

2011-2015年中国电瓶产业深度调研与战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2011-2015年中国电瓶产业深度调研与战略咨询报告》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/dianchi/113552113552.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

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

电瓶，也叫蓄电池，蓄电池是电池的一种，它的工作原理就是把化学能转化为电能。通常，人们所说的电瓶是指铅酸蓄电池。即一种主要由铅及其氧化物制成，电解液是硫酸溶液的蓄电池。

中国报告网发布的《2011-2015年中国电瓶产业深度调研与战略咨询报告》共十四章。首先介绍了电瓶相关概述、中国电瓶市场运行环境等，接着分析了中国电瓶市场发展的现状，然后介绍了中国电瓶重点区域市场运行形势。随后，报告对中国电瓶重点企业经营状况分析，最后分析了中国电瓶行业发展趋势与投资预测。您若想对电瓶产业有个系统的了解或者想投资电瓶行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

第一章 电瓶行业发展概述

第一节 电瓶行业的界定

一、行业经济特性

二、主要细分行业

三、产业链结构分析

第二节 行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 国内外电瓶行业对比

一、企业对比

二、技术对比

三、政策对比

四、品牌对比

第二章 全球电瓶行业发展分析

第一节 世界电瓶行业发展分析

一、2010年世界电瓶行业发展分析

二、2011年世界电瓶行业发展分析

三、2011年世界电瓶市场需求分析

四、2011年电瓶国外市场竞争分析

第二节 主要国家或地区电瓶行业发展分析

一、2010-2011年美国电瓶行业分析

二、2010-2011年日本电瓶行业分析

三、2010-2011年香港电瓶行业分析

四、2010-2011年韩国电瓶行业分析

第三章 我国电瓶行业发展分析

第一节 我国电瓶行业发展概况

一、我国电瓶行业发展历程

二、中国电瓶行业发展特征

三、我国电瓶行业发展状况

第二节 我国电瓶行业发展现状

一、中国电瓶行业发展现状

二、我国电瓶制造业现状剖析

三、我国电瓶工业设计分析

第三节 2010年中国电瓶行业发展状况

一、2010年电瓶行业发展状况分析

二、2010年中国电瓶行业发展动态

三、2010年电瓶行业经营业绩分析

四、2010年我国电瓶行业发展热点

第四节 2011年中国电瓶市场供需状况

一、2011年中国电瓶行业供给能力

二、2011年中国电瓶市场供给分析

三、2011年中国电瓶市场需求分析

四、2011中国电瓶产品价格分析

第五节 对中国电瓶市场的分析及思考

一、电瓶市场特点

二、电瓶市场分析

三、电瓶市场变化的方向

四、中国电瓶产业发展的新思路

五、对中国电瓶产业发展的思考

第四章 电瓶产业经济运行分析

第一节 营运能力分析

一、2010年营运能力分析

二、2011年营运能力分析

第二节 偿债能力分析

一、2010年偿债能力分析

二、2011年偿债能力分析

第三节 盈利能力分析

一、2010-2011年资产利润率

二、2010-2011年销售利润率

第四节 发展能力分析

一、2010-2011年资产年均增长率

二、2010-2011年利润增长率

第五章 电瓶需求与消费者偏好调查

第一节 产值分布特征及变化

一、产值前10名省市及经济效益情况

二、产值前20名企业

第二节 产品供给分析

一、2010-2011年中国电子工业总体供给

二、2010-2011年电瓶市场供给分析

第三节 产品需求分析

一、2010-2011年中国电子工业需求分析

二、2010-2011年电瓶市场需求分析

第四节 电瓶品牌产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第五节 电瓶产品的品牌市场调查

一、消费者对电瓶品牌认知度宏观调查

二、消费者对电瓶产品的品牌偏好调查

三、消费者对电瓶品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、电瓶品牌忠诚度调查

六、电瓶品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第六节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第六章 电瓶产业发展地区比较

