

2018年中国干燥机市场分析报告- 行业深度调研与投资前景研究

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年中国干燥机市场分析报告-行业深度调研与投资前景研究》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/zhuanongshebei/329385329385.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

干燥机是指一种利用热能降低物料水分的机械设备，用于对物体进行干燥操作。干燥机通过加热使物料中的湿分（一般指水分或其他可挥发性液体成分）汽化逸出，以获得规定湿含量的固体物料。干燥的目的是为了物料使用或进一步加工的需要。按操作压力，干燥机分为常压干燥机和真空干燥机两类，根据操作压力可分为常压和减压（减压干燥机也称真空干燥机）。词条还详细介绍了吸附时干燥机、冷冻式干燥机和微波干燥机。

1、企业规模与集中度分析

企业规模是指在工业企业中劳动者、劳动资料和劳动对象等生产要素和工业产量集中量的大小。在一定技术经济条件下，当生产要素和产品在企业集中到一定程度时，单位产品的生产成本和流通费用将降到最小，这时企业具有规模经济。企业规模的大小是否合理可通过集中度反映出来。集中度指某产业最大的几个企业的生产实物量或销售额占整个产业相应指标的份额比例。一般认为，CR4 40%为低集中度。我国规模最大的前四家干燥企业，总销售额在2.5亿，约占整个干燥产业的6%，因此我国干燥产业是集中度非常低。中国干燥企业以中小型规模为主，规模最大的干燥企业合同额在6000万到1亿人民币，是世界著名企业集团安德里茨（吸收合并苏尔寿干燥业务）干燥业务的1/10—1/15。我国干燥产业过低的市场集中度，属于典型的“原子型”市场结构，它不仅导致规模经济效益的丧失，而且也加剧了市场的过度竞争状况，不利于我国干燥产业竞争力的提高。企业规模的扩大有利于企业规模经济的实现。这是因为，大企业有利于企业内部的分工，促进劳动生产率的提高；大企业有利于固定资产的充分利用和劳动对象的综合利用；大企业有利于科学技术的研究与开发，促进企业技术进步。产品单一、市场单一，产品相似不利于扩大企业规模，增加产品类型，通过技术进步形成特色产品，加强企业间的兼并和联合，是促进干燥企业的规模发展的必然之路。

2、区域聚集效应分析

经济发展需要有一定的规模效益，规模经济促进生产和消费在某一区域聚集，由于自然资源的状况有差异，经济发展的不平衡性都促进经济聚集现象的产生。如北京的中关村聚集着电子技术、美国的微电子聚集在硅谷。聚集效应是形成产品的品牌效应和经济增长的一个重要条件。中国干燥企业比较聚集的区域是江苏的常州、江阴一带，另外在南京栖霞经济开发区、重庆地区也有干燥企业聚集。

从经济学上讲，域聚集效应产生的竞争优势主要有四个方面。（1）外部经济效应。区域内聚集的企业越多，越易产生分工和协作，提高劳动生产率，产生规模效应。任何企业都能以最低的成本获得所需要的各种生产要素，从而实现外部规模经济。（2）交易成本的节约。由于企业数量相对集中，许多中间投入品可以从其他企业就近取得，节省运输成本、库存成本。（3）学习和创造效应。大量业务相似的企业，相互之间可以模仿和学习，一家企业的知识创新很容易外溢到其他企业，新知识在区域内迅速扩散，起到技术推广作用。（4）品牌和广告效应。产业聚集的影响力不断扩大以后，会在用户之间形成一个良性的品牌形象，增强了用户的购买欲望和广告宣传效果。

以常州地区为例，该地区有干燥业100多家，产品以制药机械为主，产品相似，在产品加工和配件供应方面，形成了共享的社会资源，因此某些产品协作性强，加工成本低，较其他地区同样产品竞争力强，也成为制药机械的采购地。但因信息沟通快，某家企业开发的新技术不容易得到知识产权保护。这就导致企业技术创新的动力不足。因此，在干燥业内我们鼓励企业间相互学习，但也要尊重专有技术持有者的知识产权。

