

2018-2024年中国手抬机动 消防泵行业市场调研与未来发展策略咨询报告

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

《2018-2024年中国手抬机动消防泵行业市场调研与未来发展策略咨询报告》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/F29847PX1V.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

报告目录：

第一章 国内手抬机动消防泵行业品牌发展环境分析 18

第一节 产品/行业特征 18

一、产品/行业定义 18

二、产品/行业消费特征 18

第二节 经济环境特征 18

一、中国GDP分析 18

二、固定资产投资 19

三、恩格尔系数分析 21

第三节 政策环境特征 22

一、国家宏观调控政策分析 22

二、手抬机动消防泵行业相关政策分析 24

第四节 手抬机动消防泵行业竞争特征 32

一、国内外品牌竞争格局 32

二、行业进入壁垒分析 33

三、可替代品威胁分析 33

四、贴牌加工产品市场威胁分析 34

第五节 手抬机动消防泵行业技术环境特征 34

第二章 国内手抬机动消防泵行业品牌产品市场规模分析 36

第一节 2013-2016年手抬机动消防泵市场规模分析 36

第二节 2016年我国手抬机动消防泵区域结构分析 37

第三节 手抬机动消防泵区域市场规模分析 38

一、东北地区市场规模分析 38

二、华北地区市场规模分析 38

三、华东地区市场规模分析 39

四、华中地区市场规模分析 39

五、华南地区市场规模分析 39

六、西北地区市场规模分析 40

六、西南地区市场规模分析 40

第四节2018-2024年手抬机动消防泵市场规模预测 40

第三章 国内手抬机动消防泵行业品牌需求与消费者偏好调查 42

第一节2013-2016年手抬机动消防泵产量统计分析 42

第二节2013-2016年手抬机动消防泵历年消费量统计分析 44

第二节2013-2016年国内手抬机动消防泵行业品牌产品价格走势分析 45

第三节 手抬机动消防泵产品目标客户群体调查 46

一、不同收入水平消费者偏好调查 46

二、不同年龄的消费者偏好调查 46

三、不同地区的消费者偏好调查 47

第四节 手抬机动消防泵产品的品牌市场调查 47

一、消费者对手抬机动消防泵品牌认知度宏观调查 47

二、消费者对手抬机动消防泵产品的品牌偏好调查 47

三、消费者对手抬机动消防泵品牌的首要认知渠道 48

四、消费者经常购买的品牌调查 48

五、手抬机动消防泵品牌忠诚度调查 48

六、手抬机动消防泵品牌市场占有率调查 49

七、消费者的消费理念调研 49

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析 49

一、价格敏感程度 49

二、品牌的影响 51

三、购买方便的影响 51

四、广告的影响程度 52

五、包装的影响程度 53

第四章 国内手抬机动消防泵行业品牌产品市场供需渠道分析 55

第一节 销售渠道特征分析 55

一、供需渠道定义 55

二、供需渠道格局 55

三、供需渠道形式 56

四、供需渠道要素对比 57

第二节 销售渠道对手抬机动消防泵行业品牌发展的重要性 59

第三节 手抬机动消防泵行业销售渠道的重要环节分析 59

一、批发商 59

二、零售商（无店铺零售、店铺零售） 60

三、代理商 61

第四节 2013-2016年中国手抬机动消防泵行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析 61

