

2016-2022年中国代工产业运营现状及十三五竞争 战略分析报告

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《2016-2022年中国代工产业运营现状及十三五竞争战略分析报告》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/daili/241128241128.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国代工产业运营现状及十三五竞争战略分析报告》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、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。

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。

第一章：代工行业市场发展综述

1.1 代工企业发展现状分析

1.1.1 中国代工企业发展历程分析

1.1.2 中国代工行业发展特点分析

(1) 主要从事发达国家转移的劳动力密集型产品的贴牌生产

(2) 位于价值链的低端环节

(3) 自主创新能力弱

1.1.3 中国代工企业数量变化分析

1.1.4 中国代工企业区域分布分析

(1) 制造业空间分布的变动方向

(2) 多数产业集聚水平的省区差异与总体制造业类似

(3) 不同产业亦存在差异

1.2 代工行业经营情况分析

1.2.1 中国代工行业发展情况分析

1.2.2 中国代工行业出口规模分析

1.2.3 中国代工行业经营情况分析

1.2.4 中国代工行业倒闭情况分析

1.3 代工行业产业链发展分析

1.3.1 品牌商发展情况分析

1.3.2 代工商发展情况分析

1.3.3 零部件厂商发展情况分析

- (1) 全球汽车零部件行业的市场状况
- (2) 全球汽车零部件行业的市场格局
- 1.3.4 原材料供应商发展情况分析
- 1.4 代工行业生命周期与衍变分析
 - 1.4.1 代工行业生命周期衍变理论
 - 1.4.2 国际产业转移对中国代工行业影响
 - (1) 国际产业转移情况
 - (2) 中国承接国际产业转移发展方向
- 第二章：代工企业生存空间评估
 - 2.1 代工企业主要消亡模式分析
 - 2.1.1 放弃转型缓慢死亡模式分析
 - 2.1.2 激进转型短板死亡模式分析
 - 2.1.3 创新不足同质竞争死亡分析
 - 2.1.4 稳步转型研发拖累模式分析
 - 2.1.5 市场开拓方法不足死亡分析
 - 2.1.6 转型资金断裂死亡模式分析
 - 2.2 代工企业的市场生存空间分析
 - 2.2.1 代工企业生存空间分析
 - 2.2.2 纯代工模式生命周期分析
 - 2.2.3 代工企业产业链利润分析
 - 2.2.4 代工企业人力成本分析
 - 2.2.5 代工企业竞争前景分析
 - 2.2.6 代工企业可持续发展能力分析
 - 2.3 代工企业转型的政策生存空间分析
 - 2.3.1 中国产业结构调整政策分析
 - 2.3.2 中国出口税收政策调整分析
 - 2.3.3 国外对中国产品反倾销政策分析
 - 2.3.4 中国代工企业外贸政策风险分析
 - 2.4 代工企业转型的劳动力成本空间分析
 - 2.4.1 中国劳动力成本上升历程
 - 2.4.2 中国劳动力成本变化趋势
 - 2.4.3 中国-发达国家劳动力成本优势分析
 - (1) 中国-发达国家劳动力成本对比
 - (2) 中国-发达国家劳动力成本优势维持期
 - 2.4.4 中国-东南亚国家劳动力成本劣势分析

- (1) 中国-东南亚国家劳动力成本对比
- (2) 中国-东南亚国家劳动力成本劣势发展趋势
- 第三章：代工企业转型升级模式分析
 - 3.1 代工企业转型升级现状分析
 - 3.1.1 代工企业转型升级数量分析
 - 3.1.2 代工企业转型升级成功率分析
 - 3.1.3 代工企业转型升级心理调研
 - 3.2 代工企业转型前后经营对比
 - 3.2.1 代工企业转型前后营收情况对比
 - 3.2.2 代工企业转型前后经营利润对比
 - 3.2.3 代工企业转型前后发展能力对比
 - 3.3 代工企业转型升级路径分析
 - 3.3.1 OEM企业直接进入市场分析
 - 3.3.2 OEM企业发展新品牌分析
 - 3.3.3 以技术突破为核心的OEM企业转型分析
 - 3.4 代工企业转型升级主要经营模式分析
 - 3.4.1 纯OEM经营阶段分析
 - 3.4.2 OEM与ODM并存阶段分析
 - 3.4.3 OEM与OBM并存阶段分析
 - 3.4.4 主OBM经营阶段分析
 - 3.5 纯OEM经营阶段扩张模式分析
 - 3.5.1 OEM企业成功要素分析
 - 3.5.2 OEM企业贴牌附加值提升策略
 - 3.5.3 OEM企业进军国际市场主要模式
 - (1) 外贸企业买断出口
 - (2) 企业自营出口
 - (3) 接受加工定单出口
 - 3.5.4 OEM企业规模化提升案例剖析
 - 3.5.5 对纯OEM模式扩张的建议
 - 3.6 OEM与ODM并存阶段分析
 - 3.6.1 OEM企业转型ODM成功的关键因素
 - 3.6.2 OEM企业转型ODM前提条件
 - 3.6.3 OEM与ODM并存经营模式分析
 - 3.6.4 OEM与ODM并存模式优势分析
 - 3.6.5 OEM企业转型ODM主要途径

