

2018年中国EMS行业分析报告- 市场运营态势与投资前景预测

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EMS行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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/dianzidiangong/329207329207.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 EMS 行业发展状况 1、全球 EMS 行业市场容量

随着 EMS 模式的日益成熟和 EMS 企业服务能力的不断提升，全球 EMS 行业呈现出服务领域越来越广、业务总量整体上升的发展趋势，目前电子制造服务已涵盖消费电子、网络通讯、汽车电子等各个领域。根据 New Venture Research 数据，2010 年至 2014 年全球 EMS 行业市场规模从 3,707 亿美元增长至 4,600 亿美元，年均复合增长率约为 5.6%，2015 至 2016 年受 PC 市场影响，EMS 行业市场规模小幅下滑至 4,250 亿美元。随着电子产品的升级换代与技术创新步伐不断加快，新兴细分电子产品领域不断涌现，为 EMS 行业发展提供持续的市场需求，预计 2016 年至 2021 年全球 EMS 市场规模将以 5.30% 的年均复合增长率持续增长，至 2021 年市场规模有望达到 5,510 亿美元。

图表：2010-2021 年全球 EMS 行业的市场规模情况及预测

2、全球市场分布情况

全球 EMS 行业兴起于欧美，随着全球产业结构的调整，EMS 行业逐步向以中国为代表的亚太地区转移，2014 年亚太地区 EMS 市场规模占全球市场份额的 71.00%。

图表：2014 年全球 EMS 市场份额分布情况

3、主要 EMS 企业的发展状况

经过长期的积累与发展，鸿海精密、和硕以及伟创力等专业从事 EMS 的企业逐步发展成为具有较强综合竞争力的国际性企业，并进入世界 500 强名列。上述企业规模的逐渐壮大，一方面得益于其成功的商业模式，包括具有竞争力的成本结构、垂直制造能力、互补型收购战略以及多样化的客户群；另一方面也来源于近年来其核心下游需求市场，包括智能手机、平板电脑、网络设备等产品市场的快速发展。

二、国内 EMS 行业发展状况 1、国内 EMS 行业发展现状

我国 EMS 行业发展始于改革开放之初，凭借丰富的优质劳动力资源、较为完善的配套产业链和潜力巨大的消费市场成为国际 EMS 企业迁入的主要目的地。鸿海精密、伟创力、捷普等全球排名领先的 EMS 企业均在中国大陆设立了制造基地和运营机构，将中国作为其全球产业布局的重要一环。近年来，在全球 EMS 企业产能向中国大陆转移和国内优秀品牌商如华为、中兴、小米等崛起带动本土电子制造外包业务增长的双重因素推动下，国内 EMS 行业发展迅速。目前，中国大陆是亚太地区乃至全球 EMS 行业的重要区域，聚集了一批国际知名 EMS 企业的分支机构和一批本土 EMS 企业，它们围绕消费电子、网络通讯、汽车电子等行业的上下游配套产业链在中国大陆形成了聚集效应。

2、国内 EMS 行业的发展趋势

1) 国际大型 EMS 企业带动国内 EMS 行业持续发展

随着国际 EMS 企业纷纷进入中国市场，部分国际品牌商的制造服务需求转移至中国，扩大了国内 EMS 行业的市场规模。同时，国际 EMS 企业较为成熟的产业协作模式提供

了良好的示范效应，有助于提升本土品牌商的电子制造外包需求。此外，为了贴近客户和目标市场，降低采购成本并缩短出货时间，国际 EMS 企业提高了向中国本土供应商采购电子元器件和集成电路等主要原材料的比例，进一步促进国内电子制造业形成全产业链的配合、互动，带动国内 EMS 行业的持续发展。

2) 中国品牌商崛起为本土 EMS 企业提供良好发展机遇

近年来，中国整体经济发展水平不断提高，中国逐渐从电子产品制造大国发展成为电子产品重要消费市场和品牌输出国，国内电子制造服务需求逐渐扩大，预计未来 EMS 业务在电子制造业的渗透率将进一步提高。中国电子产品品牌商为保证其推向市场的产品在质量、功能、性能上高度一致，对同时为其提供制造服务的本土 EMS 企业提出标准一体化管理要求，甚至投入技术、资金等帮助 EMS 企业进行工艺、设备升级改造，有力地推动了国内 EMS 行业整体制造服务水平的进步，为优秀本土 EMS 企业提供了良好的发展机遇。

