

## 第三节 中国电子材料行业供应情况分析

## 第四节 中国电子材料行业需求情况分析

## 第五节 我国电子材料行业细分市场分析

### 1、细分市场一

### 2、细分市场二

### 3、其它细分市场

## 第六节 中国电子材料行业供需平衡分析

## 第七节 中国电子材料行业发展趋势分析

## 第五章 中国电子材料所属行业运行数据监测

## 第一节 中国电子材料所属行业总体规模分析

### 一、企业数量结构分析

### 二、行业资产规模分析

## 第二节 中国电子材料所属行业产销与费用分析

### 一、流动资产

### 二、销售收入分析

### 三、负债分析

### 四、利润规模分析

### 五、产值分析

## 第三节 中国电子材料所属行业财务指标分析

### 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 2017-2021年中国电子材料市场格局分析

## 第一节 中国电子材料行业竞争现状分析

### 一、中国电子材料行业竞争情况分析

### 二、中国电子材料行业主要品牌分析

## 第二节 中国电子材料行业集中度分析

## 一、中国电子材料行业市场集中度影响因素分析

## 二、中国电子材料行业市场集中度分析

### 第三节 中国电子材料行业存在的问题

### 第四节 中国电子材料行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国电子材料行业钻石模型分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

## 第七章 2017-2021年中国电子材料行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国电子材料行业消费市场动态情况

### 第二节 中国电子材料行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 电子材料行业成本结构分析

### 第四节 电子材料行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

#### 二、成本因素

#### 三、渠道因素

#### 四、其他因素

### 第五节 中国电子材料行业价格现状分析

### 第六节 中国电子材料行业平均价格走势预测

#### 一、中国电子材料行业价格影响因素

#### 二、中国电子材料行业平均价格走势预测

#### 三、中国电子材料行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2021年中国电子材料行业区域市场现状分析

### 第一节 中国电子材料行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地区电子材料市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区电子材料市场规模分析

#### 四、华东地区电子材料市场规模预测

### 第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区电子材料市场规模分析
- 四、华中地区电子材料市场规模预测

### 第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区电子材料市场规模分析
- 四、华南地区电子材料市场规模预测

## 第九章 2017-2021年中国电子材料行业竞争情况

### 第一节 中国电子材料行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 中国电子材料行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

### 第三节 中国电子材料行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 电子材料行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
  - 1、主要经济指标情况
  - 2、企业盈利能力分析
  - 3、企业偿债能力分析
  - 4、企业运营能力分析

## 5、企业成长能力分析

### 四、公司优劣势分析

#### 第二节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

### 四、公司优劣势分析

#### 第三节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

### 四、公司优劣势分析

#### 第四节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

### 四、公司优劣势分析

#### 第五节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国电子材料行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国电子材料行业未来发展前景分析

#### 一、电子材料行业国内投资环境分析

#### 二、中国电子材料行业市场机会分析

#### 三、中国电子材料行业投资增速预测

### 第二节 中国电子材料行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国电子材料行业市场发展预测

#### 一、中国电子材料行业市场规模预测

#### 二、中国电子材料行业市场规模增速预测

#### 三、中国电子材料行业产值规模预测

#### 四、中国电子材料行业产值增速预测

#### 五、中国电子材料行业供需情况预测

### 第四节 中国电子材料行业盈利走势预测

一、中国电子材料行业毛利润同比增速预测

二、中国电子材料行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国电子材料行业投资风险与营销分析

### 第一节 电子材料行业投资风险分析

一、电子材料行业政策风险分析

二、电子材料行业技术风险分析

三、电子材料行业竞争风险分析

四、电子材料行业其他风险分析

### 第二节 电子材料行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

## 第十三章 2021-2026年中国电子材料行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国电子材料行业品牌战略分析

一、电子材料企业品牌的重要性

二、电子材料企业实施品牌战略的意义

三、电子材料企业品牌的现状分析

四、电子材料企业的品牌战略

五、电子材料品牌战略管理的策略

### 第二节 中国电子材料行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国电子材料行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

## 第十四章 2021-2026年中国电子材料行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国电子材料行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国电子材料行业营销渠道策略

一、电子材料行业渠道选择策略

二、电子材料行业营销策略

第三节 中国电子材料行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国电子材料行业重点投资区域分析

二、中国电子材料行业重点投资产品分析

图表详见报告正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianzidiangong/551644551644.html>