

# 2020-2026年中国科技活动行业发展战略规划及发展策略分析报告

报告大纲

智研咨询

[www.chyxx.com](http://www.chyxx.com)

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国科技活动行业发展战略规划及发展策略分析报告》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/202007/878833.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

科技活动指在所有科学技术领域内，即自然科学、农业科学、医药科学、工程与技术科学、人文与社会科学中，与科技知识的产生、发展、传播和应用密切相关的全部的、有组织的、系统的科技活动。所谓有组织的、系统的科技活动，指在一个机构的范围之内，并列入这一机构的工作计划，由这一机构的人员有计划地进行的科技活动。统计的科技活动，指调查范围内有组织有系统开展的科技活动。包括研究与发展活动；研究与发展成果应用活动及科技服务活动。

### 科技活动成果应用

研究与发展成果应用和研究与发展的划分界限：（1）新产品的研制 研制实质性的新产品，即完全新的产品，或对现有产品的性能进行重大改进的设计、制造和试验属于研究与发展活动。对引进（或购买）现成的技术成果（如专利、技术诀窍、图纸和样机等）进行复制或直接应用而形成新产品的过程属于研究与发展成果应用活动。（2）新工艺、新方法的研制 对新工艺、新方法的研制或对现有工艺、生产过程的技术上的实质性的改进，属于研究与发展活动。采用国内已有的生产工艺或生产过程，而在技术上没有实质性的改进，只是对采用的生产工艺或生产过程作适应性的试验，属于研究与发展成果应用活动。（3）中间试验 新产品、新工艺、新生产过程直接用于生产前，往往要进行中间试验，以解决一系列的技术问题，情况比较复杂，应视具体情况而定。如果进行中间试验的直接目的是为了从技术上进一步改进产品、工艺或生产过程或为此目的进行试验以获得经验和收集数据，则是研究与发展；如果是为了形成生产规模和生产顺利进行，获取生产所需的技术参数所进行的试验，则是研究与发展成果应用活动。（4）小批量试生产 小批量试生产的直接目的不是对产品或生产过程在技术方面作进一步的改进，而是为了使生产能顺利地进行，因而为小批量试生产所进行的各项技术准备活动属于研究与发展成果应用活动。（5）质量控制与检验检测原型 检验检测和非商业性的试验工厂（试车间）中的检验检测，属于研究与发展。 -

智研咨询发布的《2020-2026年中国科技活动行业发展战略规划及发展策略分析报告》共十四章。首先介绍了中国科技活动行业市场发展环境、科技活动整体运行态势等，接着分析了中国科技活动行业市场运行的现状，然后介绍了科技活动市场竞争格局。随后，报告对科技活动做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国科技活动行业发展趋势与投资预测。您若想对科技活动产业有个系统的了解或者想投资中国科技活动行业，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 科技活动行业发展综述

