

2021年中国电动工具行业分析报告- 产业现状与发展前景评估

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《2021年中国电动工具行业分析报告-产业现状与发展前景评估》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/dianlishebei/545501545501.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

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

1、行业主管部门、监管体制

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订），电动工具属于通用设备制造业（分类代码C34）。根据国家统计局《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），电动工具属于“C制造业-C34通用设备制造业”。

电动工具行业主要由政府部门和行业协会共同管理，前者侧重于行业宏观管理，后者侧重于行业内部自律性管理。政府主管部门是国家发展和改革委员会及工业和信息化部，国家发展和改革委员会主要负责制定宏观产业政策，实施行业规划，指导固定资产投资和技术改造，工业和信息化部负责拟订并组织实施工业行业规划、产业政策和标准，监测工业行业日常运行，推动重大技术装备发展和自主创新。

根据观研报告网发布的《2021年中国电动工具行业分析报告-产业现状与发展前景评估》显示。对电动工具进行实际管理和协调的是中国电器工业协会下设的电动工具分会。中国电器工业协会电动工具分会是由电动工具制造、科研设计、经营等企业、事业单位在平等、互利、自愿基础上联合组成的社会团体，是跨地区、跨部门、跨所有制的同行业组织，且不以营利为目的。

2、主要法规及产业政策

观研报告网发布的资料显示，电动工具行业的发展一直受惠于国家产业政策的大力扶持，近年来行业的相关法律法规及主要产业政策如下：

行业主要法律法规及产业政策

发布时间

法律法规及政策名称

发文部门

文件内容

2021年6月

《关于加快培育发展制造业优质企业的指导意见》

工业和信息化部、科技部、财政部、商务部、国务院国有资产监督管理委员会、中国证券监督管理委员会

准确把握培育发展优质企业的总体要求、构建优质企业梯度培育格局、提高优质企业自主创新能力、促进提升产业链供应链现代化水平、引导优质企业高端化智能化绿色化发展、打造大中小企业融通发展生态、促进优质企业加强管理创新和文化建设、提升优质企业开放合作水平、完善金融财政和人才政策措施、加强对优质企业的精准服务等。

2021年3月

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》

全国人大

推动制造业优化升级，深入实施智能制造和绿色制造工程，推动制造业高端化智能化绿色化。

实施制造业降本减负行动，强化要素保障和高效服务，巩固拓展减税降费成果，降低企业生产经营成本，提升制造业根植性和竞争力。推动工业用地提容增效，推广新型产业用地模式。扩大制造业中长期贷款、信用贷款规模，增加技改贷款，推动股权投资、债券融资等向制造业倾斜。

2020年11月

《关于推进对外贸易创新发展的实施意见》

国务院

推动产业转型升级。实施新一轮技术改造升级工程。开展先进制造业集群培育试点示范，创建一批国家制造业高质量发展试验区。

优化出口产品结构。积极推动电力、轨道交通、通信设备、船舶及海洋工程、工程机械、航空航天等装备类大型成套设备开拓国际市场。做强一般贸易。扩大一般贸易规模，提升产品附加值，增强谈判、议价能力。鼓励企业加强研发、品牌培育、渠道建设，增强关键技术、核心零部件生产和供给能力。在有条件的地区、行业和企业建立品牌推广中心，鼓励形成区域性、行业性品牌。

2020年4月

《关于当前更好服务稳外贸工作的通知》

商务部、海关总署等部门

畅通国际海运、航空货运、中欧班列、国际邮件快件、国际道路、集装箱铁水联运等外贸运输通道；降低进出口环节收费，全面落实阶段性免征进出口货物港口建设费，减征货物港务费、港口设施保安费以及船舶油污损害赔偿基金等降费政策。支持外贸企业提高海运运费议价能力，引导我企业出口选择到岸价格（CIF）结算，进口选择离岸价格（FOB）结算。

2019年10月

《产业结构调整指导目录（2019年本）》

发改委

将“锂二硫化铁、锂亚硫酰氯等新型锂原电池；锂离子电池、氢镍电池、新型结构（双极性、铅布水平、卷绕式、管式等）密封铅蓄电池、铅碳电池、超级电池、燃料电池、锂/氟化碳电池等新型电池和超级电容器”列为鼓励类产业投资项目。

2017年11月

《增强制造业核心竞争力三年行动计划（2018-2020）》

发改委

智能化关键装备研制应用。研制一批面向国民经济支柱产业或改善民生的智能化关键装备，重点突破具有深度感知、智能决策和自动执行功能的高档数控机床、工业机器人、检测分析、装配组装、仓储物流等智能化关键装备，显著提高产品质量、性能和可靠性，实现在重点