一、华东 61

二、华南 62

三、华北 62

四、西北 62

五、西南 63

六、东北 63

七、华中 63

第五节 销售渠道发展趋势分析 64

一、渠道运作趋势发展 64

二、渠道支持趋势发展 64

三、渠道格局趋势发展 64

四、渠道结构扁平化趋势发展 65

第六节 销售渠道策略分析 65

一、直接渠道或间接渠道的营销策略 65

二、长渠道或短渠道的营销策略 66

三、宽渠道或窄渠道的营销策略 66

四、单一销售渠道和多销售渠道策略 68

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略 68

第七节 销售渠道决策的评估方法 69

一、销售渠道评估数学模型介绍 69

二、财务评估法介绍 71

三、交易成本评估法介绍 72

四、经验评估法介绍 72

第八节 2016年国内手抬机动消防泵行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析 73

一、国内生产企业投资运作模式 73

二、国内营销企业投资运作模式 75

三、外销与内销优势分析 76

第五章 国内手抬机动消防泵行业进出口市场情况分析 77

第一节 2013-2016年国内手抬机动消防泵行业进出口量分析 77

一、2013-2016年国内手抬机动消防泵行业进口分析 77

二、2013-2016年国内手抬机动消防泵行业出口分析 77

第二节 2018-2024年国内手抬机动消防泵行业进出口市场预测分析 78

一、2018-2024年国内手抬机动消防泵行业进口预测 78

二、2018-2024年国内手抬机动消防泵行业出口预测 78

第六章 国内手抬机动消防泵行业优势品牌企业分析 79

第一节 浙江华球机械制造有限公司 79

一、公司及产品概况 79

二、品牌发展历程 79

三、近三年企业财务数据分析 79

（一）企业偿债能力分析 79

（二）企业运营能力分析 81

四、近三年企业盈利能力分析 84

五、近三年公司产品变化 85

六、近三年品牌市场份额变化 85

七、公司品牌竞争策略 86

第二节 江苏泰州三江消防器材有限公司 87

一、公司及产品概况 87

二、品牌发展历程 87

三、近三年企业财务数据分析 87

（一）企业偿债能力分析 87

（二）企业运营能力分析 89

四、近三年企业盈利能力分析 92

五、近三年公司产品变化 93

六、近三年品牌市场份额变化 93

七、公司品牌竞争策略 94

第三节 宁波市科技园区巨涛工贸有限公司 94

一、公司及产品概况 94

二、品牌发展历程	95
三、近三年企业财务数据分析	95
(一) 企业偿债能力分析	95
(二) 企业运营能力分析	97
四、近三年企业盈利能力分析	100
五、近三年公司产品变化	101
六、近三年品牌市场份额变化	101
七、公司品牌竞争策略	102
第四节 仙居县艇舰消防装备设备有限公司	102
一、公司及产品概况	102
二、品牌发展历程	102
三、近三年企业财务数据分析	103
(一) 企业偿债能力分析	103
(二) 企业运营能力分析	105
四、近三年企业盈利能力分析	108
五、近三年公司产品变化	109
六、近三年品牌市场份额变化	109
七、公司品牌竞争策略	109
第五节 无锡博秀消防器材有限公司	109
一、公司及产品概况	109
二、品牌发展历程	110
三、近三年企业财务数据分析	110
(一) 企业偿债能力分析	110
(二) 企业运营能力分析	112
四、近三年企业盈利能力分析	115
五、近三年公司产品变化	116
六、近三年品牌市场份额变化	116
七、公司品牌竞争策略	117
第七章 国内手抬机动消防泵行业品牌竞争格局分析	118
第一节 手抬机动消防泵行业历史竞争格局概况	118
一、手抬机动消防泵行业集中度分析	118

二、手抬机动消防泵行业竞争程度分析	119
第二节 手抬机动消防泵行业企业竞争状况分析	120
一、领导企业的市场力量	120
二、其他企业的竞争力	121
第三节2018-2024年国内手抬机动消防泵行业品牌竞争格局展望	121
第八章 2018-2024年国内手抬机动消防泵行业品牌发展预测	123
第一节2018-2024年手抬机动消防泵行业品牌市场财务数据预测	123
一、2018-2024年手抬机动消防泵行业品牌市场规模预测	123
二、2018-2024年手抬机动消防泵行业总产值预测	124
三、2018-2024年手抬机动消防泵行业利润总额预测	126
四、2018-2024年手抬机动消防泵行业总资产预测	127
第二节2018-2024年手抬机动消防泵行业供需预测	128
一、2018-2024年手抬机动消防泵产量预测	128
二、2018-2024年手抬机动消防泵需求预测	128
三、2018-2024年手抬机动消防泵供需平衡预测	129
五、2018-2024年主要手抬机动消防泵产品进出口预测	130
第三节2018-2024年手抬机动消防泵行业投资机会	130
一、2018-2024年手抬机动消防泵行业主要领域投资机会	130
二、2018-2024年手抬机动消防泵行业出口市场投资机会	131
三、2018-2024年手抬机动消防泵行业企业的多元化投资机会	131
第四节影响手抬机动消防泵行业发展的主要因素	132
一、2018-2024年影响手抬机动消防泵行业运行的有利因素分析	132
二、2018-2024年影响手抬机动消防泵行业运行的稳定因素分析	132
三、2018-2024年影响手抬机动消防泵行业运行的不利因素分析	132
四、2018-2024年我国手抬机动消防泵行业发展面临的挑战分析	132
五、2018-2024年我国手抬机动消防泵行业发展面临的机遇分析	133
第五节 手抬机动消防泵行业投资风险及控制策略分析	134
一、2018-2024年手抬机动消防泵行业市场风险及控制策略	134
二、2018-2024年手抬机动消防泵行业政策风险及控制策略	134
三、2018-2024年手抬机动消防泵行业经营风险及控制策略	135
四、2018-2024年手抬机动消防泵行业技术风险及控制策略	135

