

2018年中国军事贸易行业分析报告- 市场深度分析与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国军事贸易行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/340266340266.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

一、全球军事贸易持续快速增长，我国目前军贸占比较低，未来空间大

进入新世纪以来，全球军事贸易市场总额呈现缓慢增长态势，从 2014 年以后全球军贸总额同比增长率由负转正，且近期保持持续快速增长，2016 年同比增长超 9%。自 2001 年以来我国军贸出口逐步增长，2016 年我国军贸出口额达 21 亿美元，同比增长 6.83%，占全球军贸总额的 6.83%，美国占全球军贸总额的 31.84%。通过与 2007-2016 年十年间各国平均占比可发现，美国仍然是全球第一军贸大国，但是我国的军贸出口也由 5.05% 上升到 6.83%，占比有明显增长，且未来仍然有较大的上升空间。

图表：2001-2016 年全球军贸总额及增长

图表来源：公开资料整理

图表：2001-2016 年中国军贸出口情况

图表来源：公开资料整理

图表：2016 年各国军贸出口占比

图表来源：公开资料整理

图表：2007-2016 各国十年平均军贸出口占比

图表来源：公开资料整理

二、我国军事装备性价比高，未来发展潜力大

根据 SIPRI 统计数据，我国军贸主要出口国仍然集中在亚非拉等国家，2000 年以来，我国与巴基斯坦军贸总额累计达 67.28 亿美元，2016 年达 6.4 亿美元，排名远超过其他国家，位列第一，孟加拉国、缅甸紧跟其后。同时，近些年我国新拓展了包括土库曼斯坦、阿尔及利亚、泰国等国，成为我国军贸出口的新增长点。

从 2000 年到 2016 年，我国军贸出口武器涵盖海陆空等不同门类产品，飞机、船舶、装甲车辆占据前三，分别为 53.92、34.98、34.79 亿美元。同时导弹、防空系统、传感器及火炮等武器系统也占据了一定份额。其中，典型产品包括“枭龙”战机、MBT-3000 主战坦克（VT-4）和 F22 导弹护卫舰等，与其竞争对手相比，凭借我国产品的超高性价比优势，越来越受到相关国家的青睐。

图表：我国 2000-2016 年军贸出口前 20 国家（百万美元）

图表来源：公开资料整理

图表：我出军贸出口的典型武器装备

图表来源：公开资料整理

图表：我出军贸出口的典型武器装备

图表来源：公开资料整理

三、国产武器装备将逐步替代进口军品

根据 SIPRI 统计数据，2000 年以后，我国引进武器装备进口总额整体呈下降趋势，从

2012 年的 17.03 亿美元连续下降至 2016 年的 9.93 亿美元，这与我国不断交付的新型武器装备有很大关系，包括歼-20、运-20、055D 型驱逐舰等各种新研制装备。

2016 年飞机引进额占进口总额第一，航空发动机、传感器占比分列二、三位。未来随着更多国产发动机、国产新机型及新型零部件等新装备的研制成功，将逐步实现对现有进口武器装备的替代，按照 2016 年进口额估计，预计替代空间每年在 10 亿美元左右。

图表：2000-2016 年中国武器进口额

图表来源：公开资料整理

图表：2000-2016 年中国武器装备进口分类占比

图表来源：公开资料整理

观研天下发布的《2018年中国军事贸易行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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、市场前景、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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国军事贸易行业发展概述

第一节 军事贸易行业发展情况概述

- 一、军事贸易行业相关定义
- 二、军事贸易行业基本情况介绍
- 三、军事贸易行业发展特点分析

第二节 中国军事贸易行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、军事贸易行业产业链条分析

三、中国军事贸易行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国军事贸易行业生命周期分析

一、军事贸易行业生命周期理论概述

二、军事贸易行业所属的生命周期分析

第四节 军事贸易行业经济指标分析

一、军事贸易行业的赢利性分析

二、军事贸易行业的经济周期分析

三、军事贸易行业附加值的提升空间分析

第五节 国中军事贸易行业进入壁垒分析

一、军事贸易行业资金壁垒分析

二、军事贸易行业技术壁垒分析

三、军事贸易行业人才壁垒分析

四、军事贸易行业品牌壁垒分析

五、军事贸易行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球军事贸易行业市场发展现状分析

第一节 全球军事贸易行业发展历程回顾

第二节 全球军事贸易行业市场区域分布情况

第三节 亚洲军事贸易行业地区市场分析

一、亚洲军事贸易行业市场现状分析

二、亚洲军事贸易行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲军事贸易行业市场前景分析

第四节 北美军事贸易行业地区市场分析

一、北美军事贸易行业市场现状分析

二、北美军事贸易行业市场规模与市场需求分析

三、北美军事贸易行业市场前景分析

第五节 欧盟军事贸易行业地区市场分析

一、欧盟军事贸易行业市场现状分析

二、欧盟军事贸易行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟军事贸易行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界军事贸易行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球军事贸易行业市场规模预测