行业的规模化应用。

2016年7月

《关于印发“十三五”国家科技创新规划的通知》

国务院

围绕建设制造强国，大力推进制造业向智能化、绿色化、服务化方向发展。开展设计技术、可靠性技术、制造工艺、关键基础件、工业传感器、智能仪器仪表、基础数据库、工业试验平台等制造基础共性技术研发，提升制造基础能力。推动制造业信息化服务增效，加强制造装备及产品“数控一代”创新应用示范，提高制造业信息化和自动化水平，支撑传统制造业转型升级。

2016年5月

《国家创新驱动发展战略纲要》

国务院

推动制造业向价值链高端攀升。重塑制造业的技术体系、生产模式、产业形态和价值链，推动制造业由大到强转变。发展智能制造装备等技术，加快网络化制造技术、云计算、大数据等在制造业中的深度应用，推动制造业向自动化、智能化、服务化转变。对传统制造业全面进行绿色改造，由粗放型制造向集约型制造转变。加强产业技术基础能力和试验平台建设，提升基础材料、基础零部件、基础工艺、基础软件等共性关键技术水平。

2016年1月

《国务院关于促进加工贸易创新发展的若干意见》

国务院

增强企业创新能力。推动加工贸易企业由单纯的贴牌生产（OEM）向委托设计（ODM）、自有品牌（OBM）方式发展。鼓励加大研发投入和技术改造力度，加强与高等院校、科研机构协同创新，提高生产自动化、智能化水平。支持企业创建和收购品牌，拓展营销渠道，从被动接单转向主动营销。顺应互联网发展带来的新机遇，实现价值链攀升。

2015年2月

《国务院关于加快培育外贸竞争新优势的若干意见》

国务院

鼓励东部地区重点发展高端产业、高增值环节和总部经济，提高贸易的质量和效益，发挥示范带动作用；支持有创新能力的外向型民营企业发展；强化电力、轨道交通、通信设备、船舶、工程机械、航空航天等装备制造业和大型成套设备出口的综合竞争优势，着力扩大投资类商品出口。加快运用现代技术改造传统产业，提升劳动密集型产品质量、档次和技术含量，推动传统产业向中高端迈进。着力构建以企业为主体、市场为导向、产学研贸相结合的技术创新体系。加大科技创新投入，支持企业原始创新。鼓励企业创立品牌，鼓励有实力的企业收购品牌，大力培育区域性、行业性品牌。支持企业开展商标和专利的国外注册保护，开展海外维权。采取多种方式，加大中国品牌海外推介力度。

2015年5月

《中国制造2025》

国务院

加强关键核心技术研发。强化企业技术创新主体地位，支持企业提升创新能力，推进国家技术创新示范企业和企业技术中心建设，充分吸纳企业参与国家科技计划的决策和实施。

加快机械、航空、船舶、汽车、轻工、纺织、食品、电子等行业生产设备的智能化改造，提高精准制造、敏捷制造能力。统筹布局和推动智能交通工具、智能工程机械、服务机器人、智能家电、智能照明电器、可穿戴设备等产品研发和产业化。

2014年12月

《手持式、可移式电动工具和园林工具的安全》

国家质量监督检验检疫总局及国家标准化管理委员会

规范手持式、可移式电动工具的安全通用要求。

2009年9月

《强制性产品认证管理规定》

国家质量监督检验检疫总局

为保护国家安全、防止欺诈行为、保护人体健康或者安全、保护动植物生命或者健康、保护环境，国家规定的相关产品必须经过认证，并标注认证标志后，方可出厂、销售、进口或者在其他经营活动中使用。资料来源：观研天下整理（TC）

观研报告网发布的《2021年中国电动工具行业分析报告-产业现状与发展前景评估》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年中国电动工具行业发展概述

第一节 电动工具行业发展情况概述

一、电动工具行业相关定义

二、电动工具行业基本情况介绍

三、电动工具行业发展特点分析

四、电动工具行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、电动工具行业需求主体分析

第二节 中国电动工具行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、电动工具行业产业链条分析

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、中国电动工具行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国电动工具行业生命周期分析

一、电动工具行业生命周期理论概述

二、电动工具行业所属的生命周期分析

第四节 电动工具行业经济指标分析

一、电动工具行业的赢利性分析

二、电动工具行业的经济周期分析

三、电动工具行业附加值的提升空间分析

第五节 中国电动工具行业进入壁垒分析

- 一、电动工具行业资金壁垒分析
- 二、电动工具行业技术壁垒分析
- 三、电动工具行业人才壁垒分析
- 四、电动工具行业品牌壁垒分析
- 五、电动工具行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球电动工具行业市场发展现状分析