第一节 长三角地区

一、竞争优势

二、2010-2011年发展状况

三、2011-2015年发展前景

第二节 珠三角地区

一、竞争优势

二、2010-2011年发展状况

三、2011-2015年发展前景

第三节 环渤海地区

一、竞争优势

二、2010-2011年发展状况

三、2011-2015年发展前景

第四节 东北地区

一、竞争优势

二、2010-2011年发展状况

三、2011-2015年发展前景

第五节 西部地区

一、竞争优势

二、2010-2011年发展状况

三、2011-2015年发展前景

第七章 电瓶行业竞争格局分析

第一节 外资和本土电瓶企业竞争状况

一、外资和本土电瓶品牌对比分析

二、外资与本土电瓶品牌竞争力对比分析

三、中国电瓶海外市场竞争分析

第二节 中国电瓶市场竞争状况

一、中国电瓶市场竞争格局

二、2010年中国电瓶市场竞争状况

三、2011年中国电瓶市场竞争状况

第三节 电瓶制造业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业出口交货值对比分析

五、重点企业利润总额对比分析

六、重点企业综合竞争力对比分析

第四节 2010-2011年电瓶行业竞争格局分析

一、2010年电瓶制造业竞争分析

二、2010年中外电瓶产品竞争分析

三、2010-2011年国内外电瓶竞争分析

四、2010-2011年我国电瓶市场竞争分析

五、2010-2011年我国电瓶市场集中度分析

六、2011-2015年国内主要电瓶企业动向

第八章 电瓶企业竞争策略分析

第一节 电瓶市场竞争策略分析

一、2011年电瓶市场增长潜力分析

二、2011年电瓶主要潜力品种分析

三、现有电瓶产品竞争策略分析

四、潜力电瓶品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 电瓶企业竞争策略分析

一、金融危机对电瓶行业竞争格局的影响

二、金融危机后电瓶行业竞争格局的变化

三、2011-2015年我国电瓶市场竞争趋势

四、2011-2015年电瓶行业竞争格局展望

五、2011-2015年电瓶行业竞争策略分析

六、2011-2015年电瓶企业竞争策略分析

第九章 主要电瓶品牌竞争分析

第一节 风帆

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第二节 天能

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三节 超威

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第四节 统一

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第五节 大众

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第十章 电瓶行业发展趋势分析

第一节 2011年发展环境展望

一、2011年宏观经济形势展望

二、2011年政策走势及其影响

三、2011年国际行业走势展望

第二节 2011年电瓶行业发展趋势分析

一、2011年技术发展趋势分析

二、2011年产品发展趋势分析

三、2011年行业竞争格局展望

第三节 2011-2015年中国电瓶市场趋势分析

一、2010-2011年电瓶市场趋势总结

二、2011-2015年电瓶发展趋势分析

三、2011-2015年电瓶市场发展空间

四、2011-2015年电瓶产业政策趋向

五、2011-2015年电瓶技术革新趋势

六、2011-2015年电瓶价格走势分析

第十一章 未来电瓶行业发展预测

第一节 2011-2015年国际电瓶市场预测

一、2011-2015年全球电瓶行业产值预测

二、2011-2015年全球电瓶市场需求前景

三、2011-2015年全球电瓶市场价格预测

第二节 2011-2015年国内电瓶市场预测

- 一、2011-2015年国内电瓶行业产值预测
- 二、2011-2015年国内电瓶市场需求前景
- 三、2011-2015年国内电瓶市场价格预测

第三节 2011-2015年市场消费能力预测

- 一、2011-2015年行业总需求规模预测
- 二、2011-2015年主要产品市场规模预测
- 三、2011-2015年市场供应能力预测

第十二章 中国电瓶行业发展环境分析

第一节 国内电瓶经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国电瓶经济发展预测分析

第二节 中国电瓶行业政策环境分析

第十三章 电瓶行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2011年相关产业活力系数比较
- 二、2009-2010行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2011年相关产业投资收益率比较
- 二、2009-2010行业投资收益率分析

第三节 电瓶行业投资效益分析

- 一、2010-2011年电瓶行业投资状况分析
- 二、2011-2015年电瓶行业投资效益分析
- 三、2011-2015年电瓶行业投资趋势预测
- 四、2011-2015年电瓶行业的投资方向
- 五、2011-2015年电瓶行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响电瓶行业发展的主要因素

- 一、2011-2015年影响电瓶行业运行的有利因素分析
- 二、2011-2015年影响电瓶行业运行的稳定因素分析
- 三、2011-2015年影响电瓶行业运行的不利因素分析
- 四、2011-2015年我国电瓶行业发展面临的挑战分析
- 五、2011-2015年我国电瓶行业发展面临的机遇分析

第五节 电瓶行业投资风险及控制策略分析

- 一、2011-2015年电瓶行业市场风险及控制策略
- 二、2011-2015年电瓶行业政策风险及控制策略
- 三、2011-2015年电瓶行业经营风险及控制策略
- 四、2011-2015年电瓶行业技术风险及控制策略
- 五、2011-2015年电瓶同业竞争风险及控制策略
- 六、2011-2015年电瓶行业其他风险及控制策略

第十四章 电瓶行业投资战略分析

第一节 电瓶行业发展战略分析

- 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

第二节 对我国电瓶品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、电瓶实施品牌战略的意义
- 三、电瓶企业品牌的现状分析
- 四、我国电瓶企业的品牌战略
- 五、电瓶品牌战略管理的策略

第三节 电瓶行业投资战略研究

- 一、2011年电池行业投资战略
- 二、2011年电瓶行业投资战略
- 三、2011-2015年电瓶行业投资战略
- 四、2011-2015年细分行业投资战略

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

中国报告网发布的《2011-2015年中国电瓶产业深度调研与战略咨询报告》共十四章。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、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研究分析。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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianchi/113552113552.html>