

2018年中国EMS行业分析报告- 市场深度调研与发展趋势研究

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《2018年中国EMS行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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/329211329211.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

一、行业竞争格局 全球 EMS 行业的市场集中度相对较高。2014-2016 年全球前十大 EMS 企业营业收入总额占 EMS 市场总收入的比重从 52.67% 增加至 57.68%，其中，鸿海精密为全球第一大 EMS 企业，其营业收入占比从 30.22% 增加至 31.81%。

图表：2014 年-2016 年全球前十大 EMS 企业市场份额状况

从近三年全球 EMS 企业的市场份额情况来看，鸿海精密、和硕等国际大型 EMS 企业在行业占据主导地位，部分国内 EMS 企业，如深科技、环旭科技等，凭借良好的经营管理和快速成长的市场规模，跻身全球前十名。

经过多年发展，我国大陆地区 EMS 行业形成了国际大型 EMS 企业和本土领先 EMS 企业相互竞争、共同发展的格局。深科技、环旭电子等部分领先的本土 EMS 企业紧紧跟随电子制造行业的发展趋势，逐渐形成了快速响应市场需求、总成本领先及产品质量稳定等优势。凭借自身经营优势，本土领先 EMS 企业与国际大型 EMS 企业展开竞争互动，承担了部分国际知名品牌商及主要本土品牌商的电子产品制造服务业务，获取了一定的市场份额。未来，随着我国各类电子产品市场需求不断增长，华为、中兴等本土品牌商持续发力，本土 EMS 企业有望抓住发展机遇，进一步提升制造服务能力，拓展业务领域和丰富客户结构，进一步缩小与国际大型 EMS 企业之间的差距，赢得更多的市场份额。

二、行业进入壁垒 1、进入品牌商供应链的资质壁垒

国内外知名品牌商是 EMS 企业的优质客户来源，其对供应商的遴选、评审周期较长且要求严格。电子产品品牌商选择合作的 EMS 企业时，通常需经过 1-2 年时间的严格审核，对 EMS 企业是否具备安全的财务状况、规范的质量管理体系、先进的生产和检测设备、完善的仓储物流能力、良好的售后服务以及工人素质等多方面进行全面审核。EMS 企业经审核认证成功后成为品牌商的合格供应商，双方形成稳定的合作关系后一般不轻易更改。这种严格的资质审查和长期稳定的合作关系对拟进入者形成很高的壁垒。同时，新进入者由于缺乏相关领域的制造经验及市场口碑，即使采用低成本策略，也很难进入品牌商的制造供应链。

2、资金壁垒

EMS 行业是资金密集型行业，初期投入的资金门槛较高。EMS 企业不仅需要投入大规模资金购置设备、建设厂房及配套设施，还需要投入大规模资金开展原材料采购、提供仓储运输服务，并聘用相关的生产、技术人员。随着电子产品技术升级，满足新制造工艺的 SMT 设备和检测设备也需要不断升级换代，特别是精度高、自动化程度高的先进设备，其投入相对较大。此外，EMS 为满足日常经营运转对流动资金需求也相对较高。

3、技术壁垒

随着电子产品升级换代不断加速，EMS 企业必须在工艺技术上紧跟趋势，才能满足电子产品对配套供应链的需求。以智能手机为例，轻薄化、多功能化以及高性能化的发展需求

要求 EMS 企业在更小尺寸、多层叠加的 PCB 上完成 SMT 贴装工艺，EMS 企业不仅需要引进新设备、新工艺，保证整体制造能力和生产工艺的先进性，同时需培养专业人才进行新工艺的开发、实施和管理，各环节缺一不可。这对拟进入此行业的 EMS 企业提出了很高的要求。

4、规模化管理壁垒

不同品牌商的订单具有数量多、种类繁、规格各异等特征，对 EMS 企业的规模化生产能力要求较高。面对生产线体繁多、原材料品类复杂、订单数量大和客户需求多样等复杂情况，为实现大规模生产、低成本、高品质和高效率的目标，EMS 企业必须建立规范的生产管理体系、标准的操作流程、明确的检测标准和全过程可视化的监督机制，方能有效管理大规模生产过程。对拟进入的企业来说，规模化生产管理能力和成为又一道较高的门槛。

