

2007-2008年节能灯行业市场分析及发展趋势展望报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2007-2008年节能灯行业市场分析及发展趋势展望报告》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.cction.com/report/200902/10962.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

第一章 国内外市场环境分析 1

第一节 全球市场环境 1

一、国际市场现状及发展趋势 1

二、国际市场需求结构分析 2

三、全球主要供应商 3

第二节 国内市场环境 3

一、中国机械工业当前发展现状及趋势 3

二、小行业当前发展现状及趋势 5

三、社会环境与经济环境 5

四、国内产业政策解析 6

五、国内节能灯制造业发展现状 6

六、国内市场供需结构分析 7

第三节 行业运行经济环境及影响因素分析 8

一、2008年上半年宏观经济运行分析 8

二、人民币升值因素分析 13

三、利率及存款准备金率等货币政策及财政政策因素 22

四、原材料价格因素分析 28

五、出口退税因素 31

六、劳动力成本上升因素 39

第四节 国内外差距及对策 44

一、差距 44

1、技术差距 44

2、管理差距 44

3、质量差距 44

二、对策或建议 45

第二章 行业经济特性分析 46

第一节 在国民经济中的地位 46

一、节能灯制造业对税收的贡献 46

二、节能灯制造业对GDP的贡献 46

第二节 生命周期 46

- 一、行业生命周期分析 46
- 二、行业与经济周期相关性分析 47
- 三、行业节能灯制造业与国内生产总值敏感性分析 48
- 第三节 综合运营效益 48
 - 一、2000-2007年节能灯制造业总体发展能力与趋势 48
 - 二、2000年-2007年市场规模及增长趋势 49
 - 三、综合经济效益指数分析 50
- 第四节 进出口贸易对国内市场的冲击 51
 - 一、出口交货情况 51
 - 二、出口额占销售产值的比例,进口额占市场容量的比例 52

第三章 企业分布与市场结构 53

- 第一节 企业地理位置分布图 53
- 第二节 2003-2006年节能灯制造业亏损面变化趋势 53
- 第三节 国内市场集中度及变化趋势 54
- 第四节 中国节能灯产品集中状况的国际比较 54

第四章 产品生产状况 55

- 第一节 产品产量分析 55
 - 一、2000年-2006年产品产量的趋势变化分析 55
 - 二、2006年产品产量份额分析 55
 - 1、产品产量前10名省市及经济效益情况 55
 - 2、产品产量区域集中度 56
 - 三、产品产量差异化分析 56
 - 1、不同所有制企业产量差异化分析 56
 - 2、不同规模企业产量差异化分析 57
- 第二节 2003年-2006年行业整体生产能力分析 57
 - 一、工业总产值增长变化趋势 57
 - 二、产成品增长变化趋势 58
- 第三节 投入产出分析 58
 - 一、资本-产量分析 58
 - 二、劳动-产量分析 58