#### 1.1 科技活动行业定义及分类

##### 1.1.1 行业定义

##### 1.1.2 行业主要产品分类

##### 1.1.3 行业主要商业模式

#### 1.2 科技活动行业特征分析

##### 1.2.1 产业链分析

##### 1.2.2 科技活动行业在国民经济中的地位

##### 1.2.3 科技活动行业生命周期分析

###### (1) 行业生命周期理论基础

###### (2) 科技活动行业生命周期

#### 1.3 最近3-5年中国科技活动行业经济指标分析

##### 1.3.1 赢利性

##### 1.3.2 成长速度

##### 1.3.3 附加值的提升空间

##### 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

##### 1.3.5 风险性

##### 1.3.6 行业周期

##### 1.3.7 竞争激烈程度指标

##### 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

### 第二章 科技活动行业运行环境分析

#### 2.1 科技活动行业政治法律环境分析

##### 2.1.1 行业管理体制分析

##### 2.1.2 行业主要法律法规

##### 2.1.3 行业相关发展规划

#### 2.2 科技活动行业经济环境分析

##### 2.2.1 国际宏观经济形势分析

##### 2.2.2 国内宏观经济形势分析

##### 2.2.3 产业宏观经济环境分析

#### 2.3 科技活动行业社会环境分析

##### 2.3.1 科技活动产业社会环境

##### 2.3.2 社会环境对行业的影响

##### 2.3.3 科技活动产业发展对社会发展的影响

#### 2.4 科技活动行业技术环境分析

#### 2.4.1 科技活动技术分析

#### 2.4.2 科技活动技术发展水平

#### 2.4.3 行业主要技术发展趋势

### 第三章 我国科技活动行业运行分析

#### 3.1 我国科技活动行业发展状况分析

##### 3.1.1 我国科技活动行业发展阶段

##### 3.1.2 我国科技活动行业发展总体概况

2018年我国科技成果登记数65720项，2019年我国科技成果登记数66520项，比上年末增加800项，同比增1.22%。

##### 2015-2019年中国科技成果登记数情况

##### 3.1.3 我国科技活动行业发展特点分析

#### 3.2 2015-2019年科技活动行业发展现状

##### 3.2.1 2015-2019年我国科技活动行业市场规模

##### 3.2.2 2015-2019年我国科技活动行业发展分析

##### 3.2.3 2015-2019年中国科技活动企业发展分析

#### 3.3 区域市场分析

##### 3.3.1 区域市场分布总体情况

##### 3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析

#### 3.4 科技活动细分产品/服务市场分析

##### 3.4.1 细分产品/服务特色

##### 3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

##### 3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

#### 3.5 科技活动产品/服务价格分析

##### 3.5.1 2015-2019年科技活动价格走势

##### 3.5.2 影响科技活动价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

##### 3.5.3 2020-2026年科技活动产品/服务价格变化趋势

##### 3.5.4 主要科技活动企业价位及价格策略

### 第四章 我国科技活动所属行业整体运行指标分析

#### 4.1 2015-2019年中国科技活动所属行业总体规模分析

##### 4.1.1 企业数量结构分析

#### 4.1.2 人员规模状况分析

#### 4.1.3 行业资产规模分析

#### 4.1.4 行业市场规模分析

### 4.2 2015-2019年中国科技活动所属行业产销情况分析

#### 4.2.1 我国科技活动所属行业工业总产值

#### 4.2.2 我国科技活动所属行业工业销售产值

#### 4.2.3 我国科技活动所属行业产销率

### 4.3 2015-2019年中国科技活动所属行业财务指标总体分析

#### 4.3.1 行业盈利能力分析

#### 4.3.2 行业偿债能力分析

#### 4.3.3 行业营运能力分析

#### 4.3.4 行业发展能力分析

## 第五章 我国科技活动行业供需形势分析

### 5.1 科技活动行业供给分析

#### 5.1.1 2015-2019年科技活动行业供给分析

#### 5.1.2 2020-2026年科技活动行业供给变化趋势

#### 5.1.3 科技活动行业区域供给分析

### 5.2 2015-2019年我国科技活动行业需求情况

#### 5.2.1 科技活动行业需求市场

#### 5.2.2 科技活动行业客户结构

#### 5.2.3 科技活动行业需求的地区差异

### 5.3 科技活动市场应用及需求预测

#### 5.3.1 科技活动应用市场总体需求分析

##### (1) 科技活动应用市场需求特征

##### (2) 科技活动应用市场需求总规模

#### 5.3.2 2020-2026年科技活动行业领域需求量预测

##### (1) 2020-2026年科技活动行业领域需求产品/服务功能预测

##### (2) 2020-2026年科技活动行业领域需求产品/服务市场格局预测

#### 5.3.3 重点行业科技活动产品/服务需求分析预测

## 第六章 科技活动行业产业结构分析

### 6.1 科技活动产业结构分析

#### 6.1.1 市场细分充分程度分析

#### 6.1.2 各细分市场领先企业排名

#### 6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

#### 6.1.4 领先企业的结构分析(所有制结构)

## 6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

### 6.2.1 产业价值链的构成

### 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

## 6.3 产业结构发展预测

### 6.3.1 产业结构调整指导政策分析

### 6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

### 6.3.3 中国科技活动行业参与国际竞争的战略市场定位

### 6.3.4 产业结构调整方向分析

## 第七章 我国科技活动行业产业链分析

### 7.1 科技活动行业产业链分析

#### 7.1.1 产业链结构分析

#### 7.1.2 主要环节的增值空间

#### 7.1.3 与上下游行业之间的关联性

### 7.2 科技活动上游行业分析

#### 7.2.1 科技活动产品成本构成

#### 7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状

#### 7.2.3 2020-2026年上游行业发展趋势

#### 7.2.4 上游供给对科技活动行业的影响

### 7.3 科技活动下游行业分析

#### 7.3.1 科技活动下游行业分布

#### 