3.6.6 OEM企业转型ODM风险与规避

3.6.7 OEM与ODM并存企业案例剖析

3.6.8 对OEM与ODM并存阶段建议

3.7 OEM与OBM并存阶段分析

3.7.1 企业转型OBM成功的关键因素

3.7.2 OEM企业转型OBM前提条件

3.7.3 OEM与OBM并存经营模式分析

3.7.4 OEM与OBM并存模式优势分析

3.7.5 OEM企业转型OBM主要途径

3.7.6 OEM企业转型OBM风险与规避

3.7.7 OEM与OBM并存企业案例剖析

3.7.8 对OEM与OBM并存阶段建议

3.8 主OBM经营阶段扩张模式分析

3.8.1 主OBM企业的市场扩张模式分析

3.8.2 主OBM企业的渠道扩张模式分析

(1) 传统渠道扩张模式分析

(2) 新兴网络营销渠道扩张分析

3.8.3 主OBM企业的品牌推广模式分析

3.8.4 主OBM企业的产品推广策略分析

3.8.5 主OBM企业的产品定位策略分析

3.8.6 主OBM企业的优势点转型思路分析

3.8.7 主OBM企业的平稳转型思路分析

3.8.8 主OBM企业的模仿式转型思路分析

3.8.9 对主OBM阶段企业发展建议

3.9 从OEM到OBM的逆向收购模式分析

3.9.1 逆向收购模式适用企业分析

3.9.2 逆向收购模式主要特点分析

3.9.3 逆向收购模式主要风险与规避

3.9.4 逆向收购模式典型案例

第四章：代工企业转型升级典型案例剖析

4.1 代工企业转型成功案例剖析

4.1.1 广东格兰仕集团转型案例剖析

(1) 企业基本情况介绍

(2) 企业发展战略分析

(3) 企业国际化转型策略分析

- (4) 企业转型成功经验借鉴
- (5) 企业最新发展动向分析
- 4.1.2 万向集团转型案例剖析
 - (1) 企业基本情况介绍
 - (2) 企业发展战略分析
 - (3) 企业转型升级策略分析
 - (4) 企业转型成功经验借鉴
 - (5) 企业最新发展动向分析
- 4.1.3 东菱凯琴集团转型案例剖析
 - (1) 企业基本情况介绍
 - (2) 企业发展战略分析
 - (3) 企业转型升级策略分析
 - (4) 企业转型成功经验借鉴
- 4.1.4 东晶电子转型案例剖析
 - (1) 企业基本情况介绍
 - (2) 企业发展战略分析
 - (3) 企业最新发展动向分析
- 4.2 代工企业转型失败案例剖析
 - 4.2.1 上海迪比特实业转型案例剖析
 - (1) 企业基本情况介绍
 - (2) 企业发展战略分析
 - (3) 企业转型升级策略分析
 - (4) 企业转型失败经验总结
 - 4.2.2 佛山市利达玩具转型案例剖析
 - (1) 企业基本情况介绍
 - (2) 企业发展情况分析
 - (3) 企业转型升级策略分析
 - (4) 企业转型失败经验总结
 - 4.2.3 深圳阳光塑胶转型案例剖析
 - (1) 企业基本情况介绍
 - (2) 企业发展战略分析
 - (3) 企业转型失败经验总结
 - 4.2.4 东莞合俊玩具厂转型案例剖析
 - (1) 企业基本情况介绍
 - (2) 企业发展战略分析

