

2016-2022年中国仪器仪表制造行业深度调研及市场前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国仪器仪表制造行业深度调研及市场前景预测报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201607/431923.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

仪器仪表（英文：instrumentation）仪器仪表是用以检出、测量、观察、计算各种物理量、物质成分、物性参数等的器具或设备。真空检漏仪、压力表、测长仪、显微镜、乘法器等均属于仪器仪表。广义来说，仪器仪表也可具有自动控制、报警、信号传递和数据处理等功能，例如用于工业生产过程自动控制中的气动调节仪表，和电动调节仪表，以及集散型仪表控制系统也皆属于仪器仪表。

仪器仪表能改善、扩展或补充人的官能。人们用感觉器官去视、听、尝、摸外部事物，而显微镜、望远镜、声级计、酸度计、高温计、真空离心浓缩仪等仪器仪表，可以改善和扩展人的这些官能；另外，有些仪器仪表如磁强计、射线计数计等可感受和测量到人的感觉器官所不能感受到的物理量，还有些仪器仪表可以超过人的能力去记录、计算和计数，如高速照相机、计算机等。

仪器是科学技术发展的重要“工具”。著名科学家王大珩先生指出，“机器是改造世界的工具，仪器是认识世界的工具”。仪器是工业生产的“倍增器”，是科学研究的“先行官”，是军事上的“战斗力”，是现代社会活动的“物化法官”。不言而喻，仪器在当今时代推动科学技术和国民经济的发展具有非常重要的地位。

随着新技术、新工艺和嵌入式系统技术的不断进步，智能仪器还在不断发展，不断推陈出新，不断提高智能水平。

我国已步入仪器仪表生产大国行业，通过多年发展已具备了相当的产业规模，面对错综复杂的国际贸易形势，我国仪器仪表行业应牢牢抓住发展的战略优势期，本着“创新优先、重点突破、技术融合、夯实基础、多元投入”的原则，布局符合战略性新兴产业的发展规划。

2015年12月中国仪器仪表制造业出口交货值121.6亿元，同比下降1.6%；2015年1-12月中国仪器仪表制造业出口交货值1301.2亿元，同比增长3.1%。

2015年1-12月中国仪器仪表制造业出口交货值统计表												月份																																																			
仪器仪表制造业出口交货值_当期值(亿元)				仪器仪表制造业出口交货值_累计值(亿元)				仪器仪表制造业出口交货值_同比增长(%)				仪器仪表制造业出口交货值_累计增长(%)																																																			
121.6	1301.2	-1.6	3.1	1-11月	110.5	1160.3	-1.2	3.8	1-10月	105.1	1047.2	-0.6	4.2	1-9月	115.3	941.2	0	4.6	1-8月	111.7	824.2	2	5.2	1-7月	109.6	719.5	0.8	5.8	1-6月	118.6	619.6	8.6	6.6	1-5月	103.9	501.8	2.7	7.4	1-4月	104.6	398	3.7	8.5	1-3月	110.4	293.5	9.5	10.5	1-2月	-	-	-	-	1-1月	183	-	-	-	1-12月	-	-	-	-

2005-2014年我国仪器仪表行业市场容量（单位：亿元）

中国智研咨询发布的《2016-2022年中国仪器仪表制造行业深度调研及市场前景预测报告》共九章。首先介绍了仪器仪表制造行业市场发展环境、仪器仪表制造整体运行态势等，接着分析了仪器仪表制造行业市场运行的现状，然后介绍了仪器仪表制造市场竞争格局。随后

，报告对仪器仪表制造做了重点企业经营状况分析，最后分析了仪器仪表制造行业发展趋势与投资预测。您若想对仪器仪表制造产业有个系统的了解或者想投资仪器仪表制造行业，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。

报告目录：

第一章 仪器仪表产品概述

第一节 产品定义

第二节 产品分类

第三节 仪器仪表市场特点分析

一、产品特征

二、价格特征

三、渠道特征

四、需求特征

第四节 行业发展周期特征分析

第二章 仪器仪表行业环境分析

第一节 中国经济发展环境分析

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 中国仪器仪表行业政策环境分析

一、产业政策分析

二、相关产业政策影响分析

第三节 中国仪器仪表行业技术环境分析

一、中国仪器仪表技术发展概况

二、中国仪器仪表行业关键技术分析

三、中国仪器仪表科技发展重点工程

第三章 中国仪器仪表市场供需分析

第一节 仪器仪表行业发展规模分析

一、企业数量增长分析

2010-2015年上半年我国仪器仪表制造规模以上企业数量分析

二、资产规模增长分析

2010-2015年上半年我国仪器仪表制造资产走势图

三、销售规模增长分析

2010-2015年上半年我国仪器仪表制造销售收入走势图

四、利润规模增长分析

2010-2015年上半年我国仪器仪表制造利润走势图

第二节 仪器仪表行业运营效益分析

一、偿债能力分析

二、盈利能力分析

三、运营能力分析

第三节 仪器仪表产品产量分析

一、工业自动调节仪表与控制系统产量分析

二、电工仪器仪表产量分析

三、分析仪器及装置产量分析

四、试验机产量分析

五、环境监测专用仪器仪表产量分析

六、汽车仪器仪表产量分析

七、光学仪器产量分析

第四节 仪器仪表细分市场规范分析

一、通用仪器仪表制造行业规模分析

二、专用仪器仪表制造行业规模分析

三、钟表与计时仪器制造行业规模分析

四、光学仪器及眼镜制造行业规模分析

五、其他仪器仪表制造业行业规模分析

第五节 仪器仪表进出口数据分析

一、中国仪器仪表产品进出口概述

二、中国仪器仪表产品出口情况分析

三、中国仪器仪表产品进口情况分析

第四章 中国仪器仪表细分行业分析

第一节 中国电工仪器仪表

一、电工仪器仪表行业发展概述

- 二、电工仪器仪表销售规模分析
- 三、国内电工仪器仪表市场需求分析
- 四、未来中国电工仪器仪表需求的特点

第二节 自动化仪表

- 一、工业自动控制系统装置制造业发展概述
- 二、工业自动控制系统装置制造业销售规模分析
- 三、中国自动化仪表行业发展的特点
- 四、中国自动化仪表产业与国外的差距

