

2020-2026年中新冠肺炎疫情下金属增材（3D打印）行业影响分析及发展策略分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中新冠肺炎疫情下金属增材（3D打印）行业影响分析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/202003/840167.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

国内高校和企业通过科研开发和设备产业化改变了增材制造设备早期仰赖进口的局面。我国也逐渐建立起20多个增材制造设备服务中心，设备用户遍布医疗、航空航天、汽车、军工等行业。但是增材制造技术仍处于发展之中，其成熟度还远不如金属切削、铸、锻、焊、粉末冶金等制造技术。

增材制造技术是综合多学科的新技术，其在大型复杂构件和高价值材料产品等制造中具有成本、效率、质量诸多优势。缩短研发周期 制造速度快，成形后的近形件仅需少量后续机加工，可以显著缩短零部件的生产周期，满足快速响应要求。复杂结构得以实现 能轻松实现复杂结构件的制造，同时还能实现单一零件中材料成分的实时连续变化，使零部件的不同部位具有不同的成分和性能，是制造异质材料的最佳工艺，大幅提升了设计和创新能力。

满足轻量化需求，减少应力集中，增加使用寿命 优化复杂零部件的结构，在保证性能的前提下，将复杂结构经变换重新设计成简单结构，从而起到减轻重量的效果。而且通过优化零件结构，能使零件的应力呈现出最合理化的分布，减少疲劳裂纹产生的危险，从而增加使用寿命。提升零部件的强度和耐用性 金属增材制造技术能方便地加工高熔点、高硬度的高温合金、钛合金等难加工材料。金属零件直接成形时的快速凝固特征可提高零件的机械性能和耐腐蚀性能。具有较高的设计自由度 可以构建出其它制造工艺所不能实现的形状，可以从纯粹考虑功能性的方面来设计部件，且无需考虑与制造相关的限制。

小批量生产的经济性高 无需生产或装配硬模具，且装夹过程用时较短，因此不存在需要通过大批量生产才能抵消的典型的生产成本。提高材料利用率

是净成形水平最高的工艺，其后续机加工所必须切削掉的材料数量是很微量的。

能减少装配次数 通过增材制造所构建的复杂形状可以一体成形，能省去投入到装配工序的工作量、需涉及的紧固件、钎焊或焊接工序，还节省了为装配操作而添加的多余表面形状和材料，大大提升了生产效率。

智研咨询发布的《2020-2026年新冠肺炎疫情下中国金属增材（3D打印）行业影响分析及发展策略分析报告》共八章。首先介绍了新冠肺炎疫情下中国金属增材（3D打印）行业市场发展环境、新冠肺炎疫情下金属增材（3D打印）整体运行态势等，接着分析了新冠肺炎疫情下中国金属增材（3D打印）行业市场运行的现状，然后介绍了新冠肺炎疫情下金属增材（3D打印）市场竞争格局。随后，报告对新冠肺炎疫情下金属增材（3D打印）做了重点企业经营状况分析，最后分析了新冠肺炎疫情下中国金属增材（3D打印）行业发展趋势与投资预测。您若想对新冠肺炎疫情下金属增材（3D打印）产业有个系统的了解或者想投资新冠肺炎疫情下中国金属增材（3D打印）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 新型冠状病毒分析

第一节 新型冠状病毒的定义和危害

一、新型冠状病毒定义

材制造又称“3D 打印”，是以计算机三维设计模型为蓝本，通过软件分层离散和数控成型系统，利用激光束、热熔喷嘴等方式将金属粉末、陶瓷粉末、塑料、细胞组织等特殊材料进行逐层堆积黏结，最终叠加成型，制造出实体产品。与传统制造业通过模具、车铣等机械加工方式对原材料进行定型、切削以最终生产成品不同，3D 打印将三维实体变为若干个二维平面，通过对材料处理并逐层叠加进行生产，大大降低了制造的复杂度。这种数字化制造模式不需要复杂的工艺、不需要庞大的机床、不需要众多的人力，直接从计算机图形数据中便可生成任何形状的零件，使生产制造得以向更广的生产人群范围延伸。

增材制造主要应用领域	应用领域	典型应用	
机身结构件、发动机零件、燃油喷嘴等			航空发动机
钛合金进气边、高温合金机匣、大型结构件整体等			航空航天
汽车发动机、变速箱、泵、车身、底盘、压缩机等			汽车零件
齿科、骨科、医疗器械、医用教学、活体器官等			医疗
模具			模具
液压膨胀夹头、外圆铰刀、冷却麻花钻头、整体式液压膨胀夹头			