(3) 企业转型失败经验总结

第五章：重点领域代工企业发展与转型策略

5.1 电子代工企业发展与转型分析

5.1.1 电子代工行业发展现状

- (1) 电子代工行业发展历程
- (2) 电子代工行业市场规模
- (3) 电子代工行业竞争格局
- (4) 电子代工行业利润水平
- (5) 电子代工行业发展特点

5.1.2 电子代工行业细分领域发展分析

- (1) 手机代工行业发展分析
- (2) PC代工行业发展分析
- (3) 平板代工行业发展分析
- (4) 其他电子代工发展分析

5.1.3 电子代工企业转型模式分析

- (1) 电子代工企业整体转型情况
- (2) 台湾电子代工企业转型模式借鉴
- (3) 电子代工企业转型失败原因分析
- (4) 中国电子代工企业转型模式建议

5.2 纺织代工企业发展与转型分析

5.2.1 纺织代工行业发展现状

- (1) 纺织代工行业发展历程
- (2) 纺织代工行业市场规模
- (3) 纺织代工行业竞争格局
- (4) 纺织代工行业利润水平
- (5) 纺织代工行业发展特点

5.2.2 纺织代工行业细分领域发展分析

- (1) 服装代工行业发展分析
- (2) 家纺代工行业发展分析
- (3) 其他纺织代工发展分析

5.2.3 纺织代工企业转型模式分析

- (1) 纺织代工企业整体转型情况
- (2) 中国纺织代工企业转型模式建议

5.3 家电代工企业发展与转型分析

5.3.1 家电代工行业发展现状

- (1) 家电代工行业发展历程
- (2) 家电代工行业市场规模
- (3) 家电代工行业竞争格局
- (4) 家电代工行业利润水平
- (5) 家电代工行业发展特点
- 5.3.2 家电代工行业细分领域发展分析
 - (1) 电视代工行业发展分析
 - (2) 洗衣机代工行业发展分析
 - (3) 冰箱代工行业发展分析
 - (4) 空调代工行业发展分析
 - (5) 其他家电代工发展分析
- 5.3.3 家电代工企业转型模式分析
 - (1) 家电代工企业整体转型情况
 - (2) 中国家电代工企业转型模式建议
- 5.4 化妆品代工企业发展与转型分析
 - 5.4.1 化妆品代工行业发展现状
 - (1) 化妆品代工行业发展历程
 - (2) 化妆品代工行业市场规模
 - (3) 化妆品代工行业竞争格局
 - (4) 化妆品代工行业利润水平
 - (5) 化妆品代工行业发展特点
 - 5.4.2 化妆品代工企业转型模式分析
 - (1) 化妆品代工企业整体转型情况
 - (2) 化妆品代工企业转型案例分析
 - (3) 化妆品代工企业转型失败原因分析
 - (4) 中国化妆品代工企业转型模式建议
- 第六章：国外代工行业转型升级经验借鉴
 - 6.1 全球代工行业发展情况分析
 - 6.1.1 全球代工行业整体发展状况
 - 6.1.2 全球代工行业企业格局分析
 - 6.1.3 全球代工行业升级模式分析
 - 6.1.4 全球代工行业发展趋势分析
 - 6.2 主要国家代工行业发展分析
 - 6.2.1 日本代工行业发展分析
 - (1) 日本代工行业发展历程

- (2) 日本代工企业主要转型模式
- (3) 日本代工行业国际转移分析
- (4) 日本代工行业转型经验借鉴
- 6.2.2 韩国代工行业发展分析
 - (1) 韩国代工行业发展历程
 - (2) 韩国代工企业主要转型模式
 - (3) 韩国代工行业转型经验借鉴
- 6.2.3 中国台湾代工行业发展分析
 - (1) 台湾代工行业发展历程
 - (2) 台湾代工企业主要转型模式
 - (3) 台湾代工行业国际转移分析
 - (4) 台湾代工行业转型经验借鉴
- 6.2.4 新加坡代工行业发展分析
 - (1) 新加坡代工行业发展历程
 - (2) 新加坡代工企业主要转型模式
 - (3) 新加坡代工行业转型经验借鉴
- 6.3 跨国企业转型升级分析
 - 6.3.1 美国伟创力集团 (Flextronics)
 - (1) 企业基本情况介绍
 - (2) 企业发展战略分析
 - (3) 企业转型升级策略分析
 - (4) 企业转型与衍变分析
 - 1) 企业业务衍变情况分析
 - 2) 企业产品衍变情况分析
 - 3) 企业渠道衍变情况分析
 - (5) 企业转型成功经验借鉴
 - 6.3.2 韩国现代汽车 (Hyundai Motor)
 - (1) 企业基本情况介绍
 - (2) 企业发展战略分析
 - (3) 企业转型升级策略分析
 - (4) 企业转型与衍变分析
 - 1) 企业业务衍变情况分析
 - 2) 企业产品衍变情况分析
 - 3) 企业品牌衍变情况分析
 - 4) 企业渠道衍变情况分析

