

中国火工品行业发展深度分析与投资趋势预测报告（2023-2030年）

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《中国火工品行业发展深度分析与投资趋势预测报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202307/641647.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

火工品，又称火具，是装有火药或炸药，受外界刺激后产生燃烧或爆炸，以引燃火药、引爆炸药或做机械功的一次性使用的元器件和装置的总称。具有功能首发性、火工药剂是武器系统所用药剂感度最高者、使用广泛性等特征，按照用途分，火工品有航空航天系统用火工品、常规武器弹药系统用火工品、特种用途火工品等。

资料来源：观研天下整理

根据GJB 347A-2005《火工品分类和命名原则》标准，火工品分为16类：火帽、点火头、点火管、底火、点火具（器）、点火装置、电爆管、传火具（含传火管、传火药柱、传火药盒）、延期件、索类、雷管、传爆管（含传爆药柱、导爆药柱）、曳光管（含曳光药柱）、作动器（含推销器、拔销器、爆炸开关、爆炸阀门、切割索等）、抛放弹、爆炸螺栓（含爆炸螺帽）。

资料来源：观研天下整理

火工品性能主要由药剂和发火件的发火机理决定，所以火工品的发展历程可由其最终性能发展或变化可划分为以下五代：

火工品五代发展情况 / 发展情况 第一代 第一代火工品是以雷汞为起爆药或含雷汞的药剂而制成的机械火工品和火焰火工品，如最初的火帽、雷管、底火等，其安全性能不可控，不能适应武器的发展和使用，且雷汞有毒，这类火工品目前已完全淘汰。 第二代 第二代火工品是采用氮化铅、三硝基间苯二酚铅等常规起爆药而制成的各类敏感型火工品，如电桥丝火工品、机械火工品和火焰火工品，有一定安全性，但可靠性和安全性通常是一对矛盾体。就应用范围和数量而言，这类火工品在目前仍占有重要的地位。 第三代

第三代为钝感电火工品，其电安全性能可满足1A1W5min 不发火要求，而发火电流不大于5 A。主要产品桥带式火工品、半导体桥火工品及部分桥丝类火工品。所用药剂仍采用氮化铅、三硝基间苯二酚铅等常规起爆药或其他钝感发火药，可靠性和安全性具有独立设计特性。这些火工品的应用范围和数量均逐渐增大。 第四代 第四代火工品是高安全性火工品，如采用直列式传爆序列或点火序列许用钝感药剂的爆炸箔起爆品及激光类火工品，这些火工品已经开始应用，但由于尺寸、发火能量及成本等限制，应用范围和数量均不大。 第五代 第五代火工品是具有精确控制能量的集成产品或阵列，包括MEMS火工品、SMART火工品、数字化火工品等，通过火工品内部信息嵌入，采用微机电集成制造的智能火工品。这一代火工品仍在发展和成熟过程中。

资料来源：公开资料、观研天下整理（wss）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国火工品行业发展深度分析与投资趋势预测报告（2023-2030年）》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，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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国火工品行业发展概述

第一节火工品行业发展情况概述

一、火工品行业相关定义

二、火工品特点分析

三、火工品行业基本情况介绍

四、火工品行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、火工品行业需求主体分析

第二节中国火工品行业生命周期分析

一、火工品行业生命周期理论概述

二、火工品行业所属的生命周期分析

第三节火工品行业经济指标分析

一、火工品行业的赢利性分析

二、火工品行业的经济周期分析

三、火工品行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球火工品行业市场发展现状分析

第一节全球火工品行业发展历程回顾

第二节全球火工品行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲火工品行业地区市场分析

一、亚洲火工品行业市场现状分析

二、亚洲火工品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲火工品行业市场前景分析

第四节北美火工品行业地区市场分析

一、北美火工品行业市场现状分析

二、北美火工品行业市场规模与市场需求分析

三、北美火工品行业市场前景分析

第五节欧洲火工品行业地区市场分析

一、欧洲火工品行业市场现状分析

二、欧洲火工品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲火工品行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界火工品行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球火工品行业市场规模预测

