

2015-2020年中国开关电源 市场调研及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2015-2020年中国开关电源市场调研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.cction.com/report/201502/120335.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

开关电源是电子电源的主要大类产品，由于其小型化、重量轻、功率密度/转换效率高、输入电压范围广、热消耗较少等众多优点，并得益于电子产品轻薄短小的需求趋势，其发展迅速，迅速取代线性电源普及于各种电子产品领域。目前我国开关电源相关生产企业有上千家之多，有一定规模的企业有600多家。2013年我国开关电源行业产量约15.78亿台/件，近几年我国开关电源行业产量情况如下图所示：2009-2013年我国开关电源行业市场供给资料来源：国家统计局 中企顾问网发布的《2015-2020年中国开关电源市场调研及投资前景研究报告》。内容严谨、数据翔实，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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

中企顾问网（www.cction.com）是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。报告目录：

第一章 2014年世界开关电源市场运行形势分析 1

第一节 2014全球开关电源行业发展概况 1

第二节 世界开关电源行业发展走势 4

一、全球开关电源行业市场分布情况 4

二、全球开关电源行业发展趋势分析 5

第三节 全球开关电源行业重点国家和地区分析 6

一、北美 6

二、亚洲 6

三、欧盟 9

第二章 2014年中国开关电源产业发展环境分析 10

第一节 2014年中国宏观经济环境分析 10

一、GDP历史变动轨迹分析 10

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 13

三、中国宏观经济发展预测分析 20

第二节 开关电源行业主管部门、行业监管体	21
第三节 中国开关电源行业主要法律法规及政策	21
第四节 2014年中国开关电源产业社会环境发展分析	23
一、人口环境分析	23
二、教育环境分析	24
三、文化环境分析	26
四、生态环境分析	28
五、中国城镇化率	29
六、居民的各种消费观念和习惯	30
第三章 2014年中国开关电源产业发展现状	36
第一节 开关电源行业的有关概况	36
一、开关电源概述定义	36
二、开关电源的分类	37
第二节 开关电源产业链分析	37
一、产业链模型介绍	37
二、开关电源行业产业链分析	39
第三节 上下游行业对开关电源行业的影响分析	43
第四节 开关电源行业生命周期分析	43
一、行业生命周期概述	43
二、开关电源行业所属的生命周期	45
第五节 中国开关电源行业技术发展分析	47
一、中国开关电源行业技术发展现状	47
二、开关电源行业未来发展趋势预测	50
第四章 2012-2014年中国开关电源产业运行情况	52
第一节 中国开关电源行业发展状况	52
一、2010-2014年开关电源行业市场供给分析	52
二、2010-2014年开关电源行业市场需求分析	52
三、2010-2014年开关电源行业市场规模分析	53
第二节 中国开关电源行业价格走势回顾	54
第三节 中国开关电源行业价格影响因素分析	54
第四节 中国开关电源市场区域分布情况	55
第五节 中国开关电源行业存在的问题与不足	55
第六节 推动中国开关电源行业发展策略与建议	56
第五章 2014年中国开关电源市场运行情况	58
第一节 开关电源行业最新动态分析	58

一、开关电源行业相关动态概述	58
二、开关电源行业发展热点聚焦	59
第二节 开关电源行业品牌现状分析	61
一、国外品牌介绍	61
二、国内品牌分析	61
第三节 开关电源行业品牌竞争策略分析	63
第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁	64
第六章 2014年中国开关电源行业市场竞争格局透析	65
第一节 中国开关电源行业竞争现状	65
一、同行企业间竞争分析	65
二、开关电源产品竞争分析	66
第二节 中国开关电源行业集中度分析	67
一、市场集中度分析	67
二、生产企业的集中分布	68
第三节 中国开关电源行业经营模式	69
第四节 中国开关电源行业营销方法分析	69
第五节 提高开关电源企业核心竞争力的策略	70
第七章 2014年中国开关电源行业竞争情况	72
第一节 行业经济指标分析	72
一、赢利性	72
二、附加值的提升空间	72
三、进入壁垒 退出机制	73
四、行业周期	74
第二节 行业竞争结构分析	75
一、现有企业间竞争	75
二、潜在进入者分析	75
三、替代品威胁分析	75
四、供应商议价能力	76
五、客户议价能力	76
第三节 开关电源行业SWOT分析	76
一、优势	76
二、劣势	77
三、机会	77

