

2016-2022年中国激光直接 制版机市场监测及投资战略咨询报告

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

《2016-2022年中国激光直接制版机市场监测及投资战略咨询报告》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/201604/131899.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

报告目录：

第一章 激光直接制版机产品市场环境深度调查 14

第一节 国际宏观经济环境研究 14

一、2015年全球经济运行概况 14

(一)新兴市场全面补跌 14

(二)风险预判大幅失准 14

(三)尾部风险的集中爆发 15

(四)结构失衡的逆流 15

(五)反全球化的暗潮涌动 15

二、2016-2022年全球经济形势预测 16

(一)美国的经济复苏将逐渐升温 16

(二)北欧、南欧经济增长将呈现疲软 16

(三)中国经济将逐步回升 16

(四)其他新兴市场将显复苏迹象 17

(五)大宗商品价格将再次盘整 17

(六)通货膨胀将保持温和 17

(七)全球央行大多将处于观望状态 17

(八)财政政策将保持紧缩或变得更为紧缩 18

(九)全球经济面临的风险会更加平衡 18

第二节 国内宏观经济环境研究 18

一、我国GDP增长情况 18

二、2015年我国GDP分析 19

(一)农业生产稳定增长 19

(二)工业生产缓中趋稳 20

(三)固定资产投资较快增长 21

(四)市场销售稳定增长 22

(五)进出口增速回落 22

(六)居民消费价格涨幅回落 23

(七)城乡居民收入稳定增长 23

(八)货币供应量平稳增长 24

(九)人口与就业形势总体稳定 24

第三节 政策环境研究 25

一、印刷行业政策的间接拉动 25

(一)整合优化产业布局 26

(二)加快推进技术创新 26

(三)引导产业绿色转型 26

(四)完善提升管理服务 26

二、制版机行业政策的直接推动 27

第二章 激光直接制版机行业环境研究 28

第一节 产品所属行业概况 28

一、行业以及产品相关定义 28

(一)行业定义 28

(二)产品定义 28

(三)相关定义 28

二、行业发展历程 29

第二节 激光直接制版机产品应用分析 30

一、工作流程 30

二、应用范围 31

三、工作原理 31

四、优点缺点 32

(一)优势 32

(二)劣势 33

五、产品分类 33

(一)按照曝光方式分类 33

(二)按照光源类型分类 33

(三)按照版材品种分类 33

(四)按照技术方式分类 34

(五)按照固定方式分类 34

(六)按照应用范围分类 34

(七)按照自动化程度分类 34

第三节 激光直接制版机产品所属行业运行特点 35

一、行业所处生命周期 35

二、行业与宏观经济周期相关性 36

第四节 激光直接制版机产品技术及产品标准 37

一、产品技术 37

二、产品标准 38

第三章 2015年我国激光直接制版机市场运行情况 39

第一节 2015年我国激光直接制版机市场发展基本情况 39

一、我国激光直接制版机市场发展现状分析 39

(一)市场规模 39

(二)产品生产 40

(三)产品结构 41

二、我国激光直接制版机行业市场特点分析 41

(一)集约凝聚程度较低，缺乏核心竞争能力 41

(二)自主创新投入不足，素质潜力有待提高 42

第二节 我国激光直接制版机市场存在问题及发展限制 42

一、设备投入大，版材价格高 42

二、数字化流程欠缺，专业人才要求高 43

三、宣传推广不够，客户需求不旺 43

四、设备种类繁多，性能质量不稳定 43

第三节 我国激光直接制版机相关产业发展情况 44

一、印刷行业发展情况 44

(一)印刷企业情况 44

(二)绿色印刷实施情况 44

(三)印刷业发展趋势 45

(四)激光直接制版机对于印刷行业发展的重要性 46

二、印刷设备及器材发展情况 46

(一)印刷设备发展情况 46

(二)纸及纸板 47

(三)印刷版材 47

(四)印刷油墨 47

(五)橡皮布 47

(六)印刷胶辊 47

第四章 中国激光直接制版机行业主要指标监测分析 49

第一节 2015年中国激光直接制版机市场最新数据经营情况分析 49

一、成长能力 49

二、盈利能力 50

三、营运能力 50

四、偿债能力 51

第二节 2015年中国激光直接制版机市场最新数据统计与监测分析 52

一、行业规模 52

二、销售收入 52

三、利润总额 53

第三节 激光直接制版机市场产销率分析 53

第五章 中国激光直接制版机产业用户分析 55

第一节 中国激光直接制版机产业用户认知程度 55

第二节 中国激光直接制版机产业用户关注因素 55

一、功能 55

二、质量 55

三、价格 56

四、服务 56

第三节 激光直接制版机用户种类结构分析 56

第四节 激光直接制版机行业用户产品应用策略 57

第六章 中国激光直接制版机市场竞争格局分析 59

第一节 中国激光直接制版机市场竞争结构分析 59

一、中外激光直接制版机竞争分析 59

二、激光直接制版机价格竞争分析 59

三、激光直接制版机成本竞争分析 59

第二节 中国激光直接制版机行业集中度分析 60

第三节 中国激光直接制版机企业提升竞争力策略分析 61

- 一、加强技术创新，保持技术优势 61
- 二、加强文化建设，形成企业软实力 61
- 三、加强信息化建设，提升管理水平 62
- 四、加强品牌效应，提升产品竞争力 63

第七章 2014-2015年中国激光直接制版机市场重点企业发展分析 64

第一节 网屏(中国)有限公司 64

- 一、企业概况 64
- 二、企业经营状况分析 64
 - (一)营运能力分析 64
 - (二)盈利能力分析 65
 - (三)偿债能力分析 66
- 三、企业发展策略分析 67

第二节 海德堡(中国)有限公司 67

- 一、企业概况 67
- 二、企业经营状况分析 68
 - (一)营运能力分析 68
 - (二)盈利能力分析 69
 - (三)偿债能力分析 70
- 三、企业发展策略分析 71

第三节 杜邦集团企业 71

- 一、企业概况 71
- 二、企业经营状况分析 73
 - (一)营运能力分析 73
 - (二)盈利能力分析 74
 - (三)偿债能力分析 75
- 三、企业发展策略分析 76

