

2021年中国传感器市场分析报告- 市场规模现状与发展趋势分析

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《2021年中国传感器市场分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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/yiqiyibiao/538106538106.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

传感器是一种检测装置，能感受到被测量的信息，并能将感受到的信息，按一定规律变换成为电信号或其他所需形式的信息输出，以满足信息的传输、处理、存储、显示、记录和控制等要求。

传感器上游主要为各种零部件等以支撑感知层；中游是以光传输、通信设备、网络设备等构成的传输层；下游是应用层，其中以物联网领域中的各项应用为主。

传感器行业产业链分析 数据来源：公开资料整理

2014-2020年，我国传感器市场规模整体呈增长态势，2019年我国传感器市场规模为2510.3亿元，同比增长14.7%，预计2020年，将突破2500亿元。

2014-2020年中国传感器行业市场规模 数据来源：公开资料整理

我国传感器行业主要以中小企业为主，小型企业多数集中在低端产品的生产一价格竞争为主，高端产品集中在龙头及外资企业手中，主要是以品牌竞争和技术竞争。

国内传感器制造行业梯队 数据来源：公开资料整理

其中海康威视、歌尔股份、大华股份为国内主要品牌，营业收入分别为577亿元、351亿元和261亿元。

2019年中国传感器上市营业收入TOP10（单位：亿元） 数据来源：公开资料整理

从企业分布来看，我国传感器行业分布较不均衡，华东地区传感器企业数量较多，占比56.86%，中南地区约占23.09%，华北地区约占8.36%，西北地区约占4.44%。

2019年中国传感器企业数量区域分布 数据来源：公开资料整理

从生产企业情况来看，传感器市场前景广阔，国内企业纷纷布局其中。目前，我国传感器上市企业多达66家，主要集中在长三角区域。此外，珠三角区域、京津地区、中部地区分布相当。

区域

内容

三角区域

以上海、无锡、南京为中心。逐渐形成包括热敏、磁敏、图像、称重、光电、温度、气敏等较为完备的传感器生产体系及产业配套。

珠三角区域

以深圳中心城市为主。由附近中小城市的外资企业组成以热敏、磁敏、超声波、称重为主的传感器产业体系。

东北地区

以沈阳、长春、哈尔滨为主。主要生产MEMS力敏传感器、气敏传感器、湿敏传感器。

京津区域

主要以高校为主。从事新型传感器的研发，在某些领域填补国内空白。北京已建立微米/纳

米国家重点实验室。

中部地区

以郑州、武汉、太原为主。产学研紧密结合的模式，在PTC/NTC热敏电阻、感应式数字液位传感器和气体传感器等产业方面发展态势良好。

其他

传感器产业伴随着物联网的兴起，在其他区域，如陕西、四川和山东等地发展很快。数据来源：公开资料整理

传感器行业分布领域较广，包括汽车电子、网络通信、工业制造、消费电子以及医疗电子等领域。其中汽车电子领域比重为24.2%，工业制造领域比重为21.1%，网络通信领域比重为21.0%，消费电子领域比重为14.7%

2019年中国传感器行业应用领域分布情况 数据来源：公开资料整理

2014-2020年中国传感器行业政策一览表

时间

政策

2019.12

《2019年工业强基重点产品、工艺一条龙应用计划示范企业和示范项目公示》

2017.12

《促进金一代人工智能产业发展三年行动计划》

2017.11

《智能传感器产业三年行动指南》

2016.8

《“十三五：国家科技创新规划》

2016.5

《工业和信息化部办公厅、财政部办公厅关于发布2016年工业强基工程实施方案指南的通知》

2015.7

《国务院源于积极推进：“互联网+”行动的指导意见数据来源：公开资料整理（CBB）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国传感器市场分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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。

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家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 2017-2020年中国传感器行业发展概述

第一节 传感器行业发展情况概述

一、传感器行业相关定义

二、传感器行业基本情况介绍

三、传感器行业发展特点分析

四、传感器行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、传感器行业需求主体分析

第二节 中国传感器行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、传感器行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国传感器行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国传感器行业生命周期分析

