

# 2016-2022年中国气动钉枪 行业分析及投资方向研究报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国气动钉枪行业分析及投资方向研究报告》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.chinairr.org/report/R05/R0502/201511/02-191128.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

第一章气动钉枪行业相关概述8

第一节气动钉枪行业相关概述8

一、产品概述8

二、产品组成8

三、产品应用9

第二节气动钉枪行业经营模式分析9

一、生产模式9

二、采购模式10

三、销售模式10

第二章2015年气动钉枪行业发展环境分析12

第一节2015年中国经济发展环境分析12

一、中国GDP增长情况分析12

二、工业经济发展形势分析13

三、社会固定资产投资分析15

四、全社会消费品零售总额16

五、城乡居民收入增长分析17

六、居民消费价格变化分析18

七、对外贸易发展形势分析19

第二节中国气动钉枪行业政策环境分析20

一、行业相关政策分析20

二、行业技术标准分析20

第三节中国气动钉枪行业技术环境分析21

一、行业技术发展现状21

二、行业产品设计特点22

第三章2012-2015年中国气动钉枪市场供需分析24

第一节2009-2015年中国风动和电动工具制造业运行状况24

- 一、行业经济运行状况24
- 二、企业数量增长情况25
- 三、资产规模增长情况25
- 四、利润规模增长情况26
- 第二节中国气动钉枪市场供给状况27
  - 一、2008-2015年中国气动钉枪产量分析27
  - 二、2016-2022年中国气动钉枪产量预测28
- 第三节中国气动钉枪市场需求状况29
  - 一、2008-2015年中国气动钉枪需求分析29
  - 二、2016-2022年中国气动钉枪需求预测30
- 第四节2015年中国气动钉枪市场价格分析30

#### 第四章中国气动钉枪行业产业链分析32

- 第一节气动钉枪行业产业链概述32
- 第二节气动钉枪上游产业发展状况分析32
  - 一、上游原料生产情况32
  - 二、上游原料价格情况33
- 第三节气动钉枪下游应用需求市场分析34
  - 一、家具行业发展情况分析34
  - 二、托盘行业发展情况分析34
  - 三、装饰行业发展情况分析35

#### 第五章2009-2015年气动钉枪及其它手提式风动工具进出口市场分析38

- 第一节2009-2015年气动钉枪及其它手提式风动工具进口分析38
  - 一、气动钉枪及其它手提式风动工具进口数量情况38
  - 二、气动钉枪及其它手提式风动工具进口金额分析38
  - 三、气动钉枪及其它手提式风动工具进口来源分析39
  - 四、气动钉枪及其它手提式风动工具进口价格分析40
- 第二节2009-2015年中国气动钉枪及其它手提式风动工具出口分析40
  - 一、气动钉枪及其它手提式风动工具出口数量情况40
  - 二、气动钉枪及其它手提式风动工具出口金额分析41
  - 三、气动钉枪及其它手提式风动工具出口流向分析41

