

2014-2019年中国焊接机器人行业深度研究与投资前景调研报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2014-2019年中国焊接机器人行业深度研究与投资前景调研报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/jixie/338477TRCJ.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

第一部分 行业运行现状

第一章 焊接机器人市场发展概况 1

第一节 焊接机器人市场及产品介绍 1

第二节 2014年焊接机器人市场发展概况5

第三节 焊接机器人市场经济环境分析10

第四节 焊接机器人市场政策法规104

第五节 2014-2019年焊接机器人市场发展前景预测140

第六节 行业技术水平 146

第七节 市场推广在焊接机器人行业的重要性 152

第八节 营销渠道建设是焊接机器人市场竞争的关键154

第二章 焊接机器人市场容量/市场规模分析159

第一节 2011-2014年焊接机器人市场容量/市场规模统计159

第二节 焊接机器人下游应用市场结构165

第三节 影响焊接机器人市场容量/市场规模增长的因素 166

第四节 2014-2019年我国焊接机器人市场容量/市场规模预测168

第二部分 市场推广研究

第三章 焊接机器人市场推广策略研究 169

第一节 焊接机器人行业新品推广模式研究169

第二节 焊接机器人市场终端产品发布特点171

第三节 焊接机器人市场中间商、代理商参与机制 173

第四节 焊接机器人市场网络推广策略研究176

第五节 焊接机器人市场广告宣传策略179

第六节 焊接机器人市场推广与配套供货渠道建立 180

第七节 焊接机器人新产品推广常见问题 183

第九节 直销模式在焊接机器人推广过程中的应用 189

第十节 国外焊接机器人市场推广经验介绍（欧美、韩日市场） 196

第四章 焊接机器人盈利模式研究 199

- 第一节 焊接机器人市场盈利模式的分类 199
- 第二节 焊接机器人生产企业的盈利模式研究 204
- 第三节 焊接机器人经销代理商盈利模式研究 205
- 第四节 盈利模式对市场推广策略选择的影响 207
- 第五节 独立经销网络盈利模式改进研究 208
- 第六节 第三方经销网络优化管理研究 209

第三部分 营销策略分析

第五章 焊接机器人营销渠道建立策略 212

第一节 焊接机器人市场营销渠道结构 212

一、主力型渠道

二、紧凑型渠道 212

三、伙伴型渠道 212

四、松散型渠道 213

第二节 焊接机器人市场伙伴型渠道研究 214

第三节 焊接机器人市场直接分销渠道与间接分销渠道管理 221

一、直接分销渠道 221

二、间接分销渠道（长渠道、短渠道） 230

第四节 大客户直供销售渠道建立策略 232

第五节 网络经销渠道优化 242

第六节 渠道经销管理问题 248

一、现金流管理 248

二、货品进出物流管理 251

三、售后服务 253

第六章 焊接机器人市场客户群研究与渠道匹配分析 254

第一节 焊接机器人主要客户群消费特征分析 254

第二节 焊接机器人主要销售渠道客户群稳定性分析 259

第三节 大客户经销渠道构建问题研究 261

第四节 网络客户渠道化发展建议 270

第五节 渠道经销商维护策略研究 276

第六节 焊接机器人市场客户群消费趋势与营销渠道发展方向 278

第四部分 重点企业分析

第七章 重点企业市场推广策略与营销渠道规划案例290

第一节 上海创志实业有限公司 290

- 一、企业介绍与焊接机器人相关业务290
- 二、2011-2014年产销统计数据291
- 三、企业焊接机器人市场推广策略与渠道管理291
- 四、焊接机器人营销体系布局与商务政策设计分析291

第二节 昆山华恒焊接股份有限公司 292

- 一、企业介绍与焊接机器人相关业务292
- 二、2011-2014年产销统计数据295
- 三、企业焊接机器人市场推广策略与渠道管理295
- 四、焊接机器人营销体系布局与商务政策设计分析296

第三节 北斗（广州）汽车装备有限公司 297

- 一、企业介绍与焊接机器人相关业务297
- 二、2011-2014年产销统计数据297
- 三、企业焊接机器人市场推广策略与渠道管理297
- 四、焊接机器人营销体系布局与商务政策设计分析298

