

2015-2022年中国机械手市 场竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2022年中国机械手市场竞争力分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/lingbujian1509/057504NRRI.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-09-17

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国机械手市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十三章。报告介绍了机械手行业相关概述、中国机械手产业运行环境、分析了中国机械手行业的现状、中国机械手行业竞争格局、对中国机械手行业做了重点企业经营状况分析及中国机械手产业发展前景与投资预测。您若想对机械手产业有个系统的了解或者想投资机械手行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

作为机械的重要零件，弹簧在其中的地位不言而喻，在机械中是不可能少了这一零件的，特别是机械手能模仿人手和臂的某些动作功能，用以按固定程序抓取、搬运物件或操作工具的自动操作装置。它可代替人的繁重劳动以实现生产的机械化和自动化，能在有害环境下操作以保护人身安全，因而广泛应用于机械制造、冶金、电子、轻工和原子能等部门。机械手主要由手部和运动机构组成。手部是用来抓持工件（或工具）的部件，根据被抓持物件的形状、尺寸、重量、材料和作业要求而有多种结构形式，如夹持型、托持型和吸附型等。

随着网络技巧的发展，机械手的联网操作问题也是以后发展的方向。工业机器人是近几十年发展起来的一种高科技自动化生产设备。工业机械手的是工业机器人的一个重要分支。它的特点是可通过编程来完成各种预期的作业任务，在构造和性能上兼有人和机器各自的优点，尤其体现了人的智能和适应性。机械手作业的准确性和各种环境中完成作业的能力，在国民经济各领域有着广阔的发展前景。

机械手是在机械化，自动化生产过程中发展起来的一种新型装置。在现代生产过程中，机械手被广泛的运用于自动生产线中，机械手的研制和生产已成为高技术邻域内，迅速发展起来的一门新兴的技术，它更加促进了机械手的发展，使得机械手能更好地实现与机械化和自动化的有机结合。机械手虽然还不如人手那样灵活，但它具有能不断重复工作和劳动，不知疲劳，不怕危险，抓举重物的力量比人手力大的特点，因此，机械手已受到许多部门的重视，并越来越广泛地得到了应用。我国塑料机械已成为机械制造业发展最快的行业之一，年需求量在不断的加大。我国塑料机械产业的高速发展主要有以下两个大因素：一是对高技术含量装备的需求所带来的设备更新及陈旧设备的淘汰；二是海内塑料加工产业的高速发展，对塑料机械的需求旺盛。

报告目录

第一部分 机械手行业环境透视

第一章 机械手行业发展现状

第一节 行业介绍

- 一、我国机械手制造行业发展概况
- 二、2014年我国机械手制造企业经济运行情况
 - 1、机械手制造企业经济运行主要特点
 - 2、机械手制造企业主要措施和做法

