

2020-2026年中国金属注射成型行业市场竞争格局 及发展规划分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国金属注射成型行业市场竞争格局及发展规划分析报告》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/202007/879919.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

金属注射成型（metal Injection Molding，MIM）是一种新的零部件制备技术，它是将塑料注射成型技术引入到粉末冶金领域而形成的一种全新的零部件加工技术。塑料注射成型技术能生产出各种形状复杂且价格低廉的塑料制品，但塑料制品强度不高，为了改善其性能，在塑料中添加金属粉末以得到强度较高、耐磨性好的制品。现在这一想法已发展为最大限度地提高固体粒子含量，并在随后的脱脂烧结过程中完全去除粘结剂，从而使成型坯致密化。这种新的粉末冶金成型方法被称为金属注射成型。

金属粉末注射成型（简称MIM）技术是一门新型近终成型技术。是国家自然科学基金、国家“863”高技术研究计划和国家“973”研究计划的重点资助项目。它是集塑料注塑成型工艺学、高分子化学、粉末冶金工艺学和金属材料学等多学科相互渗透交叉的产物，利用模具可注射成型坯件并通过烧结快速制造高密度、高精度、高强度、三维复杂形状的结构零件，尤其是一些形状复杂利用机械加工等工艺方法无法加工或难以加工的小型零件，MIM技术可以自如完成，而且具有成本低、效率高、一致性好等优点，易形成批量生产，被誉为“当今最为热门的零部件成型技术”，因此深受业内人士的青睐。经过20多年的努力，目前MIM已成为国际粉末冶金领域发展迅速、最有前途的一种新型近终成型技术。据不完全统计，目前我国专业从事MIM技术研究与企业已达数十家之多，其产品已广泛应用于机械、电子、汽车、家电、工具制造、医疗器械和国防军工等各个领域。

智研咨询发布的《2020-2026年中国金属注射成型行业市场竞争格局及发展规划分析报告》共十章。首先介绍了金属注射成型行业市场发展环境、金属注射成型整体运行态势等，接着分析了金属注射成型行业市场运行的现状，然后介绍了金属注射成型市场竞争格局。随后，报告对金属注射成型做了重点企业经营状况分析，最后分析了金属注射成型行业发展趋势与投资预测。您若想对金属注射成型产业有个系统的了解或者想投资金属注射成型行业，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 中国金属注射成型行业发展概述

第一节 金属注射成型相关概述

一、金属注射成型定义

二、金属注射（喷射）成型与粉末冶金、粉末注射成型的关系

三、金属注射成型常用材料及性能

四、金属注射成型应用领域

第二节 金属注射成型行业发展历程

第三节 金属注射成型行业发展概况

第四节 金属注射成型行业发展周期

第五节 金属注射成型行业发展特点

第二章 金属注射成型行业发展环境分析

第一节 2019年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 中国金属注射成型行业政策环境分析

一、行业监管管理体制

二、行业主要标准分析

三、行业相关政策分析

四、上下游产业政策影响

第三节 中国粉末冶金行业发展概况

一、粉末冶金的行业发展概况

二、国内外粉末注射成型发展现状

三、中国粉末冶金行业发展情况

四、2015-2019年粉末冶金制品产量情况

五、粉末冶金行业人才需求情况综述

第三章 国际金属注射成型市场运行态势分析

第一节 国际金属注射成型发展历程分析

第二节 国际金属注射成型市场现状分析

第三节 国际金属注射成型主要国家及地区发展情况分析

一、美国

二、亚洲

三、欧洲

第四节 国际金属注射成型市场发展动态分析

第四章 金属注射成型生产工艺及技术趋势研究

第一节 国内主要生产方法

一、工艺流程

二、工艺对比

第二节 技术优势

第三节 金属注射成型工艺现状

第四节 金属注射成型相关技术专利

第五节 金属注射成型工艺存在的问题

第六节 国内外金属注射成型技术对比

第七节 金属注射成型技术趋势分析

第五章 中国金属注射成型行业市场现状分析

第一节 中国金属注射成型市场发展现状

第二节 大尺寸金属注射成型零件的研究与应用现状

第三节 金属注射成型产品产量分析及预测

一、2015-2019年中国金属注射成型产品产量分析

二、2020-2026年中国金属注射成型产品产量预测

第四节 金属注射成型市场需求分析及预测

一、2015-2019年中国金属注射成型市场规模分析

二、2020-2026年中国金属注射成型市场规模预测

第五节 金属注射成型制造产品需求特征

第六节 金属注射成型制造产品特性

第七节 金属注射成型成本分析

第八节 金属注射成型产品制造企业业务流程

第六章 中国金属注射成型行业产业链分析

第一节 金属注射成型行业产业链分析

第二节 金属注射成型行业原材料分析

一、粉末现状

二、粘结剂现状

第三节 金属注射成型行业生产设备分析

第四节 金属注射成型行业应用领域分析

一、汽车行业

二、医疗器械

三、电子产品

四、其他应用领域

第七章 中国金属注射成型市场竞争格局分析

第一节 金属注射成型行业竞争格局分析

一、国内金属注射成型行业竞争分析

二、国外金属注射成型竞争分析

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、生产集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 金属注射成型行业竞争策略分析

第八章 中国金属注射成型重点企业竞争力分析

第一节 深圳市注成科技股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

第二节 苏州陨铁金属科技有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

第三节 海美格磁石技术（深圳）有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

第四节 嘉兴市瑞德材料科技有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

第五节 青岛同翔特种粉末冶金有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业销售网络分析

四、企业竞争优势分析

第六节 山东金珠材料科技有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业销售网络分析

四、企业竞争优势分析

第七节 北京嘉润粉末注射技术有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业销售网络分析

四、企业竞争优势分析

第八节 宁波恒普真空技术有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

第九节 常州朗捷新材料科技有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业产品应用领域

四、企业竞争优势分析

第九章 2020-2026年中国金属注射成型行业发展趋势与前景分析

第一节 2020-2026年中国金属注射成型行业投资前景分析

一、金属注射成型技术发展的关键因素及其呈现出的新动向

二、金属注射成型行业发展前景

三、金属注射成型行业发展机遇

四、金属注射成型发展趋势分析

五、小型复杂金属零件的未来发展趋势

六、粉末冶金行业发展前景分析

七、金属注射成型市场前景分析

第二节 2020-2026年中国金属注射成型行业投资风险分析

一、宏观经济风险

二、原料市场风险

三、市场竞争风险

四、技术风险分析

五、人力资源风险

第三节 2020-2026年中国金属注射成型行业投资策略及建议

第十章 金属注射成型企业投资战略与客户策略分析 (ZY KT)

第一节 金属注射成型企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业强做大做的需要

三、企业可持续发展的需要

第二节 金属注射成型企业战略规划制定依据

- 一、国家产业政策
- 二、行业发展规律
- 三、企业资源与能力
- 四、可预期的战略定位

第三节 金属注射成型企业战略规划策略分析

- 一、战略总体规划
- 二、技术开发战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

第四节 金属注射成型企业重点客户战略实施

- 一、重点客户战略的必要性
- 二、重点客户的鉴别与确定
- 三、重点客户的开发与培育
- 四、重点客户市场营销策略（ZY KT）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202007/879919.html>