

2019年中国仪器仪表行业分析报告- 市场深度分析与未来动向研究

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《2019年中国仪器仪表行业分析报告-市场深度分析与未来动向研究》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/shipin/440662440662.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

仪器仪表行业是我国高端装备制造行业中的重要子行业，主要应用于环境监测、交通管理、气象观测等领域。经过多年的发展，目前我国仪器仪表行业市场化程度较高。数据显示，2017年我国仪器仪表制造业销售收入达到9,558亿元。

2013-2017年我国仪器仪表制造业销售收入（单位：亿元）数据来源：国家统计局

1、环境监测领域

环境监测市场可以分为环境质量监测市场和污染源监测市场。其中环境质量监测的监测对象包括空气质量监测、水质监测（地表水、地下水）、土壤质量监测和噪声监测等；污染源监测的监测对象包括废污水监测、废气监测等。

环境监测市场的分类资料来源：公开资料整理

随着“大气十条”、“水十条”等环保政策的出台与落实，我国环境监测仪器行业呈现快速发展的态势。根据数据显示，2017年，我国共计销售各类环境监测产品56,575台（套），同比增长38.5%。其中，烟尘烟气类监测设备共销售18,486台（套），同比增长22.7%；环境空气类监测设备共销售7,162台（套），同比增长55.3%；水质监测设备共销售19,345台（套），同比增长86.3%；数据采集设备共销售9,511台（套），同比增长53.6%。

2015-2017年我国环境监测产品销量数据来源：中国环境保护产业协会

环境监测行业收入增长主要来源于大气、水质、工业污染源监测的高速增长。如果按照16%的增速测算，2019年市场规模将超过400亿元。

环境监测行业营收及增速情况数据来源：中国电子信息统计年鉴

支出方面，十九大以来，中央提出要加快生态文明建设，建设美丽中国，并组建了生态环境部统一负责生态环境监测和执法工作，环境保护已经上升到了国家战略，环境保护支出不断增长。数据显示，2017年，我国环境保护支出达到了2,891.75亿元；其中中央本级环境保护支出33.98亿元，地方环境保护支出2857.77亿元。

2010年-2017年中央年环境保护财政支出情况数据来源：2010-2017年全国财政决算

2010年-2017年地方环境保护财政支出情况数据来源：2010-2017年全国财政决算

2、交通管理领域

我国正处在高速城市化进程之中，随着智慧交通、智慧城市、“雪亮工程”建设等政策规划的实施，交通管理行业正向物联网、高清图像、人工智能等方向发展，行业规模持续扩大。根据数据显示，2017年我国智能交通行业市场规模为1,167.10亿元。

2011-2017年中国细分智能交通行业规模情况（单位：亿元）数据来源：交通局

近年来，在社会经济发展以及国家政策的推动下，我国城市化进程发展迅速。数据显示，截至2017年底，全国城镇常住人口81,347万人，城镇人口占总人口比重为58.52%。伴随城市化率的快速增长，带来城市交通的巨大需求。我国既是当今世界道路等交通基础设施建设速度最快的国家之一，同时又是交通需求增长最快的国家之一，高速公路仍是政府投

资基础设施建设的主要方向。

根据数据显示，2017 年我国完成公路建设投资 21,253.33 亿元，比上年增长 18.2%。其中，高速公路建设完成投资 9,257.86 亿元，增长 12.4%；普通国省道建设完成投资 7,264.14 亿元，增长 19.5%；农村公路建设完成投资 4,731.33 亿元，增长 29.3%，新改建农村公路 28.97 万公里。

2013-2017 年公路建设投资额及增长速度数据来源：2017 年交通运输行业发展统计公报

汽车的保有量方面，随着人们生活水平的上升，以及城市化进程的加快，我国汽车保有量急速增加。截至 2017 年底，全国汽车保有量达 2.17 亿辆，仅次于美国。汽车保有量的增加，使得城市拥堵等交通问题越来越突出，城市交通管理部门亟需有效的方案和管理工具来改善现状，智能交通产品及设备将更为广泛地应用于诸如城市拥堵治理、智能化停车等领域。数据显示，2017 年我国智能交通行业市场规模约 1,167.1 亿元。

2011-2017 年中国智能交通行业市场规模情况（单位：亿元）数据来源：交通局

经过多年的发展，我国智能交通产业已经形成“长三角圈”、“珠三角圈”、“京津圈”三大商圈，并形成广东军团、北京军团、浙江军团、江苏军团、安徽军团、上海军团“六大军团”和城市智能交通阵营、高速公路信息化阵营、车联网与卫星导航阵营、电子警察与道路监控阵营、智能停车阵营“五大阵营”。目前国内从事智能交通行业的企业有 2,000 余家，主要集中在道路监控、高速公路收费、3S（GPS、GIS、RS）和系统集成环节。

智能交通“三大商圈”市场规模对比数据来源：广东省智能交通协会

智能交通“六大军团”