#### 四、气动钉枪及其它手提式风动工具出口价格分析42

### 第六章气动钉枪行业市场竞争策略分析44

#### 第一节中国气动钉枪企业竞争策略分析44

一、坚守核心主业44

二、构建优质管道44

三、整合优质资源45

四、提升经营能力45

五、树立品牌形象46

六、调整市场策略48

#### 第二节领先者市场竞争策略49

一、维护高质量形象49

二、扩大市场需求总量49

三、保护市场份额50

四、扩大市场份额50

#### 第三节挑战者市场竞争策略51

一、正面进攻51

二、侧翼攻击51

三、包围进攻51

四、迂回攻击51

五、游击战52

#### 第四节追随者的市场竞争策略52

一、紧密追随策略52

二、距离追随策略52

三、选择追随策略52

#### 第五节补缺者的市场竞争策略53

一、市场补缺者的特征53

二、市场补缺者的策略53

### 第七章气动钉枪行业市场营销战略分析54

#### 第一节气动钉枪市场分析54

一、气动钉枪市场的品牌格局54

二、气动钉枪市场对制造企业的要求	54
三、气动钉枪市场销售管道的改善	56
第二节气动钉枪行业营销管道模式分析	57
一、厂家直销模式	57
二、网络销售模式	58
三、批发市场模式	58
四、平台销售模式	59
第三节气动钉枪行业市场营销策略分析	59
一、产品开发与定位策略	59
二、定价目标与价格策略	64
三、管道建设与管理策略	70
四、企业品牌策略及运作	71
五、公共关系与推广策略	77
六、企业营销服务策略分析	79
第四节气动钉枪企业重点客户战略实施	82
一、实施重点客户战略的必要性	82
二、企业重点客户的鉴别与确定	84
三、企业重点客户的开发与培育	86
四、实施重点客户战略要需解决的问题	90
五、企业重点客户的市场营销策略分析	95
第五节气动钉枪企业营销战略转型分析	97
一、从营销产品转型到营销服务	97
二、从商品营销转型到文化营销	98
三、从竞争营销转型到共享营销	98
四、从价格营销转型到价值营销	98
五、从利益营销转型社会责任营销	99
第八章气动钉枪行业主要生产厂商调研分析	100
第一节重庆弘愿工具(集团)有限公司	100
一、企业发展基本情况	100
二、企业主要产品分析	100
三、企业主要经济指标	101

四、企业经营效益分析	101
第二节广东美特机械有限公司	102
一、企业发展基本情况	102
二、企业主要产品分析	103
三、企业主要经济指标	103
四、企业经营效益分析	104
第三节浙江荣鹏气动工具有限公司	104
一、企业发展基本情况	104
二、企业主要产品分析	105
三、企业主要经济指标	105
四、企业经营效益分析	105
第四节方大控股有限公司	106
一、企业发展基本情况	106
二、企业主要产品分析	106
三、企业主要经济指标	107
四、企业经营效益分析	107
第五节浙江东亚工具有限公司	108
一、企业发展基本情况	108
二、企业主要产品分析	108
三、企业主要经济指标	109
四、企业经营效益分析	109
五、企业销售网络分析	110
第六节百事高五金机械制造（浙江）有限公司	110
一、企业发展基本情况	110
二、企业主要产品展示	111
三、企业主要经济指标	111
四、企业经营效益分析	112
第九章2016-2022年中国气动钉枪行业发展趋势与前景	113
第一节2016-2022年中国气动钉枪行业投资前景分析	113
一、气动钉枪发展趋势分析	113
（一）气动工具的发展趋势	113

- (二) 气动钉枪的发展趋势116
- 二、气动钉枪市场前景分析117
- 第二节2016-2022年中国气动钉枪行业投资风险分析118
  - 一、宏观经济风险118
  - 二、技术风险分析118
  - 三、市场竞争风险118
  - 四、下游行业依赖风险119
- 第三节2016-2022年气动钉枪行业投资建议119

## 第十章气动钉枪企业投融资战略分析121

### 第一节气动钉枪企业发展战略规划背景意义121

- 一、企业转型升级的需要121
- 二、企业强做大做的需要121
- 三、企业可持续发展需要121

### 第二节气动钉枪企业战略规划制定依据121

- 一、国家产业政策122
- 二、行业发展规律122
- 三、企业资源与能力122
- 四、可预期的战略定位122

### 第三节气动钉枪企业战略规划策略分析122

- 一、战略综合规划122
- 二、技术开发战略123
- 三、区域战略规划123
- 四、产业战略规划124
- 五、营销品牌战略124
- 六、竞争战略规划125

