

2017-2022年中国地震预警市场现状调查及十三五 发展策略研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国地震预警市场现状调查及十三五发展策略研究报告》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/ruanjian/274702274702.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: 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

地震预警，是指在地震发生后，利用地震波传播速度小于电波传播速度的特点，提前对地震波尚未到达的地方进行预警。一般来说，地震波的传播速度是每秒几公里，而电波的速度为每秒30万公里。因此，如果能够利用实时监测台网获取的地震信息，以及对地震可能的破坏范围和程度的快速评估结果，就有利用破坏性地震波到达之前的短暂时间发出预警。

研究表明，如果预警时间为3秒，可使伤亡率减少14%；如果预警时间为10秒和60秒，则可使人员伤亡分别减少39%和95%。

地震的成因是由于地下几公里至数百公里的岩体发生突然破裂和错动。而这些破裂和错动释放的能量又以地震波的形式向四周辐射出去。地震波是一种机械波，具有一定的传播速度，当地震发生后，要等相应的地震波传播到人所在的位置。这个时间差给地震预警留下了空间。

地震发生时，首先出现的是上下震动的P波，震动幅度较小，要过大约10秒到1分钟时间，水平运动的S波才会到来，造成严重破坏。地震预警就是利用地震发生后，P波与S波之间的时间差。原理上，在距离震源50公里内的地区，会在地震前10秒收到预警信息；90-100公里内的地区，能提前20多秒收到预警信息。根据数据准确估计震级、震中位置以及快速估计地震对预警目标的影响等。

中国报告网发布的《2017-2022年中国地震预警市场现状调查及十三五发展策略研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。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。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。