二、新型冠状病毒危害

第二节 新型冠状病毒发展情况及趋势

一、全国疫情爆发情况

二、未来疫情发展变化趋势

第三节 针对新型冠状病毒疫情采取的措施

一、政策

二、经济

三、交通

四、金融

第二章 新型冠状病毒对宏观经济影响

第一节 全球宏观经济运行概况

一、全球宏观经济

二、新型冠状病毒对全球宏观经济影响

第二节 中国宏观经济环境分析

一、中国宏观经济运行概况

二、新型冠状病毒对全球宏观经济影响

第三节 社会环境

一、社会环境现状

二、新型冠状病毒对社会环境影响

第三章 新型冠状病毒对各行业的影响

第一节 新型冠状病毒对消费市场的影响

一、消费市场现状

二、新型冠状病毒对消费市场的影响

第二节 新型冠状病毒对服务行业的影响

一、服务行业现状

二、新型冠状病毒对服务行业的影响

第三节 新型冠状病毒对制造行业的影响

一、制造行业现状

二、新型冠状病毒对制造行业的影响

第四节 新型冠状病毒对其他行业的影响

一、工业

二、地产

三、基建

四、采矿业和周期类制造业

五、医药

六、食品制造、酒饮料精制茶、烟草制品

七、汽车

八、家具和家电

九、高新科技行业

第四章 新型冠状病毒对金属增材（3D?打印）行业的影响

第一节 我国金属增材（3D?打印）行业发展状况分析

一、我国金属增材（3D?打印）行业发展阶段

二、我国金属增材（3D?打印）行业发展总体概况

三、我国金属增材（3D?打印）行业发展特点分析

第二节 2019年金属增材（3D?打印）市场情况分析

一、2019年中国金属增材（3D?打印）市场总体概况

二、2019年中国金属增材（3D?打印）产品市场发展分析

第三节 新型冠状病毒对金属增材（3D?打印）行业的影响

一、对企业经营的影响

二、对生产的影响

三、对销售的影响

第四节 新型冠状病毒行业对竞争格局的影响

一、行业竞争格局分析

二、新型冠状病毒改变行业竞争格局

三、疫情过后行业竞争格局展望

第五节 2020年中国金属增材（3D?打印）行业存在的问题与风险分析

一、金属增材（3D?打印）行业发展面临的困境

二、金属增材（3D?打印）行业发展面临的制约

三、金属增材（3D?打印）行业发展存在的问题

四、金属增材（3D?打印）行业发展存在的风险

第六节 新型冠状病毒对金属增材（3D?打印）的机遇和挑战

一、机遇

二、挑战

第五章 新型冠状病毒对金属增材（3D?打印）相关上下游行业的影响

第一节 行业上游运行分析

一、行业上游介绍

二、行业上游发展状况分析

三、新型冠状病毒对行业上游对影响分析

第二节 新型冠状病毒行业下游运行分析

一、行业下游介绍

二、行业下游发展状况分析

三、新型冠状病毒对行业下游影响分析

第六章 新型冠状病毒对金属增材（3D?打印）重点企业的影响

第一节 企业A

一、企业基本情况

二、企业发展现状

三、疫情对企业的影响分析

四、企业应对疫情采取的措施

第二节 企业A

一、企业基本情况

二、企业发展现状

三、疫情对企业的影响分析

四、企业应对疫情采取的措施

第三节 企业A

一、企业基本情况

二、企业发展现状

三、疫情对企业的影响分析

四、企业应对疫情采取的措施

第四节 企业A

- 一、企业基本情况
- 二、企业发展现状
- 三、疫情对企业的影响分析
- 四、企业应对疫情采取的措施

第五节 企业A

- 一、企业基本情况
- 二、企业发展现状
- 三、疫情对企业的影响分析
- 四、企业应对疫情采取的措施

第七章 2020年中国金属增材（3D?打印）行业应对疫情采取的策略建议（ZY GXH）

第一节 新型冠状病毒防护

- 一、新型冠状病毒传染途径
- 二、新型冠状病毒防护措施

第二节 应对疫情采取的策略建议

- 一、成立疫情危机处理项目团队
- 二、开源节流，现金流第一位
- 三、企业文化是基石
- 四、围绕客户需求积极开拓新业务
- 五、2020年销售考核指标与奖惩标准
- 六、积极寻求外部资源支持--利用好各类金融工具
- 七、积极寻求外部资源支持--设立专项小组跟踪政策进度
- 八、链转型升级，由做大做强品牌

第八章 应对新冠肺炎疫情采取的市场战略（ZY GXH）

第一节 把握疫情稳定后的增长，关键是上下游协同配合，未雨绸缪快速反应

第二节 终端渠道：灵活调整渠道重点，新兴渠道抢占先机，传统渠道保障基本盘不动摇

第三节 品牌营销：及时调整营销内容、投放平台，为抓住疫情后恢复趋势做好准备

第四节

供应链：高效产销协同，紧密跟踪需求端变化，全价值链摸底统筹，推动整体产能恢复

第五节 疫情加速了行业变革，生意模式的创新性布局势在必行

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202003/840167.html>