第四节 新松机器人自动化股份有限公司 298

- 一、企业介绍与焊接机器人相关业务298
- 二、2011-2014年产销统计数据301
- 三、企业焊接机器人市场推广策略与渠道管理304
- 四、焊接机器人营销体系布局与商务政策设计分析305

第五节 启帆工业机器人有限公司305

- 一、企业介绍与焊接机器人相关业务305
- 二、2011-2014年产销统计数据306
- 三、企业焊接机器人市场推广策略与渠道管理306
- 四、焊接机器人营销体系布局与商务政策设计分析307

第六节 广州数控设备有限公司 307

- 一、企业介绍与焊接机器人相关业务307
- 二、2011-2014年产销统计数据310
- 三、企业焊接机器人市场推广策略与渠道管理311

四、焊接机器人营销体系布局与商务政策设计分析	311
第七节 上海沃迪自动化装备股份有限公司	312
一、企业介绍与焊接机器人相关业务	312
二、2011-2014年产销统计数据	314
三、企业焊接机器人市场推广策略与渠道管理	314
四、焊接机器人营销体系布局与商务政策设计分析	315
第八节 安徽埃夫特智能装备有限公司	316
一、企业介绍与焊接机器人相关业务	316
二、2011-2014年产销统计数据	317
三、企业焊接机器人市场推广策略与渠道管理	318
四、焊接机器人营销体系布局与商务政策设计分析	318
第九节 成都焊研威达科技股份有限公司	319
一、企业介绍与焊接机器人相关业务	319
二、2011-2014年产销统计数据	321
三、企业焊接机器人市场推广策略与渠道管理	322
四、焊接机器人营销体系布局与商务政策设计分析	322
第十节 广州蓝姆汽车设备有限公司	322
一、企业介绍与焊接机器人相关业务	322
二、2011-2014年产销统计数据	325
三、企业焊接机器人市场推广策略与渠道管理	325
四、焊接机器人营销体系布局与商务政策设计分析	325

【图表目录】

图表：2011-2014年5月我国国内生产总值及增长情况	11
图表：2014年中国国内生产总值数据核算	12
图表：2011-2014年全国消费价格同比变化情况	12
图表：2011-2014年全国主要肉类价格变化情况	13
图表：2014年5月居民消费价格分类表同比变化情况	13
图表：2011-2014年全国消费价格同比变化情况	14
图表：2011-2014社会消费品零售总额比较	14
图表：2014年消费零售总额城乡比较	15
图表：2011-2014年社会消费零售总额名义增速	15