分类

市场占

有率

亿元级企

业数量

代表性企业

广东军团

16.8%

29 家

以华为技术、金溢科技、路畅科技、英飞拓、高新兴、锐明技术、中海达、赛为智能、捷顺科技、元征科技、健桥通讯、安居宝等为代表

北京军团

15%

16 家

以易华录、千方科技、中国智能交通、亿阳信通、四维图新、超图软件、万集科技、北斗星通等为代表

浙江军团

13.6%

7 家

海康威视、银江股份、大华股份、宇视科技、中威电子、浙江中控、均胜电子

江苏军团

12.4%

12 家

以苏州科达、多伦科技、莱斯信息、天泽信息、大为科技、金螳螂等为代表

安徽军团

6.5%

5 家

蓝盾光电、四创电子、皖通科技、科力信息、三联交通

上海军团

6.2%

6 家

电科智能、博康智能、中海网络、宝信软件、宝康电子、上海华虹

合计

70.5%

75 家

数据来源：广东省智能交通协会

智能交通“五大阵营”市场份额占比数据来源：广东省智能交通协会

3、气象观测领域

气象事业是经济建设、国防建设、社会发展和人民生活的基础性公益事业，气象现代化是我国社会主义现代化的重要组成部分。国内的气象探测市场按照客户群可以分为中国气象局市场、航空气象市场、军队气象市场、交通气象市场、农业气象市场、海洋气象市场和环境气象市场七大类。气象观测装备包括地基观测仪器、空基观测仪器、天基观测仪器和其他观测仪器等。

气象观测装备分类

大类分类

中类分类

小类分类

地基观测仪器

地面观测仪器

自动气象站

便携式自动气象站
自动土壤水分观测仪器
能见度观测仪器
自动雨量站
雪观测仪器
天气现象观测仪器
风向风速观测仪器
云观测仪器
辐射观测仪器
其它

地基遥感探测仪器
雷电观测仪器
多普勒天气雷达
天气雷达
风廓线雷达
全球导航卫星系统遥感水汽探测仪
器
其它

大气成分观测仪器
大气成分观测仪器
其它
地面卫星接收仪器
/

海洋观测仪器
船载风廓线雷达
其它
其它
/

空基观测仪器

气球探空

自动探空系统

探空雷达

GNSS 探空系统

其它

系留气球（艇）

/

气象飞机

/

机载观测仪器

/

其它

/

天基观测仪器

气象卫星

/

星载观测仪器

/

地面卫星接收系统

静止卫星接收处理系统

极轨卫星接收处理系统

其它资料来源：公开资料整理

目前我国气象领域以国家投入为主，更多体现公益性。“十二五”期间我国气象财政投入机制逐渐完善，中央财政对气象部门的累计投入较“十一五”时期增长81%，地方财政投入增长110%，主要是提高气象卫星的监测能力、雷达的监测能力和地面气象观测网的观测能力的建设方面投入。根据数据显示，2017年我国导航、气象及海洋专用仪器制造行业销售收入总额为148.44亿元。

2012-2017年导航、气象及海洋专用仪器制造行业销售收入及利润总额（单位：亿元）

数据来源：中国环境保护产业协会

“十三五”期间，我国将重点实施六大气象工程，确保到2020年如期实现气象现代化目标。六大气象工程分别是：气象预报预警工程、国家气象科技创新工程、气象信息化系统工程、海洋气象能力建设工程、卫星雷达等气象探测基础工程、人工影响天气能力建设工程。预计随着“十三五”气象现代化目标的确立，国家将持续加大对气象现代化工作的投入，气象观测市场将持续快速增长。

综上所述，环境监测系统、交通管理系统、气象观测产品受国家产业政策影响较大，都是国家重点投入和发展的方向，因此对仪器仪表的需求有很大促进作用。（ww）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国仪器仪表行业分析报告-市场深度分析与未来动向研究》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。

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家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 2016-2019年中国仪器仪表行业发展概述

第一节 仪器仪表行业发展情况概述

- 一、仪器仪表行业相关定义
- 二、仪器仪表行业基本情况介绍
- 三、仪器仪表行业发展特点分析

第二节 中国仪器仪表行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、仪器仪表行业产业链条分析
- 三、中国仪器仪表行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国仪器仪表行业生命周期分析

- 一、仪器仪表行业生命周期理论概述
- 二、仪器仪表行业所属的生命周期分析

第四节 仪器仪表行业经济指标分析

- 一、仪器仪表行业的赢利性分析
- 二、仪器仪表行业的经济周期分析
- 三、仪器仪表行业附加值的提升空间分析

第五节 中国仪器仪表行业进入壁垒分析

- 一、仪器仪表行业资金壁垒分析
- 二、仪器仪表行业技术壁垒分析
- 三、仪器仪表行业人才壁垒分析
- 四、仪器仪表行业品牌壁垒分析
- 五、仪器仪表行业其他壁垒分析

第二章 2016-2019年全球仪器仪表行业市场发展现状分析

第一节 全球仪器仪表行业发展历程回顾

第二节 全球仪器仪表行业市场区域分布情况

第三节 亚洲仪器仪表行业地区市场分析

- 一、亚洲仪器仪表行业市场现状分析
- 二、亚洲仪器仪表行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲仪器仪表行业市场前景分析