(5) 企业转型成功经验借鉴

6.3.3 日本京瓷公司 (Kyocera)

(1) 企业基本情况介绍

(2) 企业发展战略分析

(3) 企业转型升级策略分析

(4) 企业转型与衍变分析

1) 企业业务衍变情况分析

2) 企业产品衍变情况分析

3) 企业渠道衍变情况分析

4) 企业经营情况发展历程

(5) 企业转型成功经验借鉴

(6) 企业最新发展动向分析

第七章：领先代工企业发展与转型分析

7.1 台湾地区领先代工企业发展与转型分析

7.1.1 台湾积体电路制造股份有限公司

(1) 企业发展状况简介

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业渠道分布分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业发展与转型战略

(7) 企业最新发展动向

7.1.2 华硕电脑股份有限公司

(1) 企业发展状况简介

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业渠道分布分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业发展与转型战略

7.1.3 台湾仁宝电脑集团

(1) 企业发展状况简介

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业渠道分布分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业发展与转型战略

7.1.4 捷安特（中国）有限公司

(1) 企业发展状况简介

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业渠道分布分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业发展与转型战略

7.1.5 宝成工业股份有限公司

(1) 企业发展状况简介

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业渠道分布分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业发展与转型战略

7.1.6 广达电脑集团公司

(1) 企业发展状况简介

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业渠道分布分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业发展与转型战略

7.1.7 纬创资通股份有限公司

(1) 企业发展状况简介

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业渠道分布分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业发展与转型战略

7.2 大陆地区领先代工企业发展与转型分析

7.2.1 富士康科技集团

(1) 企业发展状况简介

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业渠道分布分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业发展与转型战略

7.2.2 比亚迪股份有限公司

(1) 企业发展状况简介

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业渠道分布分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业发展与转型战略

(7) 企业最新发展动向

7.2.3 深圳市卓翼科技股份有限公司

(1) 企业发展状况简介

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业渠道分布分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业发展与转型战略

(7) 企业最新发展动向

7.2.4 中芯国际集成电路制造有限公司

(1) 企业发展状况简介

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业渠道分布分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业发展与转型战略

(7) 企业最新发展动向

7.2.5 上海华虹宏力半导体制造有限公司

(1) 企业发展状况简介

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业渠道分布分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业发展与转型战略

(7) 企业最新发展动向

7.2.6 和舰科技(苏州)有限公司

- (1) 企业发展状况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业渠道分布分析
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 企业发展与转型战略
- (7) 企业最新发展动向

7.2.7 广东奥马电器股份有限公司

- (1) 企业发展状况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业渠道分布分析
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 企业发展与转型战略
- (7) 企业最新发展动向

7.2.8 广州科玛化妆品制造有限公司

- (1) 企业发展状况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业渠道分布分析
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 企业发展与转型战略

7.2.9 广州宝生堂化妆品有限公司

- (1) 企业发展状况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业渠道分布分析
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 企业发展与转型战略
- (7) 企业最新发展动向

7.2.10 深圳市佳士科技发展有限公司

- (1) 企业发展状况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业渠道分布分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业发展与转型战略

(7) 企业最新发展动向

7.2.11 安踏体育用品有限公司

(1) 企业发展状况简介

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业渠道分布分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业发展与转型战略