3、干燥产业进入、退出壁垒分析

按照产业经济学理论，所谓“进入”是指一个厂商进入新的业务领域，即开始生产或提供某一特定市场上原有产品或服务的充分替代品。从创新者采用的技术角度看，进入可以分为“模仿”和“创新”两种方式。从进入者创立企业方式的角度看，进入可以分为全新进入（白手起家）、收购和内部发展（多样化）三种方式。进入壁垒是指当某一产业的在位厂商赚取利润时，能够阻止新厂商进入的那些因素。“退出”指的是一个厂商从原有的业务领域出来，即放弃生产或某一特定市场上的产品或服务。退出壁垒是当某一产业的在位厂商亏损决定退出时已经投资还未收回的那部分投资在退出时依然还不能收回，即沉淀成本。对于大众化、简单相似的干燥设备及技术，企业进入和退出的壁垒比较低，是一个简单低附加值行业。对于高附加值的干燥设备及技术，企业进入和退出的壁垒比较高，这才是中国干燥企业发展的方向。

4、企业治理结构分析。

我国干燥企业以民营企业为主，且家族式企业占有很大的比例。为了保证企业健康发展，必须健全企业治理结构。中国干燥企业中纯国有企业还有一定的比例，由于干燥企业规模相对较小，主要经营者起着举足轻重的作用，为充分调动经营者的积极性，减少主管部门的行政干预，建议国有企业向民营化转化，主要经营者持大股东。

5、干燥产业技术创新

经过二十多年的发展，我国干燥企业形成了许多有特色的产品。如制药造粒包衣设备、喷雾干燥机、内加热流化床干燥机、桨叶式干燥机、冷冻干燥机、闪蒸干燥机，但原始创新型产品不多。干燥企业要增强自主创新能力，关键要加大技术研发投入。干燥技术领域的科技投入，一是申请国家科研项目，得到资金支持。从科学技术部发展计划司每年度《全国科技成果统计年度报告》，很难判断干燥领域获得科研成果情况，从高新技术领域看，干燥可以属于高效节能、生物、医药、环境保护、农业等领域，国家科技攻关、中小企业创新基金、火炬、重点新产品以及重大装备工业化等科研项目企业都可以得到资金支持。二是企业自筹。按照国家高新技术企业要求，企业每年必须从销售收入中提取不低于5%的比例用于科技投入，但真正能做到的企业并不多。

6、企业管理

管理是公司发展的关键。现代干燥企业要采取现代管理手段如虚拟制造、虚拟设计、准时生产制（JIT）、企业资源计划（ERP）、标杆管理、供应链管理、项目管理、电子商务等，以提高企业的现代化管理水平。同时要注意企业文化建设、学习型组织建设、注意保护企业知识产权。

产业竞争力的钻石模型 资料来源：观研天下数据中心整理（FSW）

观研天下发布的《2018年中国干燥机市场分析报告-行业深度调研与投资前景研究》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、干燥机T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年中国干燥机行业发展概述

第一节 干燥机行业发展情况概述

一、干燥机行业相关定义

二、干燥机行业基本情况介绍

三、干燥机行业发展特点分析

第二节 中国干燥机行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、干燥机行业产业链条分析

三、中国干燥机行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国干燥机行业生命周期分析

一、干燥机行业生命周期理论概述

二、干燥机行业所属的生命周期分析

第四节 干燥机行业经济指标分析

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

第五节 国中干燥机行业进入壁垒分析

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

第二章 2015-2017年全球干燥机行业市场发展现状分析

第一节 全球干燥机行业发展历程回顾

第二节 全球干燥机行业市场区域分布情况

第三节 亚洲干燥机行业地区市场分析

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

第四节 北美干燥机行业地区市场分析

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

第五节 欧盟干燥机行业地区市场分析

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

第六节 2018-2024年世界干燥机行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球干燥机行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国干燥机产业发展环境分析