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。

第一章 地震预警行业发展综述

1.1 地震预警行业定义

1.1.1 简介

1.1.2 工作原理

1.1.3 “地震预警”与“地震预报”的区别

1.1.4 预警意义

1.2 地震预警行业经营模式分析

1.2.1 生产模式

1.2.2 采购模式

1.2.3 销售模式

第二章 地震预警行业运行环境（PEST）分析

2.1 地震预警行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

- 1、中华人民共和国防震减灾法
- 2、中华人民共和国突发事件应对法
- 3、中华人民共和国政府信息公开条例

2.1.3 行业相关发展规划

- 1、地震科技创新蓝图
- 2、国家科技支撑计划
- 3、国家自然科学基金
- 4、地震行业科研专项
- 5、地震科技星火计划

2.2 地震预警行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 地震预警行业社会环境分析

2.3.1 中国地震带分布分析

- 1、华北地震区分析
- 2、青藏高原地震区分析
- 3、东南沿海地震带分析
- 4、南北地震带分析
- 5、其他地震区分析

2.3.2 中国活动断层

2.3.3 国内地震灾害

2.3.4 最新全国地震

2.4 地震预警行业技术环境分析

2.4.1 地震预警技术分析

2.4.2 地震预警技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 全球地震预警行业发展概述

3.1 2013-2015年全球地震预警行业发展情况概述

3.2 2013-2015年全球主要地区地震预警行业发展状况

3.2.1 日本地震预警行业发展情况概述

3.2.2 墨西哥地震预警行业发展情况概述

3.2.3 美国加州地震预警行业发展情况概述

3.2.4 土耳其伊斯坦布尔地震预警行业发展情况概述

3.3 2017-2022年全球地震预警行业发展前景预测

3.4 全球地震预警行业重点企业发展动态分析

第四章 中国地震台网现状及其预警能力分析

4.1 中国地震台网现状

4.1.1 测震及强震动台站分布

4.1.2 台站仪器及运行现状

4.2 地震预警关键技术指标

4.2.1 预警盲区

4.2.2 影响地震预警系统能力的关键因素

4.3 我国地震台网的地震预警关键技术指标分析

4.3.1 数据传输延时

4.3.2 台网密度及台间距

4.3.3 我国地震台网密度及数据延时

4.4 我国地震台网的建设情况

第五章 中国地震预警行业发展概述

5.1 中国地震预警行业发展状况分析

5.1.1 中国地震预警行业发展阶段

5.1.2 中国地震预警行业发展总体概况

5.1.3 中国地震预警行业发展特点分析

5.2 2013-2015年地震预警行业发展现状

5.2.1 2013-2015年中国地震预警行业市场规模

5.2.2 2013-2015年中国地震预警行业发展分析

5.2.3 2013-2015年中国地震预警企业发展分析

5.3 2017-2022年中国地震预警行业面临的困境及对策

5.3.1 中国地震预警行业面临的困境及对策

1、中国地震预警行业面临困境

2、中国地震预警行业对策探讨

5.3.2 中国地震预警企业发展困境及策略分析

1、中国地震预警企业面临的困境

2、中国地震预警企业的对策探讨

5.3.3 国内地震预警企业的出路分析

第六章 我国地震预警行业供需形势分析

6.1 地震预警行业供给分析

6.1.1 2013-2015年地震预警行业供给分析

6.1.2 2017-2022年地震预警行业供给变化趋势

6.1.3 地震预警行业区域供给分析

6.2 2013-2015年我国地震预警行业需求情况

6.2.1 地震预警行业需求市场

6.2.2 地震预警行业客户结构

6.2.3 地震预警行业需求的地区差异

6.3 地震预警市场应用及需求预测

6.3.1 地震预警应用市场总体需求分析

6.3.2 2017-2022年地震预警行业领域需求量预测

6.3.3 重点行业地震预警产品/服务需求分析预测

第七章 中国地震系统基本情况及发展分析

7.1 地震系统基本情况分析

7.1.1 地震系统机构设置情况分析

7.1.2 地震系统人员情况分析

7.1.3 地震台站建设及人员情况分析

7.1.4 地震遥测台网建设及人员情况分析

7.2 地震系统收入支出分析

7.2.1 地震系统收入分析

1、地震系统预算收入分析

2、地震系统决算收入分析

7.2.2 地震系统支出分析

1、地震系统预算支出分析

2、地震系统决算支出分析

7.3 地震系统工作成果分析

7.3.1 地震监测成果分析

7.3.2 地震预测成果分析

7.3.3 地震灾害预防成果分析

7.3.4 地震应急救援成果分析

7.3.5 地震科技成果分析

第八章 中国地震专用仪器制造行业发展分析

8.1 地震专用仪器制造行业规模及业绩分析

8.1.1 地震专用仪器制造行业发展规模分析

8.1.2 地震专用仪器制造行业经营效益分析

1、地震专用仪器制造行业盈利能力分析

2、地震专用仪器制造行业运营能力分析

3、地震专用仪器制造行业偿债能力分析

4、地震专用仪器制造行业发展能力分析

8.2 地震专用仪器制造行业技术情况分析

8.2.1 行业专利申请数分析

8.2.2 行业专利公开数量变化情况

8.2.3 行业专利申请人分析

8.2.4 行业热门技术分析

8.3 地震专用仪器制造行业发展趋势分析

8.3.1 地震专用仪器制造行业发展瓶颈分析

8.3.2 地震专用仪器制造行业发展趋势分析

第九章 我国地震预警行业渠道分析及策略

9.1 公众对地震预警的认知与需求

9.1.1 地震预警与地震预报的区别

9.1.2 地震预警的作用

9.1.3 地震预警发布的范围

9.1.4 地震预警的接收方式

9.1.5 地震预警信息发布内容

9.1.6 地震预警信息发布权限

9.2 地震预警信息发布范围与对象

9.2.1 特定用户

9.2.2 公众

1、信息可靠，延迟可控

2、法制健全

3、公众认知

4、政府授权

9.3 地震预警信息发布形式及内容

9.3.1 特定用户

9.3.2 公众

9.4 地震预警信息发布过程控制

9.4.1 初报

9.4.2 续报