(7) 企业最新发展动向

第八章：代工企业转型融资渠道分析

8.1 代工企业融资环境分析

8.1.1 代工企业银行融资环境分析

8.1.2 代工企业证券融资环境分析

8.2 代工企业主要融资渠道分析

8.2.1 代工企业债权融资模式分析

(1) 信用担保融资分析

(2) 金融租赁融资分析

8.2.2 代工企业股权融资模式分析

(1) 引进风险投资分析

(2) 投资银行投资分析

(3) 杠杆收购融资分析

(4) 境外上市融资分析

8.2.3 代工企业贸易融资模式分析

(1) 票据贴现融资分析

(2) 商业信用融资分析

(3) 资产典当融资分析

(4) 资产管理融资分析

8.2.4 代工企业其他融资模式分析

(1) 信托融资分析

(2) 私募股权基金融资分析

8.3 代工企业创新融资模式分析

8.3.1 融资与融物相结合模式分析

8.3.2 利用产业集群融资模式分析

8.3.3 生产线受让融资模式分析

第九章：代工行业发展趋势与转型建议

9.1 代工企业转型瓶颈分析

9.1.1 代工企业核心技术瓶颈分析

9.1.2 代工企业研发能力瓶颈分析

9.1.3 代工企业市场产能过剩瓶颈

9.1.4 代工企业转型资力实力瓶颈

9.1.5 代工企业市场开拓瓶颈分析

9.2 代工行业整体发展趋势

9.2.1 国际制造业发展趋势

9.2.2 中国代工行业发展

9.2.3 中国代工行业前景预测

(1) 中国代工行业道路曲折，但前景是光明的

(2) 代工行业转型方向：变中国制造为“中国智造”

9.3 代工企业发展建议

9.3.1 代工企业维持业务建议

9.3.2 代工企业转型升级建议

(1) 加强品牌构建，逐步掌握核心技术

(2) 提高组织学习能力，增强自主创新能力

9.3.3 代工企业创新发展建议

(1) OEM企业直接进入市场发展自有品牌的方式

(2) 抓住市场变化中的新空间，避开原品牌商的竞争锋芒发展新的适合自身的新品牌

(3) 通过改变技术，在既有的市场中挖掘新市场

图表目录

图表1：中国代工企业发展历程

图表2：中国代工行业微笑曲线

图表3：制约代工企业自主创新能力的因素

图表4：中国大陆制造业企业500强总部的空间分布图（单位：个）

图表5：2015年1季度温州支柱产业规上产值图（单位：亿元，%）

图表6：全球OEM 市场前十大汽车零部件供应商产值（单位：亿美元）

图表7：中国代工代工行业生命周期衍变分析

图表8：中国代工行业代工行业生命周期

图表9：国际产业转移阶段

图表10：国际产业转移对中国代工行业影响

图表11：全球价值链“微笑曲线”

图表12：代工企业前景分析

图表13：NVC路径升级图

图表14：代工企业在GVC与NVC的状况比对

图表15：代工企业升级路径

图表16：OEM-ODM-OBM升级流程

图表17：“刘易斯转折点”