- 第一节 全球电动工具行业发展历程回顾
- 第二节 全球电动工具行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲电动工具行业地区市场分析
 - 一、亚洲电动工具行业市场现状分析
 - 二、亚洲电动工具行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲电动工具行业市场前景分析
- 第四节 北美电动工具行业地区市场分析
 - 一、北美电动工具行业市场现状分析
 - 二、北美电动工具行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美电动工具行业市场前景分析
- 第五节 欧洲电动工具行业地区市场分析
 - 一、欧洲电动工具行业市场现状分析
 - 二、欧洲电动工具行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲电动工具行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界电动工具行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球电动工具行业市场规模预测

第三章 中国电动工具产业发展环境分析

- 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、全社会消费品电动工具总额
 - 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 中国电动工具行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国电动工具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 中国电动工具行业运行情况

第一节 中国电动工具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 中国电动工具行业市场规模分析

第三节 中国电动工具行业供应情况分析

第四节 中国电动工具行业需求情况分析

第五节 我国电动工具行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国电动工具行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国电动工具行业供需平衡分析

第八节 中国电动工具行业发展趋势分析

第五章 中国电动工具所属行业运行数据监测

第一节 中国电动工具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 中国电动工具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 中国电动工具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年中国电动工具市场格局分析

第一节 中国电动工具行业竞争现状分析

一、中国电动工具行业竞争情况分析

二、中国电动工具行业主要品牌分析

第二节 中国电动工具行业集中度分析

一、中国电动工具行业市场集中度影响因素分析

二、中国电动工具行业市场集中度分析

第三节 中国电动工具行业存在的问题

第四节 中国电动工具行业解决问题的策略分析

第五节 中国电动工具行业钻石模型分析

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年中国电动工具行业需求特点与动态分析

第一节 中国电动工具行业消费市场动态情况

第二节 中国电动工具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 电动工具行业成本结构分析

第四节 电动工具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 中国电动工具行业价格现状分析

第六节 中国电动工具行业平均价格走势预测

- 一、中国电动工具行业价格影响因素
- 二、中国电动工具行业平均价格走势预测
- 三、中国电动工具行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国电动工具行业区域市场现状分析

第一节 中国电动工具行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区电动工具市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区电动工具市场规模分析
- 四、华东地区电动工具市场规模预测

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、华中地区电动工具市场规模分析
- 四、华中地区电动工具市场规模预测

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、华南地区电动工具市场规模分析
- 四、华南地区电动工具市场规模预测

第九章 2017-2021年中国电动工具行业竞争情况

第一节 中国电动工具行业竞争结构分析（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 中国电动工具行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国电动工具行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 电动工具行业企业分析（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年中国电动工具行业发展前景分析与预测

第一节 中国电动工具行业未来发展前景分析

一、电动工具行业国内投资环境分析

二、中国电动工具行业市场机会分析

三、中国电动工具行业投资增速预测

第二节 中国电动工具行业未来发展趋势预测

第三节 中国电动工具行业市场发展预测

一、中国电动工具行业市场规模预测

二、中国电动工具行业市场规模增速预测

三、中国电动工具行业产值规模预测

四、中国电动工具行业产值增速预测

五、中国电动工具行业供需情况预测

第四节 中国电动工具行业盈利走势预测

一、中国电动工具行业毛利润同比增速预测

二、中国电动工具行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国电动工具行业投资风险与营销分析

第一节 电动工具行业投资风险分析

一、电动工具行业政策风险分析

二、电动工具行业技术风险分析

三、电动工具行业竞争风险

四、电动工具行业其他风险分析

第二节 电动工具行业应对策略

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年中国电动工具行业发展战略及规划建议

第一节 中国电动工具行业品牌战略分析

- 一、电动工具企业品牌的重要性
- 二、电动工具企业实施品牌战略的意义
- 三、电动工具企业品牌的现状分析
- 四、电动工具企业的品牌战略
- 五、电动工具品牌战略管理的策略

第二节 中国电动工具行业市场的重点客户战略实施

- 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 中国电动工具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年中国电动工具行业发展策略及投资建议

第一节 中国电动工具行业产品策略分析

- 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 中国电动工具行业营销渠道策略

- 一、电动工具行业渠道选择策略
- 二、电动工具行业营销策略

第三节 中国电动工具行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国电动工具行业重点投资区域分析
- 二、中国电动工具行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianlishebei/545501545501.html>