第四节 杭州科雷机电工业有限公司 77

- 一、企业概况 77
- 二、企业经营状况分析 78
 - (一)营运能力分析 78
 - (二)盈利能力分析 78

(三)偿债能力分析 79

三、企业发展策略分析 80

第五节 豹驰技术发展有限公司 80

一、企业概况 80

二、企业经营状况分析 81

(一)营运能力分析 81

(二)盈利能力分析 82

(三)偿债能力分析 83

三、企业发展策略分析 84

第八章 2016-2022年国际激光直接制版机市场前景分析与预测 85

第一节 国际激光直接制版机的发展现状分析 85

第二节 国际激光直接制版机行业发展趋势分析 85

第三节 2016-2022年国际激光直接制版机行业发展预测 86

第四节 中外激光直接制版机发展情况对比 87

一、生产方面 87

二、功能方面 87

三、生产方面 88

第九章 2016-2022国内激光直接制版机市场前景分析与预测 89

第一节 我国激光直接制版机行业发展前景分析 89

第二节 2016-2022年我国激光直接制版机行业发展预测 89

第三节 产品消费领域与消费结构发展趋势分析 90

第十章 激光直接制版机行业投资机会与投资战略分析 92

第一节 SWOT分析 92

一、优势 92

(一)劳动力低成本优势 92

(二)产业工人优势 92

(三)制造业基础优势 92

二、劣势 92

(一)技术开发和科技创新能力薄弱 92

(二)激光直接制版机人才结构性短缺 93

(三)产业链发展意识不强 93

(四)制造企业管理水平落后 93

三、机会 93

(一)相关行业的政府支持 93

(二)收购外国品牌的良机 93

(三)巨大的市场前景 94

四、挑战 94

(一)激光直接制版机结构调整 94

(二)产业布局调整 94

(三)核心技术创新 95

(四)竞争区域经济发展的挑战 95

第二节 激光直接制版机行业发展战略研究 96

一、战略综合规划 96

二、产业战略规划 96

三、营销品牌战略 96

四、竞争战略规划 97

第四节 激光直接制版机行业品牌的战略思考 97

一、企业品牌的重要性 97

二、企业实施品牌战略的意义 98

(一)利于生产企业市场细分 98

(二)利于产品市场销售 98

(三)利于降低经营风险 98

三、企业品牌的现状分析 98

(一)缺乏品牌管理的人才 99

(二)忽略产品品牌的质量 99

(三)传播品牌的方式单一 99

四、品牌战略管理的策略 100

五、建议 100

(一)加快绿色印刷实施，大力调整结构 100

(二)培育优势骨干企业，增强竞争能力 100

(三)加大创新改造投入，促进转型升级 101

(四)完善行业监督管理，创造健康环境 101

图表目录：

表格 1：2016-2022年我国激光直接制版机市场规模预测	3
表格 2：2010-2015年我国激光直接制版机销售量	39
表格 3：我国印刷专用设备制造业成长能力分析(1)	49
表格 4：我国印刷专用设备制造业成长能力分析(2)	49
表格 5：我国印刷专用设备制造业盈利能力分析	50
表格 6：我国印刷专用设备制造业营运能力分析	51
表格 7：我国印刷专用设备制造业偿债能力分析	51
表格 8：印刷专用设备制造行业主要规模指标统计表	52
表格 9：我国印刷专用设备制造行业主营业务收入统计表	52