五、2018-2024年手抬机动消防泵行业同业竞争风险及控制策略 136

六、2018-2024年手抬机动消防泵行业其他风险及控制策略 136

第九章 2018-2024年国内手抬机动消防泵行业品牌投资价值与投资策略分析 138

第一节 行业SWOT模型分析 138

一、优势分析 138

二、劣势分析 138

三、机会分析 139

四、风险分析 139

第二节 手抬机动消防泵行业发展的PEST分析 139

一、政治和法律环境分析 139

二、经济发展环境分析 141

三、社会、文化与自然环境分析 143

四、技术发展环境分析 145

第三节 手抬机动消防泵行业投资价值分析 149

一、2013-2016年手抬机动消防泵市场趋势总结 149

二、2018-2024年手抬机动消防泵发展趋势分析 149

三、2018-2024年手抬机动消防泵市场发展空间 149

四、2018-2024年手抬机动消防泵产业政策趋向 150

五、2018-2024年手抬机动消防泵技术革新趋势 150

六、2018-2024年手抬机动消防泵价格走势分析 151

第四节 手抬机动消防泵行业投资风险分析 151

一、宏观调控风险 151

二、行业竞争风险 155

三、供需波动风险 156

四、技术创新风险 156

五、经营管理风险 158

六、其他风险 159

第五节 手抬机动消防泵行业投资策略分析 161

一、重点投资品种分析 161

二、重点投资地区分析 162

三、项目投资建议 163

第十章 业内专家对国内手抬机动消防泵行业总结及企业经营战略建议 169(ZY WZY)

第一节 手抬机动消防泵行业问题总结 169

第二节 2018-2024年手抬机动消防泵行业企业的标杆管理 169

一、国内企业的经验借鉴 169

二、国外企业的经验借鉴 170

第三节 2018-2024年手抬机动消防泵行业企业的资本运作模式 171

一、手抬机动消防泵行业企业国内资本市场的运作建议 171

二、手抬机动消防泵行业企业海外资本市场的运作建议 172

第四节 2018-2024年手抬机动消防泵行业企业营销模式建议 174

一、手抬机动消防泵行业企业的国内营销模式建议 174

二、手抬机动消防泵行业企业海外营销模式建议 177

第五节 手抬机动消防泵市场的重点客户战略实施 178

一、实施重点客户战略的必要性 178

二、合理确立重点客户 179

三、对重点客户的营销策略 180

部分图表目录：

图表 1 2011年四季度—2016年三季度国内生产总值季度累计同比增长率（%） 18

图表 2 2011年1-12月—2016年1-12月固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%） 19

图表 3 2011年—2016年恩格尔系数 21

图表 4 标记示例 25

图表 5 水泵、引水器的性能应要求 28

图表 6 手抬泵的定型检验、定期检验和出厂检验项目及内容 30

图表 7 手抬机动消防泵行业环境“波特五力”分析模型 32

图表 8 2012-2016年我国手抬机动消防泵行业市场规模及增长情况 36

图表 9 2012-2016年我国手抬机动消防泵行业市场规模及增长对比 36

图表 10 2012-2016年我国手抬机动消防泵行业工业总产值及增长情况 42

图表 11 2012-2016年我国手抬机动消防泵行业工业总产值及增长对比 42

图表 12 2012-2016年我国手抬机动消防泵行业资产合计及增长情况 43

图表 13 2012-2016年我国手抬机动消防泵行业资产合计及增长对比 43

图表 14 2012-2016年我国手抬机动消防泵行业销售收入及增长情况 44

- 图表 15 2012-2016年我国手抬机动消防泵行业销售收入及增长对比 44
- 图表 16 2010—2016年1-12月国内手抬机动消防泵平均价格走势 45
- 图表 17 手抬机动消防泵生产企业定价目标选择 50
- 图表 18 手抬机动消防泵渠道策略示意图 58
- 图表 19 各种营销渠道成本分析 70
- 图表 20 各种营销渠道毛利的毛利分析 70
- 图表 21 2012-2016年我国手抬机动消防泵行业进口额 77
- 图表 22 2012-2016年我国手抬机动消防泵行业出口额 77
- 图表 23 近3年浙江华球机械制造有限公司资产负债率变化情况 80
- 图表 24 近3年浙江华球机械制造有限公司产权比率变化情况 81
- 图表 25 近3年浙江华球机械制造有限公司固定资产周转次数情况 82
- 图表 26 近3年浙江华球机械制造有限公司流动资产周转次数变化情况 83
- 图表 27 近3年浙江华球机械制造有限公司总资产周转次数变化情况 83
- 图表 28 近3年浙江华球机械制造有限公司销售毛利率变化情况 84
- 图表 29 近3年江苏泰州三江消防器材有限公司资产负债率变化情况 88
- 图表 30 近3年江苏泰州三江消防器材有限公司产权比率变化情况 89

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jixie/F29847PX1V.html>