## 图表目录:

图表1气动钉枪产品结构情况8

图表2气动钉枪行业生产模式示意图10

图表32009-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图13

图表42013-2015年国内生产总值构成及增长速度统计13



图表52015年中国规模以上工业增加值及增长速度趋势图14

图表62015年中国规模以上工业增加值及增长速度趋势图15

图表72009-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图16

图表82009-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图17

图表92009-2015年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图18

图表102015年中国居民消费价格月度变化趋势图19

图表112009-2015年中国进出口总额增长趋势图20

图表12中国气动钉枪行业技术标准21

图表132013-2015年中国风动和电动工具制造业经济指针统计24

图表142010-2015年中国风动和电动工具制造企业数量变化趋势图25

图表152010-2015年中国风动和电动工具制造行业资产总额统计26

图表162010-2015年中国风动和电动工具制造行业资产变化趋势图26

图表172010-2015年中国风动和电动工具制造行业利润总额统计27

图表182010-2015年中国风动和电动工具制造行业利润变化趋势图27

图表192009-2015年中国气动钉枪产量情况统计28

图表202015年中国部分气动钉枪企业产量情况统计28

图表212014-2021年中国气动钉枪产量预测趋势图29

图表222009-2015年中国气动钉枪销量情况统计29

图表232015年中国部分气动钉枪企业销量情况统计30

图表242014-2021年中国气动钉枪销量预测趋势图30

图表252015年中国部分气动钉枪企业产品价格情况统计31

图表26气动钉枪产业链示意图32

图表272009-2015年中国空气压缩机产量情况统计33

图表282009-2015年中国气动组件产量情况统计33

图表292015年中国气动工具空气压缩机价格情况统计34

图表302009-2015年中国木质家具产量情况统计34

图表31各类托盘生产企业占比情况35

图表322009-2015年中国建筑装饰业市场规模36

图表332009-2015年中国公共建筑装饰行业市场规模36

图表342009-2015年中国住宅建筑装饰行业市场规模37

图表352009-2015年气动钉枪及其它手提式风动工具进口数量统计38

图表362009-2015年气动钉枪及其它手提式风动工具进口金额统计39

图表372015年中国气动钉枪及其它手提式风动工具进口情况39

图表382015年中国气动钉枪及其它手提式风动工具进口流向结构40

图表392009-2015年中国气动钉枪及其它手提式风动工具进口均价40

图表402009-2015年气动钉枪及其它手提式风动工具出口数量统计41

图表412009-2015年气动钉枪及其它手提式风动工具出口金额统计41

图表422015年中国气动钉枪及其它手提式风动工具出口情况42

图表432015年中国气动钉枪及其它手提式风动工具出口流向结构42

图表442009-2015年中国气动钉枪及其它手提式风动工具出口均价43

图表45厂家直销模式优劣势情况58

图表46网络销售模式优劣势情况58

图表47批发市场模式优劣势情况59

图表48平台式销售模式优劣势情况59

图表49产品的五个层次60

图表50气动钉枪行业价格策略65

图表51气动钉枪行业的定价目标65

图表52品牌的内涵71

图表53企业品牌化过程72

图表54重点客户管理与企业战略规划82

图表55重庆弘愿工具(集团)有限公司基本情况100

图表56重庆弘愿工具(集团)有限公司气动钉枪产品101

图表572012-2015年重庆弘愿工具(集团)有限公司收入及利润情况101

图表582012-2015年重庆弘愿工具(集团)有限公司盈利能力指标102

图表59广东美特机械有限公司基本情况102

图表60广东美特机械有限公司钉枪产品103

图表612012-2015年广东美特机械有限公司收入及利润情况104

图表622012-2015年广东美特机械有限公司盈利能力指标104

图表63浙江荣鹏气动工具有限公司基本情况104

图表64浙江荣鹏气动工具有限公司气动钉枪产品表105

图表652012-2015年浙江荣鹏气动工具有限公司收入及利润情况105

图表662012-2015年浙江荣鹏气动工具有限公司盈利能力指标106

图表67方大控股有限公司基本情况106

图表68方大控股有限公司气动钉枪产品表107

图表692012-2015年方大控股有限公司收入及利润情况107  
图表702012-2015年方大控股有限公司盈利能力指标107  
图表71浙江东亚工具有限公司基本情况108  
图表72浙江东亚工具有限公司气动钉枪产品109  
图表732012-2015年浙江东亚工具有限公司收入及利润情况109  
图表742012-2015年浙江东亚工具有限公司盈利能力指标110  
图表75浙江东亚工具有限公司销售网络分布图110  
图表76百事高五金机械制造（浙江）有限公司基本情况111  
图表77百事高五金机械制造（浙江）有限公司气动钉枪展示图111  
图表782012-2015年百事高五金机械制造（浙江）有限公司收入及利润情况111  
图表792012-2015年百事高五金机械制造（浙江）有限公司盈利能力指标112

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0502/201511/02-191128.html>