第二节 机械手产品所处产业生命周期

- 一、机械手产品发展周期展示
- 二、机械手产品所处生命周期位置

第二章 国内机械手行业发展环境分析

第一节 经济环境

- 一、宏观经济运行现状
- 二、宏观经济相关性分析
- 三、在国民经济中的地位

第二节 政策环境

- 一、相关政策汇总分析
- 二、重点事件分析

第三节 技术环境

- 一、国内生产技术条件分析
- 二、国内需求技术水平分析
- 三、解决方案

第四节 社会环境

- 一、国内社会环境概况
- 二、社会环境相关性分析
 - 1、社会环境对行业的影响
 - 2、行业对社会环境的影响

第二部分 机械手行业深度分析

第三章 2012-2014年行业数据调查统计

第一节 2012-2014年中国机械手行业规模

一、2012-2014年中国机械手行业企业数量

二、2012-2014年中国机械手行业从业人数

三、2012-2014年中国机械手行业资产规模

四、2012-2014年中国机械手行业投资规模

第二节 2012-2014年中国机械手行业供给分析

一、产量

二、产值

三、生产能力分析

第三节 2012-2014年中国机械手行业需求分析

一、销量

二、销售额

三、价格变化分析

第四节 2012-2014年中国机械手行业监测数据分析

一、盈利能力

二、偿债能力

三、发展能力

四、运营能力

第四章 机械手重点企业与品牌分析

第一节 企业分析

一、ABB机器人有限公司

1、企业概况（成立时间、地点、资产规模）

2、组织架构及销售系统

3、产品线构成以及市场定位

4、公司主要财务指标分析

5、近期发展规划

二、日本发那科公司

1、企业概况（成立时间、地点、资产规模）

2、组织架构及销售系统

3、产品线构成以及市场定位

4、公司主要财务指标分析

5、近期发展规划

三、安川电机

1、企业概况（成立时间、地点、资产规模）

2、组织架构及销售系统

3、产品线构成以及市场定位

4、公司主要财务指标分析

5、近期发展规划

四、库卡机器人

1、企业概况（成立时间、地点、资产规模）

2、组织架构及销售系统

3、产品线构成以及市场定位

4、公司主要财务指标分析

5、近期发展规划

五、史陶比尔集团

1、企业概况（成立时间、地点、资产规模）

2、组织架构及销售系统

3、产品线构成以及市场定位

4、公司主要财务指标分析

5、近期发展规划

六、那智不二越

1、企业概况（成立时间、地点、资产规模）

2、组织架构及销售系统

3、产品线构成以及市场定位

4、公司主要财务指标分析

5、近期发展规划

七、日本爱普生

1、企业简介

2、产品介绍

3、经营情况

4、未来发展趋势

八、日本川崎

1、企业概况（成立时间、地点、资产规模）

- 2、产品介绍
- 3、经营情况
- 4、未来发展趋势

九、富士通

- 1、企业概况（成立时间、地点、资产规模）
- 2、产品介绍
- 3、经营情况
- 4、未来发展趋势

十、车乐美机械设备

- 1、企业概况（成立时间、地点、资产规模）
- 2、产品介绍
- 3、经营情况
- 4、未来发展趋势

第五章 中国机械手行业市场区域分布分析

第一节 东北地区

- 一、2012-2014年机械手销售量
- 二、市场需求来源
- 三、增长推动因素分析
- 四、市场构成及占有率

第二节 华北地区

- 一、2012-2014年机械手市场销售量
- 二、市场需求来源
- 三、增长推动因素分析
- 四、市场构成及占有率

第三节 华南地区

- 一、2012-2014年机械手市场销售量
- 二、市场需求来源
- 三、增长推动因素分析
- 四、市场构成及占有率

第四节 华东地区

一、2012-2014年机械手市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第五节 华中地区

一、2012-2014年机械手市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第六节 西北地区

一、2012-2014年机械手市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第七节 西南地区

一、2012-2014年机械手市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第三部分 机械手行业竞争格局

第六章 机械手竞争调查分析

第一节 竞争结构

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者

三、替代品

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度

一、市场集中度

二、企业集中度

三、区域集中度

第三节 机械手行业主要企业竞争

- 一、重点企业资产总计对比分析
- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析
- 四、重点企业出口交货值对比分析
- 五、重点企业利润总额对比分析
- 六、重点企业综合竞争力对比分析

第七章 企业发展环境分析

第一节 2012-2014年国内机械手行业产量统计

- 一、产品结构分析
- 二、产量统计数据

第二节 产品生产成本

- 一、原材料
- 二、生产成本
- 三、管理费用

第三节 机械手产品发展动态与机会

- 一、新兴产品动态及其市场定位
- 二、产品新技术及技术发展动向
- 三、企业投资的方向和空间

第八章 机械手产品消费调查分析

第一节 产品消费量调查

第二节 产品价格调查

- 一、不同层次产品价格区间
- 二、不同区域市场价格区间（提供不超过三个区域的分析）

第三节 消费群体调查

- 一、消费群体构成
- 二、不同消费群体偏好以及对产品的关注要素
- 三、下游消费市场需求规模调查

第四节 品牌满意度调查

第九章 机械手销售渠道分析

第一节 行业产品销售的主要渠道

一、直销渠道分析

二、分销渠道分析

第二节 不同企业群体的渠道方式分析

一、国有企业群体渠道分析

二、私有企业群体渠道分析

第三节 渠道新策略

一、新的销售渠道

二、渠道整合

第十章 2012-2014年机械手进出口市场分析

第一节 机械手进口市场分析

一、进口产品结构

二、进口量与金额统计

第二节 机械手出口市场分析

一、出口产品结构

二、出口量与金额统计

第三节 进出口政策

一、贸易政策

二、倾销

三、反倾销

四、区域或本土保护政策

五、贸易壁垒

第四部分 机械手行业前景分析

第十一章 机械手行业上下游市场调研

第一节 2015-2022年机械手原材料市场分析

- 一、机械手上游原材料构成
- 二、机械手上游原材料最新市场动态
- 三、国内产销量
- 四、原材料价格走势
- 五、主要供应企业供应量
- 六、产业政策

第二节 消费市场

- 一、机械手产品消费市场构成势
- 二、机械手产品消费市场结构变化趋势
- 三、机械手产品下游市场相关政策
- 四、主要消费群体（企业）消费量

第三节 潜在市场

- 一、机械手产品的现有潜在用户分析
- 二、机械手产品的潜在用户挖掘

第四节 产业链运行分析

- 一、机械手产品产业环境分析
- 二、上下游关联度分析

第五节 机械手产品产业发展前景预测

- 一、技术
- 二、消费者对于产品特性要求新变化或趋势
- 三、整体市场前景预测

第十二章 机械手细分市场分析

第一节 液压式

- 一、应用分析
- 二、2012-2014年销量
- 三、市场容量
- 四、需求来源
- 五、推动因素
- 六、客户构成
- 七、客户特点

第二节 气动式

一、应用分析

二、2012-2014年销量

三、市场容量

四、需求来源

五、推动因素

六、客户构成

第三节 电动式

一、应用分析

二、2012-2014年销量

三、市场容量

四、需求来源

五、推动因素

六、客户构成

七、客户特点

第四节 机械式

一、应用分析

二、2012-2014年销量

三、市场容量

四、需求来源

五、推动因素

六、客户构成

七、客户特点

第五节 其他

一、应用分析

二、2012-2014年销量

三、市场容量

四、需求来源

五、推动因素

六、客户构成

七、客户特点

第五部分 建议

第十三章 博思数据结论及建议

第一节 主要结论及观点

第二节 策略建议

一、产品策略

二、渠道策略

三、价格策略

四、开发潜在市场的建议

五、市场竞争策略建议

图表目录：

图表：各国机械手生产的特点

图表：国内外机械手市场需求情况

图表：当前国内机械手市场主要产品结构

图表：国内外机械手主要品牌厂商

图表：国内外机械手成长性品牌厂商

图表：区域机械手分布结构市场份额

图表：中国机械手行业的总产量、产值、销售收入、出口总额的增长趋势图

图表：相关产品占市场的总体份额

图表：十大机械手企业市场份额图

图表：区域机械手市场占有率趋势图

图表：机械手企业采取各竞争策略所占比例

图表：2015-2022年中国机械手产量和销售额发展趋势图

图表：2012-2014年中国机械手行业市场规模及增速

图表：2015-2022年中国机械手行业市场规模及增速预测

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/lingbujian1509/057504NRRI.html>