

2017-2022年中国电子称行业运营态势与投资前景 预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国电子称行业运营态势与投资前景预测报告》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/201611/466846.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

在过去的时候，电子吊秤的体积很大，而且他们的重量也很重，使用起来非常不方便，由于时代在不断发展，此时他们已经朝着小规模、便携式方向发展。这种小型的电子吊秤能够为我们节省空间，能够减轻其重量方面的问题。由于它们的规模也不大，因此我们可以很好的放置物品。而且它们的高度不高，能够避免人为受到伤害，减轻它们对别的物品的影响，确保安全。除此之外，它们的重量较轻，这样便于我们操控，方便搬运。总的来讲，这种微型电子吊秤的出现为我们工作的开展创造了很多的便利，此类设备在测试的时候有很明显的作用，它的支持点很大，重量不再变重，规模也得以缩小，而且还能够减少费用，提升可靠性。

通过调查发现，当前市场上非常青睐微机化的电子吊秤，微机化的电子吊秤器材只要是以智能化为依托，称重显示控制器与电子计算机组合，它的制造原理只要是利用微机的智能来增加控制器的功能，此时设备就具备了很多全新的功能，比如它能够自主的实现推理活动，能够自行诊断，而且它的自适应水平非常强大。上述就是此类设备和别的设备相比所独有的优势，微机化的电子吊秤对在测试中有着智能化的作用，其有利于和电子技术的结合，有利于和电子计算机的配套使用，能够进一步的加强电子吊秤的运行速度，提高数字化，高效率的理想功能模式，这些更有利于电子吊秤在计量中的效率方面起到了重要作用。

智研咨询发布的《2017-2022年中国电子称行业运营态势与投资前景预测报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一章国内电子称行业品牌发展环境分析1