第四节 北美仪器仪表行业地区市场分析

- 一、北美仪器仪表行业市场现状分析
- 二、北美仪器仪表行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美仪器仪表行业市场前景分析

第五节 欧盟仪器仪表行业地区市场分析

- 一、欧盟仪器仪表行业市场现状分析
- 二、欧盟仪器仪表行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟仪器仪表行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界仪器仪表行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球仪器仪表行业市场规模预测

第三章 中国仪器仪表产业发展环境分析

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、全社会消费品仪器仪表总额
- 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 中国仪器仪表行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国仪器仪表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 中国仪器仪表行业运行情况

第一节 中国仪器仪表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 中国仪器仪表行业市场规模分析

第三节 中国仪器仪表行业供应情况分析

第四节 中国仪器仪表行业需求情况分析

第五节 中国仪器仪表行业供需平衡分析

第六节 中国仪器仪表行业发展趋势分析

第五章 中国仪器仪表所属行业运行数据监测

第一节 中国仪器仪表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 中国仪器仪表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 中国仪器仪表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 2016-2019年中国仪器仪表市场格局分析

第一节 中国仪器仪表行业竞争现状分析

一、中国仪器仪表行业竞争情况分析

二、中国仪器仪表行业主要品牌分析

第二节 中国仪器仪表行业集中度分析

一、中国仪器仪表行业市场集中度分析

二、中国仪器仪表行业企业集中度分析

第三节 中国仪器仪表行业存在的问题

第四节 中国仪器仪表行业解决问题的策略分析

第五节 中国仪器仪表行业竞争力分析

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 2016-2019年中国仪器仪表行业需求特点与动态分析

第一节 中国仪器仪表行业消费市场动态情况

第二节 中国仪器仪表行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 仪器仪表行业成本分析

第四节 仪器仪表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 中国仪器仪表行业价格现状分析

第六节 中国仪器仪表行业平均价格走势预测

一、中国仪器仪表行业价格影响因素

二、中国仪器仪表行业平均价格走势预测

三、中国仪器仪表行业平均价格增速预测

第八章 2016-2019年中国仪器仪表行业区域市场现状分析

第一节 中国仪器仪表行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区仪器仪表市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区仪器仪表市场规模分析

四、华东地区仪器仪表市场规模预测

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、华中地区仪器仪表市场规模分析

四、华中地区仪器仪表市场规模预测

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、华南地区仪器仪表市场规模分析

四、华南地区仪器仪表市场规模预测

第九章 2016-2019年中国仪器仪表行业竞争情况

第一节 中国仪器仪表行业竞争结构分析（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 中国仪器仪表行业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 中国仪器仪表行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 仪器仪表行业企业分析（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

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

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

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

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国仪器仪表行业发展前景分析与预测

第一节 中国仪器仪表行业未来发展前景分析

一、仪器仪表行业国内投资环境分析

二、中国仪器仪表行业市场机会分析

三、中国仪器仪表行业投资增速预测

第二节 中国仪器仪表行业未来发展趋势预测

第三节 中国仪器仪表行业市场发展预测

一、中国仪器仪表行业市场规模预测

二、中国仪器仪表行业市场规模增速预测

三、中国仪器仪表行业产值规模预测

四、中国仪器仪表行业产值增速预测

五、中国仪器仪表行业供需情况预测

第四节 中国仪器仪表行业盈利走势预测

一、中国仪器仪表行业毛利润同比增速预测

二、中国仪器仪表行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国仪器仪表行业投资风险与营销分析

第一节 仪器仪表行业投资风险分析

一、仪器仪表行业政策风险分析

二、仪器仪表行业技术风险分析

三、仪器仪表行业竞争风险

四、仪器仪表行业其他风险分析

第二节 仪器仪表行业企业经营发展分析及建议

一、仪器仪表行业经营模式

二、仪器仪表行业销售模式

三、仪器仪表行业创新方向

第三节 仪器仪表行业应对策略

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 2019-2025年中国仪器仪表行业发展战略及规划建议

第一节 中国仪器仪表行业品牌战略分析

- 一、仪器仪表企业品牌的重要性
- 二、仪器仪表企业实施品牌战略的意义
- 三、仪器仪表企业品牌的现状分析
- 四、仪器仪表企业的品牌战略
- 五、仪器仪表品牌战略管理的策略

第二节 中国仪器仪表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 中国仪器仪表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 2019-2025年中国仪器仪表行业发展策略及投资建议

第一节 中国仪器仪表行业产品策略分析

- 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 中国仪器仪表行业定价策略分析

第三节 中国仪器仪表行业营销渠道策略

- 一、仪器仪表行业渠道选择策略
- 二、仪器仪表行业营销策略

第四节 中国仪器仪表行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国仪器仪表行业重点投资区域分析
- 二、中国仪器仪表行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/440662440662.html>