5、供应链管理壁垒

大型 EMS 企业涉及的下游细分领域众多，包括消费电子、网络通讯、汽车电子等多个领域；提供的服务内容丰富，涵盖了原材料采购、生产制造、质量控制、物流配送乃至售后服务等；业务布局区域广阔，为配合知名品牌商的全球市场布局，EMS 企业需贴近目标市场进行全球采购、配送。因此，建立一套全面、有效的上下游供应链管理体系，在每一个服务环节及时、准确地满足不同领域、不同区域、不同客户对供应链配套的不同需求，是一项较为复杂的工作，对新进入行业企业形成了较高的壁垒。

三、行业市场化程度 EMS 行业提供电子产品的制造服务，一般不涉及生产许可、特许经营等。EMS 企业与上游原材料供应商和下游消费电子、网络通讯、汽车电子等电子产品品牌商均按照市场化原则形成合作关系，不存在行政性壁垒，行业市场化程度较高。

四、行业内主要企业情况 现阶段，国内电子制造服务市场的主要企业包括鸿海精密、伟创力等国际大型 EMS 企业和深科技等本土领先

EMS 企业，国内 EMS 市场主要企业的具体情况如下：

1、鸿海精密

鸿海精密成立于 1974 年，总部设在台湾，是专业从事计算机、通讯、消费性电子等 3C 产品的研发制造，并广泛涉足汽车零部件、云运算服务及新能源、新材料开发应用的高新科技企业。

2、伟创力

伟创力成立于 1981 年，总部设在新加坡，是全球著名的电子专业制造服务提供商，在 30 个国家拥有 100 个设计、制造与物流中心，向不同行业和终端市场提供电路板设计、工程、制造、供应链管理和物流等服务。

3、深科技

深科技成立于 1985 年，于 1994 年在深圳证券交易所挂牌上市，股票代码为 000021。公司致力于为硬盘零部件、固态存储、通讯及消费电子、医疗器械等各类电子产品品牌企业

提供电子制造服务。

4、比亚迪

比亚迪成立于 1995 年，同时在深交所和香港挂牌上市，主要经营包括传统燃油汽车和新能源汽车在内的汽车业务、手机部件及组装业务，以及二次充电电池及光伏业务。在手机部件及组装业务领域为国内外手机制造商提供整机设计、部件生产和组装服务。

5、环旭电子

环旭电子成立于2003年，于2012年在上海证券交易所挂牌上市，股票代码为 601231。其业务范围涉及通讯类、计算机及存储类、消费电子类、工业电子类及车用电子类等的开发设计、物料采购、生产制造、物流、维修等电子制造服务。

6、卓翼科技

卓翼科技成立于2004年，于2010年在深圳证券交易所挂牌上市，股票代码为002369。公司主要为通讯、计算机、消费类电子等3C产品网络通信、智能家居、可穿戴、自动化及消费产品领域的品牌商提供电子制造服务。

五、行业经营模式

行业内企业主要采用 EMS 的经营模式，围绕电子产品品牌商的需求，为其提供原材料采购、产品制造和物流配送、售后服务等生产制造相关的综合服务。通常情况下，EMS 企业需要通过电子产品品牌商严格的资质认证后方能进入其合格供应商名单，确立合作关系后，EMS企业采用“订单生产”模式，根据客户订单要求组织原材料采购与产品生产，产品检验合格封装后准时按双方约定方式完成产品交付和结算。

观研天下发布的《2018年中国EMS行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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。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统计局规模企业统计数据库及EMS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、EMST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。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国EMS行业发展概述

第一节 EMS行业发展情况概述

- 一、EMS行业相关定义
- 二、EMS行业基本情况介绍
- 三、EMS行业发展特点分析

第二节 中国EMS行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、EMS行业产业链条分析
- 三、中国EMS行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国EMS行业生命周期分析