三、资本-劳动替代率分析 58

第四节 产品成本分析 59

一、产量-成本配比分析 59

二、2000年-2006年产品生产成本变化趋势分析 59

第五节 产品技术开发方向和动向 59

第五章 产品销售状况 61

第一节 2003年-2006年节能灯制造业整体销售能力分析 61

一、工业销售产值增长变化趋势 61

二、销售收入增长变化趋势 61

三、销售成本费用分析 62

第二节 节能灯制造业市场份额变化分析 62

一、不同规模企业市场份额变化分析 62

二、不同所有制企业市场份额变化分析 62

三、2006年市场份额前20名企业基本营运情况 63

第三节 产品出口交货分析 64

一、2000年-2006年产品出口交货增长变化分析 64

二、出口产品地域分布趋势分析 64

三、出口产品差异性分析 65

第四节 销售渠道分析 65

一、销售渠道模式分析 65

二、产品最佳销售渠道选择 67

第五节 产品品牌分析 68

一、品牌关注度分析 68

二、品牌价值分析 77

三、2006年行业内十大品牌 79

第六章 产业链及主要用户行业分析 80

第一节 原材料对电焊机制造业的影响 80

第二节 用户分布及结构 80

第七章 进出口贸易分析 81

第一节 进出口总况 81

一、近5年进出口规模及增长分析 81

二、在外贸中的地位 81

三、进出口额差异及变化 81

第二节 2001-2006年出口状况 82

一、出口规模及增长(金额及数量) 82

二、主要出口目的地国家及洲别 82

三、出口源发地省市比较 82

四、出口企业TOP10强分析 83

第三节 2001-2006年进口状况 84

一、进口规模及增长(金额及数量) 84

二、主要进口源发地国家及洲别 84

三、进口目的地省市比较 85

四、进口分析 85

第四节 进出口税率与产品价格特征 85

第五节 进出口前景与需求量预测 86

第八章 区域竞争格局与市场份额 88

第一节 区域竞争力分析 88

一、节能灯制造业在全国7大区域的优劣势比较 88

二、区域产量差异化分析 88

第二节 区域产量份额与市场份额分析 88

一、东北地区 88

1、产量份额与市场份额分析 88

2、产量前5名企业产量份额与市场份额分析 88

二、华北地区 89

1、产量份额与市场份额分析 89

2、产量前5名企业产量份额与市场份额分析 89

三、华东地区 89

1、产量份额与市场份额分析 89

2、产量前5名企业产量份额与市场份额分析 90

四、华南地区 90

- 1、产量份额与市场份额分析 90
- 2、产量前5名企业产量份额与市场份额分析 90
- 五、西南地区 91
- 1、产量份额与市场份额分析 91
- 2、产量前5名企业产量份额与市场份额分析 91
- 六、西北地区 91
- 1、产量份额与市场份额分析 91
- 2、产量前5名企业产量份额与市场份额分析 92

第九章 主要企业竞争力评价与分析 93

第一节 主要企业市场占有率 93

- 一、市场占有率前10名企业对比分析 93
- 二、最优市场份额前10名企业分析 93

第二节 综合经济效益评价前5名企业分析 94

一、上海飞利浦亚明照明有限公司 94

- 1、公司背景 94
- 2、企业联系方式 95
- 3、主要产品及产销状况 95
- 4、进出口贸易分析 95
- 5、企业财务分析 96

二、浙江阳光集团有限公司 98

- 1、公司背景 98
- 2、企业联系方式 98
- 3、主要产品及产销状况 99
- 4、进出口贸易分析 100
- 5、企业财务分析 101

三、佛山电器照明股份有限公司 103

- 1、公司背景 103
- 2、企业联系方式 103
- 3、主要产品及产销状况 104
- 4、进出口贸易分析 104
- 5、企业财务分析 104

四、厦门通士达照明有限公司 107

- 1、公司背景 107
- 2、企业联系方式 108
- 3、主要产品及产销状况 108
- 4、进出口贸易分析 108
- 5、企业财务分析 109

五、利胜电光源（厦门）有限公司 111

- 1、公司背景 111
- 2、企业联系方式 112
- 3、主要产品及产销状况 113
- 4、进出口贸易分析 113
- 5、企业财务分析 113

第十章 产品投资分析 116

第一节 投资价值分析 116

- 一、市场容量 116
- 二、市场增长速度 116
- 三、行业持续成长能力分析 116

第二节 进入壁垒 118

- 一、品牌壁垒 118
- 二、资本量壁垒 119

第三节 投资强度分析 119

- 一、区域投资强度分析 119
- 二、各省市投资强度分析 120
- 三、投资强度与产量配比分析 121

第四节 投资收益分析 121

- 一、净资产收益分析 121
- 二、行业盈利能力分析 121
- 三、行业偿债能力分析 122

第五节 投资风险分析 122

- 一、政策风险 122
- 二、经营风险 123

三、财务风险 123

第六节 产品SWOT分析 124

一、机会 124

二、优势 124

三、威胁 124

四、劣势 124

第十一章 市场前景及发展动态分析 125

第一节 2008-2010节能灯发展前景分析 125

一、2008年节能照明政策使行业升级加速 125

二、“十一五”国家将推广1.5亿只节能灯 127

三、节能照明成为“十一五”中国十大节能重点工程 128

第二节 节能灯技术发展趋势 130

一、大功率节能灯和无极灯引领节能潮流 130

二、无汞节能灯技术发展势在必行 131

图表目录请看正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200902/10962.html>