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 中国干燥机行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国干燥机产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、干燥机环境分析

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年中国干燥机行业运行情况

第一节 中国干燥机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 中国干燥机行业市场规模分析

第三节 中国干燥机行业供应情况分析

第四节 中国干燥机行业需求情况分析

第五节 中国干燥机行业供需平衡分析

第六节 中国干燥机行业发展趋势分析

第五章 中国干燥机所属行业运行数据监测

第一节 中国干燥机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 中国干燥机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 中国干燥机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年中国干燥机市场格局分析

第一节 中国干燥机行业竞争现状分析

一、中国干燥机行业竞争情况分析

二、中国干燥机行业主要品牌分析

第二节 中国干燥机行业集中度分析

一、中国干燥机行业市场集中度分析

二、中国干燥机行业企业集中度分析

第三节 中国干燥机行业存在的问题

第四节 中国干燥机行业解决问题的策略分析

第五节 中国干燥机行业竞争力分析

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年中国干燥机行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国干燥机行业消费特点

第二节 中国干燥机行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 干燥机行业成本分析

第三节 干燥机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 中国干燥机行业价格现状分析

第五节 中国干燥机行业平均价格走势预测

- 一、中国干燥机行业价格影响因素
- 二、中国干燥机行业平均价格走势预测
- 三、中国干燥机行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国干燥机行业区域市场现状分析

第一节 中国干燥机行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地干燥机市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区干燥机市场规模分析
- 四、华东地区干燥机市场规模预测

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、华中地区干燥机市场规模分析
- 四、华中地区干燥机市场规模预测

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、华南地区干燥机市场规模分析

第九章 2015-2017年中国干燥机行业竞争情况

第一节 中国干燥机行业竞争结构分析（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 中国干燥机行业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 中国干燥机行业竞争环境分析（干燥机T）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 干燥机行业企业分析（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年中国干燥机行业发展前景分析与预测

第一节 中国干燥机行业未来发展前景分析

- 一、干燥机行业国内投资环境分析
- 二、中国干燥机行业市场机会分析
- 三、中国干燥机行业投资增速预测

第二节 中国干燥机行业未来发展趋势预测

第三节 中国干燥机行业市场发展前景预测

- 一、中国干燥机行业市场规模预测
- 二、中国干燥机行业市场规模增速预测
- 三、中国干燥机行业产值规模预测
- 四、中国干燥机行业产值增速预测
- 五、中国干燥机行业供需情况预测
- 第四节中国干燥机行业盈利走势预测
- 一、中国干燥机行业毛利润同比增速预测
- 二、中国干燥机行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国干燥机行业投资风险与营销分析

第一节 干燥机行业投资风险分析

- 一、干燥机行业政策风险分析
- 二、干燥机行业技术风险分析
- 三、干燥机行业竞争风险
- 四、干燥机行业其他风险分析

第二节 干燥机行业企业经营发展分析及建议

- 一、干燥机行业经营模式
- 二、干燥机行业销售模式
- 三、干燥机行业创新方向

第三节 干燥机行业应对策略

- 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年中国干燥机行业发展策略及投资建议

第一节 中国干燥机行业品牌战略分析

- 一、干燥机企业品牌的重要性
- 二、干燥机企业实施品牌战略的意义
- 三、干燥机企业品牌的现状分析
- 四、干燥机企业的品牌战略
- 五、干燥机品牌战略管理的策略

第二节 中国干燥机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 中国干燥机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年中国干燥机行业发展策略及投资建议

第一节中国干燥机行业产品策略分析

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 中国干燥机行业定价策略分析

第二节中国干燥机行业营销渠道策略

一、干燥机行业渠道选择策略

二、干燥机行业营销策略

第三节中国干燥机行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国干燥机行业重点投资区域分析

二、中国干燥机行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhuanyongshebei/329385329385.html>