

2018年中国电子制造服务(EMS)行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国电子制造服务(EMS)行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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/329956329956.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

（1）电子制造服务业的定义

电子制造服务业（EMS，Electronics Manufacturing Services）狭义的看法是指为各类电子产品提供制造服务的产业，代表制造环节的外包。广义的看，则包括从设计/开发、制造、采购、物流以及售后维修等整个供应链解决方案。目前来看，国际领先的EMS厂商均能为品牌商客户提供涵盖电子产品设计、工程开发、原材料采购和管理、生产制造、测试及售后服务等多项除品牌销售以外的服务。

（2）行业产生的背景和发展过程

EMS行业的产生是全球电子产业链专业化分工的结果。在全球电子产业走向垂直化整合和水平分工双重趋势的过程中，品牌商逐渐把设计、营销和品牌管理作为其竞争核心，而把相对难于处理的制造部分外包，电子制造服务行业应运而生并成为国际电子产业链的重要一环。EMS行业的产生还包括以下具体原因：①新电子产品开发周期缩短且价格变化剧烈，品牌商通过EMS服务商先进的生产技术和成本控制能力，能在短期内开发和生产出高质量、价格合理的商品，加快新商品的投市速度而提高市场占有率；②品牌商通过将制造环节外包给专业的EMS服务商，能更好实现接单生产（BTO，Built to Order）以及按单定做（CTO，Customize to Order）等生产模式，来满足全球消费者的不同需求；③品牌商通过与EMS服务商的协作，有效的实现了功能分业和风险分担，以便将资源集中在核心的R&D和营销等环节，提高资本回报率和竞争力等。

从行业发展过程看，EMS行业最初在美国硅谷发展起来，源于集成电路表面贴装技术的发展，技术和产品日新月异的发展不断带来产业革新，使EMS行业成为全球电子产业垂直分工体系的重要一环。EMS行业的发展经历了一个循序渐进的过程，从最初的专业为品牌商提供制造服务，逐步发展为覆盖整个产品生命周期的服务，即包括从制造前的产品设计与工程开发，直到产品生命终止时的各种服务：

①发展初期，品牌商由于自身产能的不足而将部分生产制造环节（主要是SMT贴装工艺环节）外包，专业化的贴装企业主要为品牌商提供PCB贴装业务，主要产品为PCBA（Printed Circuit Board Assembly），属于传统的来料加工模式。

②随着产业链分工的进一步精细化，品牌商在与EMS服务商合作不断进化和成熟的基础上，逐步将与生产相关的产品设计、工程技术开发、物料采购、测试以及物流和售后等

环节外包。

③目前，EMS服务商所提供的业务具体包括如下四个层面：一是在从产品概念、规划到产品原型的过程中，参与完成设计、工程技术开发等前端工作；二是传统的EMS生产制造（主要是PCB贴装）；三是物料采购和管理等供应链服务；四是产品测试、物流及售后服务等。

EMS行业经营模式

资料来源：观研天下数据中心整理（GYFSW）

观研天下发布的《2018年中国电子制造服务(EMS)行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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电子制造服务(EMS)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、电子制造服务(EMS)T分析法，对行业进行全面的内外环境分析，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年中国电子制造服务(EMS)行业发展概述

第一节 电子制造服务(EMS)行业发展情况概述

一、电子制造服务(EMS)行业相关定义

二、电子制造服务(EMS)行业基本情况介绍

三、电子制造服务(EMS)行业发展特点分析

第二节 中国电子制造服务(EMS)行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、电子制造服务(EMS)行业产业链条分析

三、中国电子制造服务(EMS)行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国电子制造服务(EMS)行业生命周期分析

一、电子制造服务(EMS)行业生命周期理论概述

二、电子制造服务(EMS)行业所属的生命周期分析

第四节 电子制造服务(EMS)行业经济指标分析

一、电子制造服务(EMS)行业的赢利性分析

二、电子制造服务(EMS)行业的经济周期分析

三、电子制造服务(EMS)行业附加值的提升空间分析

第五节 中国电子制造服务(EMS)行业进入壁垒分析

一、电子制造服务(EMS)行业资金壁垒分析

二、电子制造服务(EMS)行业技术壁垒分析

三、电子制造服务(EMS)行业人才壁垒分析

四、电子制造服务(EMS)行业品牌壁垒分析

五、电子制造服务(EMS)行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球电子制造服务(EMS)行业市场发展现状分析

第一节 全球电子制造服务(EMS)行业发展历程回顾

第二节 全球电子制造服务(EMS)行业市场区域分布情况

第三节 亚洲电子制造服务(EMS)行业地区市场分析

一、亚洲电子制造服务(EMS)行业市场现状分析

二、亚洲电子制造服务(EMS)行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲电子制造服务(EMS)行业市场前景分析