第三章 中国火工品行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对火工品行业的影响分析

第三节中国火工品行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对火工品行业的影响分析

第五节中国火工品行业产业社会环境分析

第四章 中国火工品行业运行情况

第一节中国火工品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

第二节中国火工品行业市场规模分析

一、影响中国火工品行业市场规模的因素

二、中国火工品行业市场规模

三、中国火工品行业市场规模解析

第三节中国火工品行业供应情况分析

一、中国火工品行业供应规模

二、中国火工品行业供应特点

第四节中国火工品行业需求情况分析

一、中国火工品行业需求规模

二、中国火工品行业需求特点

第五节中国火工品行业供需平衡分析

第五章 中国火工品行业产业链和细分市场分析

第一节中国火工品行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、火工品行业产业链图解

第二节中国火工品行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对火工品行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对火工品行业的影响分析

第三节我国火工品行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国火工品行业市场竞争分析

第一节中国火工品行业竞争现状分析

一、中国火工品行业竞争格局分析

二、中国火工品行业主要品牌分析

第二节中国火工品行业集中度分析

一、中国火工品行业市场集中度影响因素分析

二、中国火工品行业市场集中度分析

第三节中国火工品行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国火工品行业模型分析

第一节中国火工品行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国火工品行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国火工品行业SWOT分析结论

第三节中国火工品行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国火工品行业需求特点与动态分析

第一节中国火工品行业市场动态情况

第二节中国火工品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

第三节火工品行业成本结构分析

第四节火工品行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素

三、其他因素

第五节中国火工品行业价格现状分析

第六节中国火工品行业平均价格走势预测

一、中国火工品行业平均价格趋势分析

二、中国火工品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国火工品行业所属行业运行数据监测

第一节中国火工品行业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

第二节中国火工品行业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

第三节中国火工品行业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

第十章 2019-2023年中国火工品行业区域市场现状分析

第一节中国火工品行业区域市场规模分析

一、影响火工品行业区域市场分布的因素

二、中国火工品行业区域市场分布

第二节中国华东地区火工品行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区火工品行业市场分析

（1）华东地区火工品行业市场规模

（2）华南地区火工品行业市场现状

（3）华东地区火工品行业市场规模预测

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、华中地区火工品行业市场分析

（1）华中地区火工品行业市场规模

（2）华中地区火工品行业市场现状

（3）华中地区火工品行业市场规模预测

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、华南地区火工品行业市场分析

（1）华南地区火工品行业市场规模

（2）华南地区火工品行业市场现状

（3）华南地区火工品行业市场规模预测

第五节华北地区火工品行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区火工品行业市场分析

（1）华北地区火工品行业市场规模

（2）华北地区火工品行业市场现状

（3）华北地区火工品行业市场规模预测

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、东北地区火工品行业市场分析

（1）东北地区火工品行业市场规模

（2）东北地区火工品行业市场现状

（3）东北地区火工品行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区火工品行业市场分析

（1）西南地区火工品行业市场规模

（2）西南地区火工品行业市场现状

（3）西南地区火工品行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区火工品行业市场分析

（1）西北地区火工品行业市场规模

（2）西北地区火工品行业市场现状

（3）西北地区火工品行业市场规模预测

第十一章 火工品行业企业分析（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、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国火工品行业发展前景分析与预测

第一节中国火工品行业未来发展前景分析

一、火工品行业国内投资环境分析

二、中国火工品行业市场机会分析

三、中国火工品行业投资增速预测

第二节中国火工品行业未来发展趋势预测

第三节中国火工品行业规模发展预测

- 一、中国火工品行业市场规模预测
- 二、中国火工品行业市场规模增速预测
- 三、中国火工品行业产值规模预测
- 四、中国火工品行业产值增速预测
- 五、中国火工品行业供需情况预测
- 第四节中国火工品行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国火工品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国火工品行业进入壁垒分析

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

第二节火工品行业风险分析

- 一、火工品行业宏观环境风险
- 二、火工品行业技术风险
- 三、火工品行业竞争风险
- 四、火工品行业其他风险

第三节中国火工品行业存在的问题

第四节中国火工品行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国火工品行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国火工品行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国火工品行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节 火工品行业营销策略分析

- 一、火工品行业产品策略
- 二、火工品行业定价策略
- 三、火工品行业渠道策略
- 四、火工品行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202307/641647.html>