- 一、EMS行业生命周期理论概述
- 二、EMS行业所属的生命周期分析

第四节 EMS行业经济指标分析

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

第五节 国中EMS行业进入壁垒分析

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

第二章 2015-2017年全球EMS行业市场发展现状分析

第一节 全球EMS行业发展历程回顾

第二节 全球EMS行业市场区域分布情况

第三节 亚洲EMS行业地区市场分析

- 一、亚洲EMS行业市场现状分析
- 二、亚洲EMS行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲EMS行业市场前景分析

第四节 北美EMS行业地区市场分析

- 一、北美EMS行业市场现状分析
- 二、北美EMS行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美EMS行业市场前景分析

第五节 欧盟EMS行业地区市场分析

- 一、欧盟EMS行业市场现状分析
- 二、欧盟EMS行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟EMS行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界EMS行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球EMS行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国EMS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EMS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EMS产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、EMS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 2015-2017年中国EMS行业运行情况

第一节 中国EMS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

三、行业发展特点分析

第二节 中国EMS行业市场规模分析

第三节 中国EMS行业供应情况分析

第四节 中国EMS行业需求情况分析

第五节 中国EMS行业供需平衡分析

第六节 中国EMS行业发展趋势分析

第五章 中国EMS所属行业运行数据监测

第一节 中国EMS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EMS所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国EMS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 2015-2017年中国EMS市场格局分析

第一节 中国EMS行业竞争现状分析

一、中国EMS行业竞争情况分析

二、中国EMS行业主要品牌分析

第二节 中国EMS行业集中度分析

一、中国EMS行业市场集中度分析

二、中国EMS行业企业集中度分析

第三节 中国EMS行业存在的问题

第四节 中国EMS行业解决问题的策略分析

第五节 中国EMS行业竞争力分析

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 2015-2017年中国EMS行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国EMS行业消费特点

第二节 中国EMS行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 EMS行业成本分析

第三节 EMS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

第四节 中国EMS行业价格现状分析

第五节 中国EMS行业平均价格走势预测

一、中国EMS行业价格影响因素

二、中国EMS行业平均价格走势预测

三、中国EMS行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国EMS行业区域市场现状分析

第一节 中国EMS行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地EMS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EMS市场规模分析
- 四、华东地区EMS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EMS市场规模分析
 - 四、华中地区EMS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EMS市场规模分析

第九章 2015-2017年中国EMS行业竞争情况

第一节 中国EMS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EMS行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国EMS行业竞争环境分析（EMST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 EMS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

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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国EMS行业发展前景分析与预测

第一节 中国EMS行业未来发展前景分析

一、EMS行业国内投资环境分析

二、中国EMS行业市场机会分析

三、中国EMS行业投资增速预测

第二节 中国EMS行业未来发展趋势预测

第三节 中国EMS行业市场发展预测

一、中国EMS行业市场规模预测

二、中国EMS行业市场规模增速预测

三、中国EMS行业产值规模预测

四、中国EMS行业产值增速预测

五、中国EMS行业供需情况预测

第四节 中国EMS行业盈利走势预测

一、中国EMS行业毛利润同比增速预测

二、中国EMS行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国EMS行业投资风险与营销分析

第一节 EMS行业投资风险分析

一、EMS行业政策风险分析

二、EMS行业技术风险分析

三、EMS行业竞争风险分析

四、EMS行业其他风险分析

第二节 EMS行业企业经营发展分析及建议

一、EMS行业经营模式

二、EMS行业销售模式

三、EMS行业创新方向

第三节 EMS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2018-2024年中国EMS行业发展策略及投资建议

第一节 中国EMS行业品牌战略分析

一、EMS企业品牌的重要性

二、EMS企业实施品牌战略的意义

三、EMS企业品牌的现状分析

四、EMS企业的品牌战略

五、EMS品牌战略管理的策略

第二节中国EMS行业市场重点客户战略实施

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EMS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 2018-2024年中国EMS行业发展策略及投资建议

第一节中国EMS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EMS行业定价策略分析

第二节中国EMS行业营销渠道策略

一、EMS行业渠道选择策略

二、EMS行业营销策略

第三节中国EMS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EMS行业重点投资区域分析

二、中国EMS行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianzidiangong/329211329211.html>