

2018年中国电子制造外包市场分析报告- 行业深度调研与投资前景研究

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国电子制造外包市场分析报告-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/dianzishabei/320564320564.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

EMS（Electronic Manufacturing Services）即电子制造服务，其最初的业务仅仅是代客户贴装印刷线路板（PCB），发展到今天，EMS 公司提供的服务已大为拓展，除印刷线路板（PCB）贴装外，还包括产品设计、工程、测试、物料采购等多项内容，但印刷线路板（PCB）贴装仍然是EMS 公司所提供的最为核心的基础业务。

EMS业务模式是全球电子制造业目前最盛行的业务模式，其产生和发展得益于全球电子产品制造外包业务的推动。传统的电子制造产业链特点是品牌商直接采购元器件进行产品的生产，并以自己的品牌进行销售。为了降低生产成本和争取更快的产品面世时间，品牌商将产品生产和部分设计流程外包给其他企业，从而催生了EMS业务模式。

从地域上看，全球EMS 行业是从欧美开始，然后是南美、东南亚和中国台湾，之后是中国大陆，并一直是向着成本越来越低而市场越来越大的方向迁移。中国大陆和台湾地区由于具有良好的投资环境、规模不断扩大的中产阶级、廉价的高素质劳动力，目前已成为全球EMS领域最重要区域。

随着运作模式越来越成熟，在全球电子制造业务增长和外包比例逐年提高的双重作用下，全球EMS 业务规模增长迅猛，分工也越来越细。在近十年时间里，富士康、伟创立、四海、旭电等一批专业从事EMS 业务的企业迅速成长为具有强大竞争力的国际性企业，纷纷进入世界500 强企业排名。全球产业分工和近年来的市场发展表明，EMS 已经成为成熟的、具有广阔市场发展空间的业务模式。

电子制造行业具有广泛的国际分工以及全球性采购、生产和经销的特点。在跨国品牌生产商的推动下，电子制造行业形成了以制造业务大量外包为特色的全球供应链，供应链上各厂商均集中资源于具有核心竞争力的价值区域，同一供应链上各厂商必须具有高度的跨国协作和价值链协作能力，才能形成供应链上强有力的一环。

电子制造行业外包业务供应链图 资料来源：公开资料整理

观研天下发布的《2018年中国电子制造外包市场分析报告-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、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。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国电子制造外包行业发展概述

第一节 电子制造外包行业发展情况概述

一、电子制造外包行业相关定义

二、电子制造外包行业基本情况介绍

三、电子制造外包行业发展特点分析

第二节 中国电子制造外包行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、电子制造外包行业产业链条分析

三、中国电子制造外包行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国电子制造外包行业生命周期分析

一、电子制造外包行业生命周期理论概述

二、电子制造外包行业所属的生命周期分析

第四节 电子制造外包行业经济指标分析

一、电子制造外包行业的赢利性分析

二、电子制造外包行业的经济周期分析

三、电子制造外包行业附加值的提升空间分析

第五节 中国电子制造外包行业进入壁垒分析

- 一、电子制造外包行业资金壁垒分析
- 二、电子制造外包行业技术壁垒分析
- 三、电子制造外包行业人才壁垒分析
- 四、电子制造外包行业品牌壁垒分析
- 五、电子制造外包行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球电子制造外包行业市场发展现状分析

第一节 全球电子制造外包行业发展历程回顾

第二节 全球电子制造外包行业市场区域分布情况

第三节 亚洲电子制造外包行业地区市场分析

- 一、亚洲电子制造外包行业市场现状分析
- 二、亚洲电子制造外包行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲电子制造外包行业市场前景分析

第四节 北美电子制造外包行业地区市场分析

- 一、北美电子制造外包行业市场现状分析
- 二、北美电子制造外包行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美电子制造外包行业市场前景分析

第五节 欧盟电子制造外包行业地区市场分析

- 一、欧盟电子制造外包行业市场现状分析
- 二、欧盟电子制造外包行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟电子制造外包行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界电子制造外包行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球电子制造外包行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国电子制造外包产业发展环境分析

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 中国电子制造外包行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国电子制造外包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 2015-2017年中国电子制造外包行业运行情况

第一节 中国电子制造外包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 中国电子制造外包行业市场规模分析