7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状

#### 7.3.3 2020-2026年下游行业发展趋势

#### 7.3.4 下游需求对科技活动行业的影响

## 第八章 我国科技活动行业渠道分析及策略

### 8.1 科技活动行业渠道分析

#### 8.1.1 渠道形式及对比

#### 8.1.2 各类渠道对科技活动行业的影响

#### 8.1.3 主要科技活动企业渠道策略研究

#### 8.1.4 各区域主要代理商情况

### 8.2 科技活动行业用户分析

#### 8.2.1 用户认知程度分析

#### 8.2.2 用户需求特点分析

#### 8.2.3 用户购买途径分析

### 8.3 科技活动行业营销策略分析

#### 8.3.1 中国科技活动营销概况

### 8.3.2 科技活动营销策略探讨

### 8.3.3 科技活动营销发展趋势

## 第九章 我国科技活动行业竞争形势及策略

### 9.1 行业总体市场竞争状况分析

#### 9.1.1 科技活动行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

#### 9.1.2 科技活动行业企业间竞争格局分析

#### 9.1.3 科技活动行业集中度分析

#### 9.1.4 科技活动行业SWOT分析

### 9.2 中国科技活动行业竞争格局综述

#### 9.2.1 科技活动行业竞争概况

(1) 中国科技活动行业竞争格局

(2) 科技活动行业未来竞争格局和特点

(3) 科技活动市场进入及竞争对手分析

#### 9.2.2 中国科技活动行业竞争力分析

(1) 我国科技活动行业竞争力剖析

(2) 我国科技活动企业市场竞争的优势

(3) 国内科技活动企业竞争能力提升途径

#### 9.2.3 科技活动市场竞争策略分析

## 第十章 科技活动行业领先企业经营形势分析

### 10.1 A公司

#### 10.1.1 企业概况

#### 10.1.2 企业优势分析

#### 10.1.3 产品/服务特色

#### 10.1.4 公司经营状况

#### 10.1.5 公司发展规划

### 10.2 B公司

#### 10.2.1 企业概况

#### 10.2.2 企业优势分析

#### 10.2.3 产品/服务特色



10.2.4 公司经营状况

10.2.5 公司发展规划

10.3 C公司

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 产品/服务特色

10.3.4 公司经营状况

10.3.5 公司发展规划

10.4 D公司

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业优势分析

10.4.3 产品/服务特色

10.4.4 公司经营状况

10.4.5 公司发展规划

10.5 E公司

10.5.1 企业概况

10.5.2 企业优势分析

10.5.3 产品/服务特色

10.5.4 公司经营状况

10.5.5 公司发展规划

10.6 F公司

10.6.1 企业概况

10.6.2 企业优势分析

10.6.3 产品/服务特色

10.6.4 公司经营状况

10.6.5 公司发展规划

第十一章 2020-2026年科技活动行业投资前景

11.1 2020-2026年科技活动市场发展前景

11.1.1 2020-2026年科技活动市场发展潜力

11.1.2 2020-2026年科技活动市场发展前景展望

11.1.3 2020-2026年科技活动细分行业发展前景分析

11.2 2020-2026年科技活动市场发展趋势预测

11.2.1 2020-2026年科技活动行业发展趋势

11.2.2 2020-2026年科技活动市场规模预测

11.2.3 2020-2026年科技活动行业应用趋势预测

#### 11.2.4 2020-2026年细分市场发展趋势预测

### 11.3 2020-2026年中国科技活动行业供需预测

#### 11.3.1 2020-2026年中国科技活动行业供给预测

#### 11.3.2 2020-2026年中国科技活动行业需求预测

#### 11.3.3 2020-2026年中国科技活动供需平衡预测

### 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

#### 11.4.1 市场整合成长趋势

#### 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

#### 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

#### 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

#### 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

## 第十二章 2020-2026年科技活动行业投资机会与风险

### 12.1 科技活动行业投融资情况

#### 12.1.1 行业资金渠道分析

#### 12.1.2 固定资产投资分析

#### 12.1.3 兼并重组情况分析

### 12.2 2020-2026年科技活动行业投资机会

#### 12.2.1 产业链投资机会

#### 12.2.2 细分市场投资机会

#### 12.2.3 重点区域投资机会

### 12.3 2020-2026年科技活动行业投资风险及防范

#### 12.3.1 政策风险及防范

#### 12.3.2 技术风险及防范

#### 12.3.3 供求风险及防范

#### 12.3.4 宏观经济波动风险及防范

#### 12.3.5 关联产业风险及防范

#### 12.3.6 产品结构风险及防范

#### 12.3.7 其他风险及防范

## 第十三章 科技活动行业投资战略研究

### 13.1 科技活动行业发展战略研究

#### 13.1.1 战略综合规划

#### 13.1.2 技术开发战略

#### 13.1.3 业务组合战略

#### 13.1.4 区域战略规划

#### 13.1.5 产业战略规划

- 13.1.6 营销品牌战略
- 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国科技活动品牌的战略思考
  - 13.2.1 科技活动品牌的重要性
  - 13.2.2 科技活动实施品牌战略的意义
  - 13.2.3 科技活动企业品牌的现状分析
  - 13.2.4 我国科技活动企业的品牌战略
  - 13.2.5 科技活动品牌战略管理的策略
- 13.3 科技活动经营策略分析
  - 13.3.1 科技活动市场细分策略
  - 13.3.2 科技活动市场创新策略
  - 13.3.3 品牌定位与品类规划
  - 13.3.4 科技活动新产品差异化战略
- 13.4 科技活动行业投资战略研究
  - 13.4.1 2019年科技活动行业投资战略
  - 13.4.2 2020-2026年科技活动行业投资战略
  - 13.4.3 2020-2026年细分行业投资战略
- 第十四章 研究结论及投资建议(ZY GXH)
  - 14.1 科技活动行业研究结论
  - 14.2 科技活动行业投资价值评估
  - 14.3 科技活动行业投资建议
    - 14.3.1 行业发展策略建议
    - 14.3.2 行业投资方向建议
    - 14.3.3 行业投资方式建议(ZY GXH)

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202007/878833.html>