四、威胁 77

第八章 开关电源行业重点生产企业分析 78

第一节 深圳市福瑞祥电子有限公司 78

一、企业概况 78

二、企业主要经济指标分析 81

三、企业盈利能力分析 82

四、企业偿债能力分析 82

五、企业运营能力分析 82

六、企业成长能力分析 83

第二节 深圳市众汉科技有限公司福永厂 83

一、企业概况 83

二、企业主要经济指标分析 84

三、企业盈利能力分析 84

四、企业偿债能力分析 85

五、企业运营能力分析 85

六、企业成长能力分析 85

第三节 崧顺电子（深圳）有限公司 86

一、企业概况 86

二、企业主要经济指标分析 90

三、企业盈利能力分析 90

四、企业偿债能力分析 91

五、企业运营能力分析 91

六、企业成长能力分析 91

第四节 东莞毓华电子科技有限公司 92

一、企业概况 92

二、企业主要经济指标分析 92

三、企业盈利能力分析 93

四、企业偿债能力分析 93

五、企业运营能力分析 93

六、企业成长能力分析 93

第五节 常州市创联电源有限公司 94

一、企业概况 94

二、企业主要经济指标分析	96
三、企业盈利能力分析	96
四、企业偿债能力分析	97
五、企业运营能力分析	97
六、企业成长能力分析	97
第九章 2015-2020年开关电源行业发展预测	98
第一节 2015-2020年中国开关电源行业市场未来发展预测	98
一、2015-2020年中国开关电源市场投资机会分析	98
二、2015-2020年中国开关电源行业市场发展规模	98
根据相关数据统计显示，2014年国内开关电源行业市场规模达到1133亿元，未来几年，随着生产技术创新力度的加强，下游市场需求的拉动，我们预计到2020年开关电源行业市场发展规模将达到2606亿元。2014-2020年我国开关电源市场发展规模预测分析资料来源：中企顾问网整理	
三、2015-2020年中国开关电源行业市场发展趋势	99
第二节 2015-2020年中国开关电源行业市场供需预测	100
一、2015-2020年中国开关电源行业市场供给预测分析	100
二、2015-2020年中国开关电源行业市场需求预测分析	101
第三节 2015-2020年中国开关电源市场价格走势分析	102
第四节 2015-2020年中国开关电源行业盈利走势预测	102
第十章 2015-2020年中国开关电源市场投资风险预警	104
第一节 2015-2020年开关电源市场发展前景分析	104
第二节 2015-2020年开关电源市场投资热点预测	104
第三节 2015-2020年开关电源市场投资规模预测	105
第四节 2015-2020年中国开关电源市场投资环境分析	106
第五节 中国开关电源市场投资风险预警	108
一、政策和体制风险	108
二、技术发展风险	108
三、市场竞争风险	109
四、其他风险分析	109
第十一章 2015-2020年中国开关电源行业发展策略及投资建议（ZYYL）	111
第一节 开关电源行业发展策略分析	111
一、坚持产品创新的领先战略	111
二、坚持品牌建设的引导战略	111
三、坚持工艺技术创新的支持战略	111

四、坚持市场营销创新的决胜战略 112

五、坚持企业管理创新的保证战略 112

第二节 开关电源行业市场的关键客户战略实施 112

一、实施关键客户战略的必要性 112

二、合理确立关键客户 113

三、对关键客户的营销策略 114

四、强化关键客户的管理 114

五、实施关键客户战略要重点解决的问题 115

第三节 投资建议 117

一、重点投资区域建议 117

二、重点投资产品建议 117

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201502/120335.html>