一、传感器行业生命周期理论概述

二、传感器行业所属的生命周期分析

第四节 传感器行业经济指标分析

一、传感器行业的赢利性分析

二、传感器行业的经济周期分析

三、传感器行业附加值的提升空间分析

第五节 中国传感器行业进入壁垒分析

一、传感器行业资金壁垒分析

二、传感器行业技术壁垒分析

三、传感器行业人才壁垒分析

四、传感器行业品牌壁垒分析

五、传感器行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球传感器行业市场发展现状分析

第一节 全球传感器行业发展历程回顾

第二节 全球传感器行业市场区域分布情况

第三节 亚洲传感器行业地区市场分析

一、亚洲传感器行业市场现状分析

二、亚洲传感器行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲传感器行业市场前景分析

第四节 北美传感器行业地区市场分析

一、北美传感器行业市场现状分析

二、北美传感器行业市场规模与市场需求分析

三、北美传感器行业市场前景分析

第五节 欧洲传感器行业地区市场分析

一、欧洲传感器行业市场现状分析

二、欧洲传感器行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲传感器行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界传感器行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球传感器行业市场规模预测

第三章 中国传感器产业发展环境分析

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、全社会消费品传感器总额
- 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 中国传感器行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国传感器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 中国传感器行业运行情况

第一节 中国传感器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 中国传感器行业市场规模分析

第三节 中国传感器行业供应情况分析

第四节 中国传感器行业需求情况分析

第五节 我国传感器行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国传感器行业供需平衡分析

第七节 中国传感器行业发展趋势分析

第五章 中国传感器所属行业运行数据监测

第一节 中国传感器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 中国传感器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 中国传感器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 2017-2020年中国传感器市场格局分析

第一节 中国传感器行业竞争现状分析

一、中国传感器行业竞争情况分析

二、中国传感器行业主要品牌分析

第二节 中国传感器行业集中度分析

一、中国传感器行业市场集中度影响因素分析

二、中国传感器行业市场集中度分析

第三节 中国传感器行业存在的问题

第四节 中国传感器行业解决问题的策略分析

第五节 中国传感器行业钻石模型分析

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 2017-2020年中国传感器行业需求特点与动态分析

第一节 中国传感器行业消费市场动态情况

第二节 中国传感器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 传感器行业成本结构分析

第四节 传感器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 中国传感器行业价格现状分析

第六节 中国传感器行业平均价格走势预测

一、中国传感器行业价格影响因素

二、中国传感器行业平均价格走势预测

三、中国传感器行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国传感器行业区域市场现状分析

第一节 中国传感器行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区传感器市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区传感器市场规模分析

四、华东地区传感器市场规模预测

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、华中地区传感器市场规模分析

四、华中地区传感器市场规模预测

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、华南地区传感器市场规模分析

四、华南地区传感器市场规模预测

第九章 2017-2020年中国传感器行业竞争情况

第一节 中国传感器行业竞争结构分析（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 中国传感器行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国传感器行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 传感器行业企业分析（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

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、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国传感器行业发展前景分析与预测

第一节 中国传感器行业未来发展前景分析

- 一、传感器行业国内投资环境分析
- 二、中国传感器行业市场机会分析
- 三、中国传感器行业投资增速预测

第二节 中国传感器行业未来发展趋势预测

第三节 中国传感器行业市场发展预测

- 一、中国传感器行业市场规模预测
- 二、中国传感器行业市场规模增速预测
- 三、中国传感器行业产值规模预测
- 四、中国传感器行业产值增速预测
- 五、中国传感器行业供需情况预测

第四节 中国传感器行业盈利走势预测

- 一、中国传感器行业毛利润同比增速预测
- 二、中国传感器行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国传感器行业投资风险与营销分析

第一节 传感器行业投资风险分析

- 一、传感器行业政策风险分析
- 二、传感器行业技术风险分析
- 三、传感器行业竞争风险
- 四、传感器行业其他风险分析

第二节 传感器行业应对策略

- 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 2021-2026年中国传感器行业发展战略及规划建议

第一节 中国传感器行业品牌战略分析

一、传感器企业品牌的重要性

二、传感器企业实施品牌战略的意义

三、传感器企业品牌的现状分析

四、传感器企业的品牌战略

五、传感器品牌战略管理的策略

第二节 中国传感器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 中国传感器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

第四节 传感器行业竞争力提升策略

一、传感器行业产品差异性策略

二、传感器行业个性化服务策略

三、传感器行业的促销宣传策略

四、传感器行业信息智能化策略

五、传感器行业品牌化建设策略

六、传感器行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国传感器行业发展策略及投资建议

第一节 中国传感器行业产品策略分析

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 中国传感器行业营销渠道策略

一、传感器行业渠道选择策略

二、传感器行业营销策略

第三节 中国传感器行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国传感器行业重点投资区域分析

二、中国传感器行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiqiyibiao/538106538106.html>