第四节 北美电子制造服务(EMS)行业地区市场分析

一、北美电子制造服务(EMS)行业市场现状分析

二、北美电子制造服务(EMS)行业市场规模与市场需求分析

三、北美电子制造服务(EMS)行业市场前景分析

第五节 欧盟电子制造服务(EMS)行业地区市场分析

一、欧盟电子制造服务(EMS)行业市场现状分析

二、欧盟电子制造服务(EMS)行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟电子制造服务(EMS)行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界电子制造服务(EMS)行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球电子制造服务(EMS)行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国电子制造服务(EMS)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 中国电子制造服务(EMS)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 中国电子制造服务(EMS)产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、电子制造服务(EMS)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年中国电子制造服务(EMS)行业运行情况

第一节 中国电子制造服务(EMS)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 中国电子制造服务(EMS)行业市场规模分析

第三节 中国电子制造服务(EMS)行业供应情况分析

第四节 中国电子制造服务(EMS)行业需求情况分析

第五节 中国电子制造服务(EMS)行业供需平衡分析

第六节 中国电子制造服务(EMS)行业发展趋势分析

第五章 中国电子制造服务(EMS)所属行业运行数据监测

第一节 中国电子制造服务(EMS)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 中国电子制造服务(EMS)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 中国电子制造服务(EMS)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年中国电子制造服务(EMS)市场格局分析

第一节 中国电子制造服务(EMS)行业竞争现状分析

一、中国电子制造服务(EMS)行业竞争情况分析

二、中国电子制造服务(EMS)行业主要品牌分析

第二节 中国电子制造服务(EMS)行业集中度分析

一、中国电子制造服务(EMS)行业市场集中度分析

二、中国电子制造服务(EMS)行业企业集中度分析

第三节 中国电子制造服务(EMS)行业存在的问题

第四节 中国电子制造服务(EMS)行业解决问题的策略分析

第五节 中国电子制造服务(EMS)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年中国电子制造服务(EMS)行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国电子制造服务(EMS)行业消费特点

第二节 中国电子制造服务(EMS)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 电子制造服务(EMS)行业成本分析

第三节 电子制造服务(EMS)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 中国电子制造服务(EMS)行业价格现状分析

第五节 中国电子制造服务(EMS)行业平均价格走势预测

一、中国电子制造服务(EMS)行业价格影响因素

二、中国电子制造服务(EMS)行业平均价格走势预测

三、中国电子制造服务(EMS)行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国电子制造服务(EMS)行业区域市场现状分析

第一节 中国电子制造服务(EMS)行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区电子制造服务(EMS)市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区电子制造服务(EMS)市场规模分析

四、华东地区电子制造服务(EMS)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、华中地区电子制造服务(EMS)市场规模分析

四、华中地区电子制造服务(EMS)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、华南地区电子制造服务(EMS)市场规模分析

第九章 2015-2017年中国电子制造服务(EMS)行业竞争情况

第一节 中国电子制造服务(EMS)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 中国电子制造服务(EMS)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 中国电子制造服务(EMS)行业竞争环境分析（电子制造服务(EMS)T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 电子制造服务(EMS)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年中国电子制造服务(EMS)行业发展前景分析与预测

第一节中国电子制造服务(EMS)行业未来发展前景分析

一、电子制造服务(EMS)行业国内投资环境分析

二、中国电子制造服务(EMS)行业市场机会分析

三、中国电子制造服务(EMS)行业投资增速预测

第二节中国电子制造服务(EMS)行业未来发展趋势预测

第三节中国电子制造服务(EMS)行业市场发展预测

一、中国电子制造服务(EMS)行业市场规模预测

二、中国电子制造服务(EMS)行业市场规模增速预测

三、中国电子制造服务(EMS)行业产值规模预测

四、中国电子制造服务(EMS)行业产值增速预测

五、中国电子制造服务(EMS)行业供需情况预测

第四节中国电子制造服务(EMS)行业盈利走势预测

一、中国电子制造服务(EMS)行业毛利润同比增速预测

二、中国电子制造服务(EMS)行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国电子制造服务(EMS)行业投资风险与营销分析

第一节 电子制造服务(EMS)行业投资风险分析

一、电子制造服务(EMS)行业政策风险分析

二、电子制造服务(EMS)行业技术风险分析

三、电子制造服务(EMS)行业竞争风险分析

四、电子制造服务(EMS)行业其他风险分析

第二节 电子制造服务(EMS)行业企业经营发展分析及建议

一、电子制造服务(EMS)行业经营模式

二、电子制造服务(EMS)行业销售模式

三、电子制造服务(EMS)行业创新方向

第三节 电子制造服务(EMS)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年中国电子制造服务(EMS)行业发展策略及投资建议

第一节 中国电子制造服务(EMS)行业品牌战略分析

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

第二节 中国电子制造服务(EMS)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 中国电子制造服务(EMS)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年中国电子制造服务(EMS)行业发展策略及投资建议

第一节 中国电子制造服务(EMS)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 中国电子制造服务(EMS)行业定价策略分析

第二节 中国电子制造服务(EMS)行业营销渠道策略

- 一、电子制造服务(EMS)行业渠道选择策略
- 二、电子制造服务(EMS)行业营销策略

第三节 中国电子制造服务(EMS)行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国电子制造服务(EMS)行业重点投资区域分析
- 二、中国电子制造服务(EMS)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/329956329956.html>