第一节产品/行业特征1

一、产品/行业定义1

二、产品/行业消费特征1

第二节经济环境特征1

一、中国GDP分析1

二、固定资产投资2

三、恩格尔系数分析3

第三节政策环境特征4

一、国家宏观调控政策分析4

二、电子称行业相关政策分析6

第四节电子称行业竞争特征7

一、国内外品牌竞争格局7

二、行业进入壁垒分析7

三、可替代品威胁分析8

四、贴牌加工产品市场威胁分析8

第五节电子称行业技术环境特征8

第二章国内电子称行业品牌产品市场规模分析10

第一节2011-2015年电子称市场规模分析10

第二节2015年我国电子称区域结构分析10

第三节电子称区域市场规模分析11

一、东北地区市场规模分析11

二、华北地区市场规模分析12

三、华东地区市场规模分析13

四、华中地区市场规模分析13

五、华南地区市场规模分析14

六、西部地区市场规模分析15

第四节2017-2022年电子称市场规模预测15

第三章国内电子称行业品牌需求与消费者偏好调查16

第一节2011-2015年电子称产量统计分析16

第二节2011-2015年电子称历年消费量统计分析17

第三节2011-2015年国内电子称行业品牌产品平均价格走势分析17

第四节电子称产品目标客户群体调查18

一、不同收入水平消费者偏好调查18

二、不同年龄的消费者偏好调查19

三、不同地区的消费者偏好调查19

第五节电子称产品的品牌市场调查20

一、消费者对电子称品牌认知度宏观调查20

二、消费者对电子称产品的品牌偏好调查20

三、消费者对电子称品牌的首要认知渠道20

四、消费者经常购买的品牌调查21

五、电子称品牌忠诚度调查21

六、电子称品牌市场占有率调查22

七、消费者的消费理念调研22

第六节不同客户购买相关的态度及影响分析22

一、价格敏感程度22

二、品牌的影响22

三、购买方便的影响23

四、广告的影响程度23

五、包装的影响程度23

第四章国内电子称行业品牌产品市场供需渠道分析23

第一节销售渠道特征分析23

一、供需渠道定义23

二、供需渠道格局23

三、供需渠道形式23

四、供需渠道要素对比24

第二节销售渠道对电子称行业品牌发展的重要性24

第三节电子称行业销售渠道的重要环节分析24

一、批发商24

二、零售商（无店铺零售、店铺零售）25

三、代理商25

第四节中国电子称行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析25

一、华东25

二、中南25

三、华北25

四、西部26

第五节销售渠道发展趋势分析26

一、渠道运作趋势发展26

二、渠道支持趋势发展26

三、渠道格局趋势发展26

四、渠道结构扁平化趋势发展26

第六节销售渠道策略分析27

一、直接渠道或间接渠道的营销策略27

二、长渠道或短渠道的营销策略27

三、宽渠道或窄渠道的营销策略28

四、单一销售渠道和多销售渠道策略29

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略29

第七节销售渠道决策的评估方法29

一、销售渠道评估数学模型介绍29

二、财务评估法介绍31

三、交易成本评估法介绍31

四、经验评估法介绍32

第八节国内电子称行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析32

一、国内生产企业投资运作模式32

二、国内营销企业投资运作模式33

三、外销与内销优势分析33

第五章国内电子称行业进出口市场情况分析33

第一节2010-2015年国内电子称行业进出口量分析33

一、2010-2015年国内电子称行业进口分析33

二、2010-2015年国内电子称行业出口分析34

第二节2017-2022年国内电子称行业进出口市场预测分析35

一、2017-2022年国内电子称行业进口预测35

二、2017-2022年国内电子称行业出口预测35

第六章国内电子称行业优势品牌企业分析36

第一节浙江霸王衡器有限公司36

一、公司及产品概况36

二、公司经营情况分析36

三、公司经营优劣势分析36

第二节上海寺冈电子有限公司38

一、公司及产品概况38

二、公司经营情况分析38

三、公司经营优劣势分析39

第三节上海耀华称重系统有限公司40

一、公司及产品概况40

二、公司经营情况分析40

三、公司经营优劣势分析40

第四节济南金钟电子衡器股份有限公司42

一、公司及产品概况42

二、公司经营情况分析43

三、公司经营优劣势公司43

第五节山东济宁巨星电子衡器有限公司46

一、公司及产品概况46

二、公司经营情况分析46

三、公司经营优劣势分析46

第七章国内电子称行业品牌竞争格局分析48

第一节电子称行业历史竞争格局概况48

一、电子称行业集中度分析48

二、电子称行业竞争程度分析48

第二节电子称行业企业竞争状况分析49

一、领导企业的市场力量49

二、其他企业的竞争力50

第三节2017-2022年国内电子称行业品牌竞争格局展望50

第八章2017-2022年国内电子称行业品牌发展预测52

第一节2017-2022年电子称行业品牌市场财务数据预测52

一、2017-2022年电子称行业总产值预测52

二、2017-2022年电子称行业利润总额预测52

三、2017-2022年电子称行业总资产预测53

第二节2017-2022年电子称行业供需预测54

一、2017-2022年电子称产量预测54

二、2017-2022年电子称需求预测54

三、2017-2022年电子称供需平衡预测55

第三节2017-2022年电子称行业投资机会56

一、2017-2022年电子称行业主要领域投资机会56

二、2017-2022年电子称行业出口市场投资机会56

三、2017-2022年电子称行业企业的多元化投资机会56

第四节影响电子称行业发展的主要因素56

一、2017-2022年影响电子称行业运行的有利因素分析56

二、2017-2022年影响电子称行业运行的稳定因素分析57

三、2017-2022年影响电子称行业运行的不利因素分析57

四、2017-2022年我国电子称行业发展面临的挑战分析57

五、2017-2022年我国电子称行业发展面临的机遇分析57

第五节电子称行业投资风险及控制策略分析58

一、2017-2022年电子称行业市场风险及控制策略58

- 二、2017-2022年电子称行业政策风险及控制策略58
- 三、2017-2022年电子称行业经营风险及控制策略58
- 四、2017-2022年电子称行业技术风险及控制策略59
- 五、2017-2022年电子称行业同业竞争风险及控制策略59
- 六、2017-2022年电子称行业其他风险及控制策略59

第九章2017-2022年国内电子称行业品牌投资价值与投资策略分析60

第一节行业SWOT模型分析60

- 一、优势分析60
- 二、劣势分析60
- 三、机会分析61
- 四、风险分析62

第二节电子称行业发展的PEST分析62

- 一、政治和法律环境分析62
- 二、经济发展环境分析63
- 三、社会、文化与自然环境分析63
- 四、技术发展环境分析65

第三节电子称行业投资价值分析65

- 一、2017-2022年电子称市场趋势总结65
- 二、2017-2022年电子称发展趋势分析65
- 三、2017-2022年电子称市场发展空间66
- 四、2017-2022年电子称产业政策趋向67
- 五、2017-2022年电子称技术革新趋势67
- 六、2017-2022年电子称价格走势分析68

第四节电子称行业投资风险分析68

- 一、宏观调控风险68
- 二、行业竞争风险69
- 三、供需波动风险69
- 四、技术创新风险70
- 五、经营管理风险70
- 六、其他风险70

第五节电子称行业投资策略分析71

- 一、重点投资品种分析71
- 二、重点投资地区分析72
- 三、项目投资建议72

第十章 国内电子称行业总结及企业经营战略建议74

第一节 电子称行业问题总结74

第二节 2017-2022年电子称行业企业的标杆管理75

一、国内企业的经验借鉴75

二、国外企业的经验借鉴76

第三节 2017-2022年电子称行业企业的资本运作模式76

一、电子称行业企业国内资本市场的运作建议76

二、电子称行业企业海外资本市场的运作建议79

第四节 2017-2022年电子称行业企业营销模式建议80

一、电子称行业企业的国内营销模式建议80

二、电子称行业企业海外营销模式建议82

第五节 电子称市场的重点客户战略实施83

一、实施重点客户战略的必要性83

二、合理确立重点客户83

三、对重点客户的营销策略84

图表目录：

图表1：2010-2015年GDP及增长速度单位：亿元2

图表2：2010-2015年我国固定资产投资情况单位：亿元3

图表3：2010-2015年我国城乡家庭恩格尔系数变化3

图表4：2011-2015年我国电子称行业市场规模10

图表5：2015年我国电子称行业区域市场结构占比11

图表6：2011-2015年东北地区电子称市场规模变化12

图表7：2011-2015年华北地区电子称市场规模变化12

图表8：2011-2015年华东地区电子称市场规模变化13

图表9：2011-2015年华中地区电子称市场规模变化14

图表10：2011-2015年华南地区电子称市场规模变化14

图表11：2011-2015年西部地区电子称市场规模变化15

图表12：2017-2022年我国电子称行业市场规模预测16

图表13：2011-2015年我国电子称行业产量变化16

图表14：2011-2015年我国电子称行业消费量变化17

图表15：2011-2015年我国电子称行业平均价格变化18

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201611/466846.html>