图表18：“刘易斯转型”三阶段

图表19：1950-2050年中国和日本抚养比

图表20：1950-2020年中国在学人口抚养比

图表21：1978年以来中国制造业劳动力平均工资（单位：元）

图表22：1990年以来中国制造业劳动力平均工资同比变动增幅（单位：%）

图表23：中国与发达国家小时劳动报酬对比（单位：美元/小时）

图表24：中国部分省份与东南亚、南亚国家劳动力工资比较及劳动力供给（单位：美元/小时，百万）

图表25：奥康国际代工量与代工收入占比对比图（单位：%）

图表26：制造业产业链利润分布

图表27：OEM ODM OBM产品开发能力发展阶段

图表28：OEM代工内外部要素及特点

图表29：ODM代工内外部要素及特点

图表30：富士康在OEM与ODM中内外部要素特点

图表31：OBM内外部要素及特点

图表32：奥康国际功能升级时间序列及关键事件

图表33：奥康国际产品定位

图表34：广东格兰仕集团有限公司基本信息表

图表35：格兰仕集团总体战略

图表36：格兰仕集团集中一点战略分析

图表37：格兰仕国际化战略阶段分析

图表38：格兰仕集团成长和战略总结

图表39：万向集团公司基本信息表

图表40：Zeller与万向集团公司能力对比

图表41：万向集团公司升级实际措施

图表42：广东东菱凯琴集团组织架构图

图表43：浙江东晶电子股份有限公司基本信息表

图表44：上海迪比特实业有限公司基本信息表

图表45：东莞合俊玩具厂转型失败原因

图表46：电子制造外包业务覆盖的领域

图表47：电子制造外包业务覆盖的领域

图表48：全球电子代工行业市场规模情况（单位：亿美元）

图表49：全球电子代工行业市场竞争格局（单位：%）

图表50：全球电子代工行业市场分布格局（单位：%）

图表51：2009年以来全球智能手机出货量（单位：亿部；%）

图表52：全球智能手机市场份额情况（单位：%）

图表53：2010年以来全球PC出货量（单位：亿台，%）

图表54：2010年以来全球平板电脑出货量（单位：亿部，%）

图表55：2010年以来全球纺织代工市场规模（单位：亿美元）

图表56：纺织代工行业自创品牌途径

图表57：全球液晶电视代工市场分地区份额结构（%）

图表58：2010年以来全球洗衣机产量（单位：万台）

图表59：2010年以来中国电冰箱产量（单位：万台）

图表60：中国家电代工企业转型建议

图表61：影响代化妆品工行业利润水平的因素

图表62：化妆品代工建立品牌建议

图表63：2010年以来世界代工业产值分析（单位：亿美元）

图表64：世界最大13家代工企业（单位：百万美元，%）

图表65：基于全球价值链知识溢出的电子信息制造业代工升级模式

图表66：2010-2018年世界代工业产值预测分析（单位：亿美元）

图表67：韩国代工行业发展历程

图表68：韩国代工企业主要转型模式

图表69：中国台湾代工行业发展历程

图表70：中国台湾代工企业转型模式

图表71：日本京瓷的信息简介

图表72：为止的年度日本京瓷各事业营业额比率（单位：%）

图表73：2015年台湾积体电路制造股份有限公司业绩展望（单位：% ，十亿台币）

图表74：台湾积体电路制造股份有限公司营业额（单位：新台币百万元）

图表75：台湾积体电路制造股份有限公司优劣势分析

图表76：2010年以来华硕电脑股份有限公司营业收入情况（单位：百万台币，%）

图表77：2010年以来华硕电脑股份有限公司营业利润情况（单位：百万台币，%）

图表78：华硕电脑股份有限公司主要业务

图表79：华硕电脑股份有限公司优劣势分析

图表80：台湾仁宝电脑集团基本信息表

- 图表81：台湾仁宝电脑集团产品及服务
- 图表82：台湾仁宝电脑集团全球分布
- 图表83：台湾仁宝电脑集团优劣势分析
- 图表84：捷安特（中国）有限公司基本信息表
- 图表85：捷安特（中国）有限公司优劣势分析
- 图表86：2014-2015年宝成工业股份有限公司营业收入变动情况
- 图表87：宝成工业股份有限公司产品结构分析
- 图表88：宝成工业股份有限公司全球分布
- 图表89：宝成工业股份有限公司优劣势分析
- 图表90：广达电脑集团公司组织架构图
- 图表91：广达电脑集团大陆分支机构分布
- 图表92：广达电脑集团优劣势分析
- 图表93：2007-2015年纬创资通股份有限公司营业收入变化趋势（单位：新台币亿元）
- 图表94：纬创资通股份有限公司产品及服务
- 图表95：纬创资通股份有限公司产品销售服务渠道分布（单位：%）
- 图表96：纬创资通股份有限公司优劣势分析
- 图表97：2010年以来富士康科技集团主要经济指标分析（单位：万元）
- 图表98：2010年以来富士康科技集团盈利能力分析（单位：%）
- 图表99：2010年以来富士康科技集团运营能力分析（单位：次）
- 图表100：2010年以来富士康科技集团偿债能力分析（单位：%）
- 图表101：2010年以来富士康科技集团发展能力分析（单位：%）
- 图表102：富士康科技集团事业群
- 图表103：富士康科技集团产品策略
- 图表104：富士康科技集团经营布局策略
- 图表105：富士康科技集团中国地区渠道分布
- 图表106：富士康科技集团优劣势分析
- 图表107：富士康科技集团转型途径
- 图表108：比亚迪股份有限公司基本信息表
- 图表109：2011年以来比亚迪股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
- 图表110：2011年以来比亚迪股份有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表111：2011年以来比亚迪股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表112：2011年以来比亚迪股份有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）
- 图表113：2011年以来比亚迪股份有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表114：比亚迪股份有限公司优劣势分析
- 图表115：富士康科技集团企业发展与转型战略

图表116：深圳市卓翼科技股份有限公司基本信息表

图表117：2011年以来深圳市卓翼科技股份有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表118：2011年以来深圳市卓翼科技股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表119：2011年以来深圳市卓翼科技股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表120：2011年以来深圳市卓翼科技股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

.....略

图片详见报告正文.....（GY LX）

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/daili/241128241128.html>