第三节 实验分析仪器

- 一、实验分析仪器行业发展概述
- 二、实验分析仪器销售规模分析
- 三、实验分析仪器利润规模分析
- 四、实验分析仪器盈利能力分析

第四节 光学仪器

- 一、光学仪器行业发展概述
- 二、光学仪器销售规模分析
- 三、光学仪器利润规模分析
- 四、光学仪器盈利能力分析

第五节 环境监测专用仪器

- 一、环境监测专用仪器行业发展概述
- 二、环境监测专用仪器仪表销售规模分析
- 三、环境监测专业仪器的生产及技术分析
- 四、中国环保仪器仪表行业的主要问题

第六节 汽车仪器仪表

- 一、中国汽车仪器仪表产量分析
- 二、浅析国内汽车仪表技术演绎三大趋势
- 三、汽车仪表业应灵活把握需求以技术取胜
- 四、中国汽车传感器市场需求分析
- 五、中国汽车仪表市场前景广阔

第五章 仪器仪表产业渠道分析

第一节 2015年国内仪器仪表产品的需求地域分布结构

第二节 2015年中国仪器仪表产品重点区域市场分析

- 一、华东
- 二、华北

三、华南

四、华中

五、西南

六、西北

七、东北

第三节 国内仪器仪表产品的经销模式

一、仪器仪表直效分销模式

二、仪器仪表代理经销模式

三、仪器仪表关联营销模式

四、仪器仪表混合营销模式

第四节 渠道格局

第五节 渠道形式

第六节 渠道特点

第七节 仪器仪表行业国际化营销模式分析

第八节 国内仪器仪表产品生产及销售投资运作模式分析

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

第六章 中国仪器仪表上市企业分析

第一节 宁夏银星能源股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第二节 航天科技控股集团股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第三节 成都天兴仪表股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

第四节 凤凰光学股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

第五节 江苏天瑞仪器股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

第六节 上海自动化仪表股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

第七节 宁波三星电气股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业经营情况分析

- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析
- 八、企业核心竞争力分析
- 九、企业未来发展战略

第八节 江苏林洋电子股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析
- 八、企业核心竞争力分析
- 九、企业未来发展战略

第九节 宁波理工监测科技股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析
- 八、企业未来发展战略

第十节 河北先河环保科技股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析
- 八、企业未来发展战略

第七章 仪器仪表行业相关产业分析

第一节 仪器仪表行业产业链概述

第二节 仪器仪表上游行业发展状况分析

一、上游原材料生产情况分析

（一）电子元件行业生产情况

（二）集成电路行业生产情况

二、上游原材料需求情况分析

（一）电子元件行业需求情况

（二）集成电路行业需求情况

第三节 仪器仪表下游行业发展情况分析

一、医药制造业发展分析

二、环保行业发展分析

三、通信行业发展分析

四、食品行业发展分析

第四节 未来几年内中国仪器仪表行业竞争格局发展趋势分析

第八章 2016-2022年仪器仪表行业前景展望与趋势预测

第一节 2016-2022年仪器仪表行业投资价值分析

一、关注产业转型升级带来的投资需求

二、把握战略性新兴产业发展带来的结构性投资机会

三、把握产业链延伸的发展趋势

第二节 2016-2022年国内仪器仪表行业投资机会分析

一、国内强劲的经济增长对仪器仪表行业的支撑因素分析

二、下游行业的需求对仪器仪表行业的推动因素分析

三、仪器仪表产品相关产业的发展对仪器仪表行业的带动因素分析

第三节 2016-2022年国内仪器仪表行业投资热点及投资方向分析

一、环保仪器仪表市场前景广阔

二、未来电子仪器行业的努力方向

三、大型科学仪器共享平台成新趋势

第四节 2016-2022年国内仪器仪表行业未来市场发展前景预测

一、市场规模预测分析

二、政策扶持下的仪器仪表业前景乐观

三、未来十几年仪器仪表业的发展方向

第九章 2016-2022年仪器仪表行业投资战略研究（ZY GXH）

第一节 2016-2022年中国仪器仪表行业发展的关键要素

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

第二节 2016-2022年中国仪器仪表投资机会分析

一、仪器仪表行业投资特点分析

二、仪器仪表行业投资方向分析

三、机械仪器仪表行业投资潜力

第三节 2016-2022年中国仪器仪表投资风险分析

一、宏观调控风险

二、市场竞争风险

三、融资风险分析

四、技术研发风险

五、原材料市场风险

第四节 对仪器仪表项目的投资建议

一、目标群体建议（应用领域）

二、产品分类与定位建议

三、技术应用建议

四、销售渠道建议

五、产品结构调整建议

六、企业经营管理建议

七、重点客户建设建议（ZY GXH）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201607/431923.html>