第三节 中国电子制造外包行业供应情况分析

第四节 中国电子制造外包行业需求情况分析

第五节 中国电子制造外包行业供需平衡分析

第六节 中国电子制造外包行业发展趋势分析

第五章 中国电子制造外包所属行业运行数据监测

第一节 中国电子制造外包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 中国电子制造外包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 中国电子制造外包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年中国电子制造外包市场格局分析

第一节 中国电子制造外包行业竞争现状分析

- 一、中国电子制造外包行业竞争情况分析
- 二、中国电子制造外包行业主要品牌分析

第二节 中国电子制造外包行业集中度分析

- 一、中国电子制造外包行业市场集中度分析
- 二、中国电子制造外包行业企业集中度分析

第三节 中国电子制造外包行业存在的问题

第四节 中国电子制造外包行业解决问题的策略分析

第五节 中国电子制造外包行业竞争力分析

- 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年中国电子制造外包行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国电子制造外包行业消费特点

第二节 中国电子制造外包行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 电子制造外包行业成本分析

第四节 电子制造外包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 中国电子制造外包行业价格现状分析

第五节 中国电子制造外包行业平均价格走势预测

一、中国电子制造外包行业价格影响因素

二、中国电子制造外包行业平均价格走势预测

三、中国电子制造外包行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国电子制造外包行业区域市场现状分析

第一节 中国电子制造外包行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区电子制造外包市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区电子制造外包市场规模分析

四、华东地区电子制造外包市场规模预测

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、华中地区电子制造外包市场规模分析

四、华中地区电子制造外包市场规模预测

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、华南地区电子制造外包市场规模分析

四、华南地区电子制造外包市场规模预测

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区电子制造外包市场规模分析

四、华北地区电子制造外包市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区电子制造外包市场规模分析

四、东北地区电子制造外包市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、西部地区电子制造外包市场规模分析

四、西部地区电子制造外包市场规模预测

第九章 2015-2017年中国电子制造外包行业竞争情况

第一节 中国电子制造外包行业竞争结构分析（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 中国电子制造外包行业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 中国电子制造外包行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 电子制造外包行业企业分析（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年中国电子制造外包行业发展前景分析与预测

第一节中国电子制造外包行业未来发展前景分析

一、电子制造外包行业国内投资环境分析

二、中国电子制造外包行业市场机会分析

三、中国电子制造外包行业投资增速预测

第二节中国电子制造外包行业未来发展趋势预测

第三节中国电子制造外包行业市场发展预测

一、中国电子制造外包行业市场规模预测

二、中国电子制造外包行业市场规模增速预测

三、中国电子制造外包行业产值规模预测

四、中国电子制造外包行业产值增速预测

五、中国电子制造外包行业供需情况预测

第四节中国电子制造外包行业盈利走势预测

一、中国电子制造外包行业毛利润同比增速预测

二、中国电子制造外包行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国电子制造外包行业投资风险与营销分析

第一节 电子制造外包行业投资风险分析

一、电子制造外包行业政策风险分析

二、电子制造外包行业技术风险分析

三、电子制造外包行业竞争风险分析

四、电子制造外包行业其他风险分析

第二节 电子制造外包行业企业经营发展分析及建议

一、电子制造外包行业经营模式

二、电子制造外包行业销售模式

三、电子制造外包行业创新方向

第三节 电子制造外包行业应对策略

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年中国电子制造外包行业发展策略及投资建议

第一节 中国电子制造外包行业品牌战略分析

- 一、电子制造外包企业品牌的重要性
- 二、电子制造外包企业实施品牌战略的意义
- 三、电子制造外包企业品牌的现状分析
- 四、电子制造外包企业的品牌战略
- 五、电子制造外包品牌战略管理的策略

第二节 中国电子制造外包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 中国电子制造外包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年中国电子制造外包行业发展策略及投资建议

第一节 中国电子制造外包行业产品策略分析

- 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 中国电子制造外包行业定价策略分析

第三节 中国电子制造外包行业营销渠道策略

- 一、电子制造外包行业渠道选择策略
- 二、电子制造外包行业营销策略

第四节 中国电子制造外包行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国电子制造外包行业重点投资区域分析
- 二、中国电子制造外包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/dianzishebei/320564320564.html>