9.4.3 终报

9.5 地震预警行业发展策略分析

第十章 我国地震预警行业竞争形势及策略

10.1 行业总体市场竞争状况分析

10.2 地震预警的特殊性与弱点分析

10.2.1 地震预警的特殊性

10.2.2 地震预警两个无法完全克服的弱点

1、内陆地震存在预警盲区

2、大地震预警震级偏低

10.2.3 地震瞬间选取适用地震动衰减关系问题

10.2.4 国际上两次成功预警的特殊环境

10.3 地震预警系统综述

10.3.1 地震预警

1、异地震前预警

2、现地地震P波预警

10.3.2 城市及其基础设施地震预警系统

1、世界各国地区的城市地震预警系统

2、铁路系统地震预警系统

3、核电站地震预警系统

4、输油气管线的地震预警

5、地震预警在其它领域的应用

10.3.3 中国对地震预警的研究

第十一章 地震预警行业领先企业经营形势分析

11.1 成都高新减灾研究所

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

11.2 重庆诺迈科技有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

11.3 福建省地震局

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

11.4 地质矿产部北京地质仪器厂

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

11.5 重庆地质仪器厂

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

11.6 武汉地震科学仪器研究院

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

11.7 珠海市泰德企业有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

11.8 三门峡市成义电器有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

11.9 北京赛斯米克地震科技发展中心

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

11.10 威海双丰电子集团有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第十二章 2017-2022年地震预警行业投资前景

12.1 2017-2022年地震预警市场发展前景

12.1.1 2017-2022年地震预警市场发展潜力

12.1.2 2017-2022年地震预警市场发展前景展望

12.2 2017-2022年地震预警市场发展趋势预测

12.2.1 2017-2022年地震预警行业发展趋势

12.2.2 2017-2022年地震预警市场规模预测

12.2.3 2017-2022年地震预警行业应用趋势预测

12.2.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测

12.3 2017-2022年中国地震预警行业供需预测

12.3.1 2017-2022年中国地震预警行业供给预测

12.3.2 2017-2022年中国地震预警行业需求预测

12.3.3 2017-2022年中国地震预警供需平衡预测

12.4 影响企业生产与经营的关键趋势

12.4.1 需求变化趋势及新的商业机遇预测

12.4.2 科研开发趋势及替代技术进展

12.4.3 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十三章 2017-2022年地震预警行业投资机会与风险

13.1 地震预警行业投融资情况

13.1.1 行业资金渠道分析

13.1.2 固定资产投资分析

13.1.3 兼并重组情况分析

13.2 2017-2022年地震预警行业投资机会

13.3 2017-2022年地震预警行业投资风险及防范

13.3.1 政策风险及防范

13.3.2 技术风险及防范

13.3.3 供求风险及防范

13.3.4 宏观经济波动风险及防范

13.3.5 关联产业风险及防范

13.3.6 产品结构风险及防范

13.3.7 其他风险及防范

第十四章 地震预警行业投资战略研究

14.1 地震预警行业发展战略研究

14.1.1 战略综合规划

14.1.2 技术开发战略

14.1.3 业务组合战略

14.1.4 区域战略规划

14.1.5 产业战略规划

14.1.6 营销品牌战略

14.1.7 竞争战略规划

14.2 对我国地震预警品牌的战略思考

14.2.1 地震预警品牌的重要性

14.2.2 地震预警实施品牌战略的意义

14.2.3 地震预警企业品牌的现状分析

14.2.4 我国地震预警企业的品牌战略

14.2.5 地震预警品牌战略管理的策略

14.3 地震预警经营策略分析

14.3.1 地震预警市场创新策略

14.3.2 品牌定位与品类规划

14.3.3 地震预警新产品差异化战略

14.4 地震预警行业投资战略研究

14.4.1 2015年地震预警行业投资战略

14.4.2 2017-2022年地震预警行业投资战略

14.4.3 2017-2022年细分行业投资战略

第十五章 研究结论及建议

15.1 研究结论

15.2 地震预警系统的效能评估和社会效益分析

15.2.1 地震预警系统的效能评估方法

1、地震发生概率及其对设防区域的影响程度

2、有效预警时间计算

3、地震预警系统可减少的人员伤亡

15.2.2 地震预警系统的社会效益评估

1、地震预警系统可挽回的经济损失

- 2、保护策略实施的成本
- 3、地震预警系统的运行成本
- 4、地震预警系统的有形经济价值评估

15.2.3 评估结论

15.3 建议

15.3.1 行业发展策略建议

- 1、鼓励探索，整合资源，统一发布
- 2、预警强度阈值的讨论
- 3、因地制宜选定避险方法
- 4、积极审慎推进，科学客观宣传

15.3.2 行业投资方向建议

15.3.3 行业投资方式建议

(GYZX)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/ruanjian/274702274702.html>