图表：2014年中国城镇居民人均可支配收入增速 16

图表：2014年城镇居民人均可支配收入 16

图表：2011-2014年中国技术合同签订情况 17

图表：2011-2014年全国制定国家标准情况 17

图表：2002-2014年全国城镇人口比重 18

图表：2000-2014年我国城镇化水平变化情况18

图表：固定资产投资历史变动轨迹分析19

图表：1978-2014年中国城乡居民恩格尔系数走势图 19

图表：2014年各省城乡居民恩格尔系数对比 20

图表：2009-2014年全国城乡居民恩格尔系数对比20

图表：2008-2014年进出口贸易历史变动轨迹21

图表：基于CQMM计算的产出缺口 22

图表：美国及欧元区经济变化假定24

图表：汇率变化假定25

图表：M2变化趋势假定25

图表：GDP季度增长趋势预测 26

图表：价格指数预测27

图表：外汇储备增长预测28

图表：中国进出口增长预测29

图表：固定资产投资总额增长预测30

图表：固定资产投资增长率预测31

图表：消费增速预测32

图表：公共财政收入增速预测33

图表：2006-2014年世界生产总值及增长情况34

图表：2006-2014年世界发达经济体生产总值及增长情况 35

图表：2006-2014年世界欧盟生产总值及增长情况35

图表：2006-2014年世界新兴市场和发展中国家生产总值及增长情况36

图表：2006-2014年世界经济投资占GDP百分比情况 36

图表：2006-2014年世界经济国民储蓄总额占GDP百分比情况 37

图表：2011-2014年5月世界经济工业生产指数同比增长率情况37

图表：2011-2014年5月世界经济主要货币实际有效汇率指数情况 38

图表：2011-2014年5月世界经济主要地区消费者价格指数情况38

图表：美国经济增长率及贡献39

图表：消费信贷同比增长40

图表：可支配收入有所下降41

图表：企业意愿调查显示企业投资难有根本起色42

图表：房地产市场持续复苏43

图表：市场继续缓慢改善44

图表：通货膨胀处于低位45

图表：欧元区经济增速触底反弹49

图表：欧元区私人消费持续有力反弹49

图表：欧元区主要国家十年期国债收益率继续下降50

图表：欧元区主要国家十年期国债收益率继续下降50

图表：欧元区主要国家十年期国债收益率继续下降51

图表：欧元区私人投资反弹乏力52

图表：欧元区存货投资低迷52

图表：欧元区主要成员国失业率升势放缓53

图表：欧元区消费者价格季度涨幅回落，但月度涨幅反弹54

图表：欧元有效汇率稳中略升54

图表：欧元兑美元和人民币贬值，兑日元和多数新兴市场货币升值55

图表：日本经济稳步回升59

图表：生产触底回升60

图表：同比增长率显示日本出口逐渐向好61

图表：PMI稳定在荣枯平衡线以上62

图表：劳动力市场更加活跃63

图表：日本的温和通货紧缩局面有所改善64

图表：日经255指数近期有所回落 64

图表：日元贬值明显65

图表：对中国进出口增速均有回升68

图表：日本自中国进口的制造品占比上升69

图表：韩国2014年第4季度经济温和复苏，物价水平仍保持稳定71

图表：韩元处于贬值通道72

图表：人民币继续对韩元升值，带动中国从韩进口73

图表：韩国对华FDI增速仍显著快于全球对华FDI总额增速74

图表：GDP增速平缓，通胀温和 75

图表：劳动力市场状况良好75

图表：澳联储近期可能再次降息77

图表：澳进出口开始回升78

图表：中国对澳进出口增速也略有回升78

图表：全球大宗商品价格下降85

图表：中国目前企业盈利状况基本稳定：成本费用利润率88

图表：中国的潜在增长率已显著下降：产出-物价曲线 89

图表：东盟经济第4季度增长略有放缓94

图表：巴西国内投资持续低迷100

图表：实际GDP同比增速 102

图表：智能制造重点任务布局113

图表：智能制造技术路线图116

图表：焊接机器人的视觉系统150

图表：嵌入式控制焊接机器人系统结构152

图表：2011-2014年焊接机器人市场规模统计159

图表：中国工业机器人保有量（1999-2014）160

图表：中国工业机器人年新增量（2000-2014）160

图表：我国各种工业机器人年销量（2009-2014）161

图表：中国现阶段工业机器人发展情况与日本七八十年代对比162

图表：我国工业机器人年度保有量预测（2014-2015）163

图表：我国工业机器人年度装机量预测（2014-2015）163

图表：2014-2019年我国焊接机器人市场规模预测168

图表：焊接机器人生产企业的盈利模式204

图表：大客户关系拓展模型232

图表：大客户分析矩阵236

图表：大客户经销管理流程262

图表：工业品客户关注因素重要性273

图表：推广策略渠道的选择条件282

图表：各种营销信息源的重要性284

图表：上海创志实业有限公司组织结构290

图表：昆山华恒焊接股份有限公司组织结构293

图表：昆山华恒焊接股份有限公司财务数据295
图表：新松机器人自动化股份有限公司产业布局299
图表：新松机器人自动化股份有限公司组织结构300
图表：新松机器人自动化股份有限公司服务流程301
图表：2014年5月新松机器人自动化股份有限公司主营构成分析301
图表：2011-2014年新松机器人自动化股份有限公司每股指标分析 302
图表：2011-2014年新松机器人自动化股份有限公司成长能力分析 302
图表：2011-2014年新松机器人自动化股份有限公司盈利能力分析 302
图表：2011-2014年新松机器人自动化股份有限公司盈利质量分析 302
图表：2011-2014年新松机器人自动化股份有限公司运营能力分析 303
图表：2011-2014年新松机器人自动化股份有限公司财务风险分析 303
图表：2011-2014年新松机器人自动化股份有限公司资产负债表303
图表：2011-2014年新松机器人自动化股份有限公司利润表303
图表：2011-2014年新松机器人自动化股份有限公司现金流量表304
图表：安徽埃夫特智能装备有限公司业务构架317
图表：蓝姆集团组织构架323
略…

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jixie/338477TRCJ.html>