第三章 中国军事贸易产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品军事贸易总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国军事贸易行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国军事贸易产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国军事贸易行业运行情况

第一节 中国军事贸易行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国军事贸易行业市场规模分析

第三节 中国军事贸易行业供应情况分析

第四节 中国军事贸易行业需求情况分析

第五节 中国军事贸易行业供需平衡分析

第六节 中国军事贸易行业发展趋势分析

第五章 中国军事贸易所属行业运行数据监测

第一节 中国军事贸易所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国军事贸易所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国军事贸易所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国军事贸易市场格局分析

第一节 中国军事贸易行业竞争现状分析

一、中国军事贸易行业竞争情况分析

二、中国军事贸易行业主要品牌分析

第二节 中国军事贸易行业集中度分析

一、中国军事贸易行业市场集中度分析

二、中国军事贸易行业企业集中度分析

第三节 中国军事贸易行业存在的问题

第四节 中国军事贸易行业解决问题的策略分析

第五节 中国军事贸易行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国军事贸易行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国军事贸易行业消费特点

第二节 中国军事贸易行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 军事贸易行业成本分析

第四节 军事贸易行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国军事贸易行业价格现状分析

第六节 中国军事贸易行业平均价格走势预测

- 一、中国军事贸易行业价格影响因素
- 二、中国军事贸易行业平均价格走势预测
- 三、中国军事贸易行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国军事贸易行业区域市场现状分析

第一节 中国军事贸易行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地军事贸易市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区军事贸易市场规模分析
- 四、华东地区军事贸易市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区军事贸易市场规模分析
- 四、华中地区军事贸易市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区军事贸易市场规模分析

第九章 2016-2018年中国军事贸易行业竞争情况

第一节 中国军事贸易行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国军事贸易行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国军事贸易行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 军事贸易行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国军事贸易行业发展前景分析与预测

第一节 中国军事贸易行业未来发展前景分析

一、军事贸易行业国内投资环境分析

二、中国军事贸易行业市场机会分析

三、中国军事贸易行业投资增速预测

第二节 中国军事贸易行业未来发展趋势预测

第三节 中国军事贸易行业市场发展预测

一、中国军事贸易行业市场规模预测

二、中国军事贸易行业市场规模增速预测

三、中国军事贸易行业产值规模预测

四、中国军事贸易行业产值增速预测

五、中国军事贸易行业供需情况预测

第四节 中国军事贸易行业盈利走势预测

一、中国军事贸易行业毛利润同比增速预测

二、中国军事贸易行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国军事贸易行业投资风险与营销分析

第一节 军事贸易行业投资风险分析

一、军事贸易行业政策风险分析

二、军事贸易行业技术风险分析

三、军事贸易行业竞争风险分析

四、军事贸易行业其他风险分析

第二节 军事贸易行业企业经营发展分析及建议

一、军事贸易行业经营模式

二、军事贸易行业销售模式

三、军事贸易行业创新方向

第三节 军事贸易行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国军事贸易行业发展策略及投资建议

第一节 中国军事贸易行业品牌战略分析

一、军事贸易企业品牌的重要性

二、军事贸易企业实施品牌战略的意义

三、军事贸易企业品牌的现状分析

四、军事贸易企业的品牌战略

五、军事贸易品牌战略管理的策略

第二节 中国军事贸易行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国军事贸易行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国军事贸易行业发展策略及投资建议

第一节中国军事贸易行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国军事贸易行业定价策略分析

第三节中国军事贸易行业营销渠道策略

一、军事贸易行业渠道选择策略

二、军事贸易行业营销策略

第四节中国军事贸易行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国军事贸易行业重点投资区域分析

二、中国军事贸易行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/340266340266.html>