3) EMS 企业与品牌商协同发展，服务内容不断深化

随着行业发展日趋成熟，EMS 企业不断提升技术实力、服务能力和管理水平，在多个细分产品领域的配套能力日趋完善，与品牌商的合作逐步进入协同运作阶段。未来，EMS 企业除向品牌商提供专业的整机生产制造、原材料采购和物流管理等服务外，将进一步深入探索向研发设计合作、售后服务等环节的延伸，切入品牌商产品价值链的多个环节，巩固其在品牌商供应链上不可替代的地位。

观研天下发布的《2018年中国EMS行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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EMS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、EMST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 2015-2017年中国EMS行业发展概述

第一节 EMS行业发展情况概述

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

第二节 中国EMS行业上下游产业链分析

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

第三节 中国EMS行业生命周期分析

- 一、EMS行业生命周期理论概述
- 二、EMS行业所属的生命周期分析

第四节 EMS行业经济指标分析

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

第五节 国中EMS行业进入壁垒分析

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

第二章 2015-2017年全球EMS行业市场发展现状分析

第一节 全球EMS行业发展历程回顾

第二节 全球EMS行业市场区域分布情况

第三节 亚洲EMS行业地区市场分析

- 一、亚洲EMS行业市场现状分析
- 二、亚洲EMS行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲EMS行业市场前景分析

第四节 北美EMS行业地区市场分析

一、北美EMS行业市场现状分析

二、北美EMS行业市场规模与市场需求分析

三、北美EMS行业市场前景分析

第五节 欧盟EMS行业地区市场分析

一、欧盟EMS行业市场现状分析

二、欧盟EMS行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟EMS行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界EMS行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球EMS行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国EMS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、全社会消费品零售总额

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EMS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EMS产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、EMS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 2015-2017年中国EMS行业运行情况

第一节 中国EMS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EMS行业市场规模分析

第三节 中国EMS行业供应情况分析

第四节 中国EMS行业需求情况分析

第五节 中国EMS行业供需平衡分析

第六节 中国EMS行业发展趋势分析

第五章 中国EMS所属行业运行数据监测

第一节 中国EMS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EMS所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国EMS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 2015-2017年中国EMS市场格局分析

第一节 中国EMS行业竞争现状分析

一、中国EMS行业竞争情况分析

二、中国EMS行业主要品牌分析

第二节 中国EMS行业集中度分析

一、中国EMS行业市场集中度分析

二、中国EMS行业企业集中度分析

第三节 中国EMS行业存在的问题

第四节 中国EMS行业解决问题的策略分析

第五节 中国EMS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 2015-2017年中国EMS行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国EMS行业消费特点

第二节 中国EMS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

第二节 EMS行业成本分析

第三节 EMS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

第四节 中国EMS行业价格现状分析

第五节 中国EMS行业平均价格走势预测

一、中国EMS行业价格影响因素

二、中国EMS行业平均价格走势预测

三、中国EMS行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国EMS行业区域市场现状分析

第一节 中国EMS行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地EMS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EMS市场规模分析

四、华东地区EMS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EMS市场规模分析
- 四、华中地区EMS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EMS市场规模分析

第九章 2015-2017年中国EMS行业竞争情况

第一节 中国EMS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EMS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EMS行业竞争环境分析（EMST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 EMS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EMS行业发展前景分析与预测

第一节 中国EMS行业未来发展前景分析

一、EMS行业国内投资环境分析

二、中国EMS行业市场机会分析

三、中国EMS行业投资增速预测

第二节 中国EMS行业未来发展趋势预测

第三节 中国EMS行业市场发展预测

一、中国EMS行业市场规模预测

二、中国EMS行业市场规模增速预测

三、中国EMS行业产值规模预测

四、中国EMS行业产值增速预测

五、中国EMS行业供需情况预测

第四节 中国EMS行业盈利走势预测

一、中国EMS行业毛利润同比增速预测

二、中国EMS行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国EMS行业投资风险与营销分析

第一节 EMS行业投资风险分析

一、EMS行业政策风险分析

二、EMS行业技术风险分析

三、EMS行业竞争风险

四、EMS行业其他风险分析

第二节 EMS行业企业经营发展分析及建议

一、EMS行业经营模式

二、EMS行业销售模式

三、EMS行业创新方向

第三节 EMS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EMS行业发展策略及投资建议

第一节 中国EMS行业品牌战略分析

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

第二节中国EMS行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国EMS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EMS行业发展策略及投资建议

第一节中国EMS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EMS行业定价策略分析

第二节中国EMS行业营销渠道策略

一、EMS行业渠道选择策略

二、EMS行业营销策略

第三节中国EMS行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国EMS行业重点投资区域分析

二、中国EMS行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianzidiangong/329207329207.html>