表格 10：我国印刷专用设备制造行业利润和亏损情况统计表	53
表格 11：全国印刷专用设备制造行业存货分析表	54
表格 12：网屏(中国)有限公司营运能力关键指标分析表	64
表格 13：网屏(中国)有限公司盈利能力关键指标分析表	65
表格 14：网屏(中国)有限公司偿债能力关键指标分析表	66
表格 15：海德堡(中国)有限公司营运能力关键指标分析表	68
表格 16：海德堡(中国)有限公司盈利能力关键指标分析表	69
表格 17：海德堡(中国)有限公司偿债能力关键指标分析表	70
表格 18：杜邦集团偿营运能力关键指标分析表	73
表格 19：杜邦集团偿盈利能力关键指标分析表	74
表格 20：杜邦集团偿偿债能力关键指标分析表	75
表格 21：科雷机电工业有限公司营运能力关键指标分析表	78
表格 22：科雷机电工业有限公司盈利能力关键指标分析表	78
表格 23：科雷机电工业有限公司偿债能力关键指标分析表	79
表格 24：豹驰技术发展有限公司营运能力关键指标分析表	81
表格 25：豹驰技术发展有限公司盈利能力关键指标分析表	82
表格 26：豹驰技术发展有限公司偿债能力关键指标分析表	83
表格 27：国际主要国家、地区激光直接制版机发展趋势分析表	86
表格 28：2016-2022年国际激光直接制版机行业市场规模预测	86
表格 29：2016-2022年我国激光直接制版机市场规模预测	90

图表目录：

- 图表 1：2010-2015年我国激光直接制版机销售量走势图 1
- 图表 2：国内、外激光直接制版机品牌市场占比情况 2
- 图表 3：国内激光直接制版机产品结构 2
- 图表 4：2016-2022年我国激光直接制版机市场规模预测走势 3
- 图表 5：2011-2015年我国国内生产总值 19
- 图表 6：传统制版机工作流程 30
- 图表 7：激光直接制版机工作流程 30
- 图表 8：激光直接制版机工作原理 31
- 图表 9：行业生命周期 35
- 图表 10：2010-2015年我国激光直接制版机销售量走势图 40
- 图表 11：国内、外激光直接制版机品牌市场占比情况 40
- 图表 12：国内激光直接制版机产品结构 41
- 图表 13：中国激光直接制版机行业用户结构 57
- 图表 14：激光直接制版机销售品牌结构 60
- 图表 15：网屏(中国)有限公司营运能力关键指标走势图 65
- 图表 16：网屏(中国)有限公司盈利能力关键指标走势图 66
- 图表 17：网屏(中国)有限公司偿债能力关键指标走势图 67
- 图表 18：海德堡(中国)有限公司营运能力关键指标走势图 69
- 图表 19：海德堡(中国)有限公司盈利能力关键指标走势图 70
- 图表 20：海德堡(中国)有限公司偿债能力关键指标走势图 71
- 图表 21：杜邦集团偿营运能力关键指标走势图 74
- 图表 22：杜邦集团偿盈利能力关键指标走势图 75
- 图表 23：杜邦集团偿债能力关键指标走势图 76
- 图表 24：科雷机电工业有限公司营运能力关键指标走势图 78
- 图表 25：科雷机电工业有限公司盈利能力关键指标走势图 79
- 图表 26：科雷机电工业有限公司偿债能力关键指标走势图 80
- 图表 27：豹驰技术发展有限公司营运能力关键指标走势图 82
- 图表 28：豹驰技术发展有限公司盈利能力关键指标走势图 83
- 图表 29：豹驰技术发展有限公司偿债能力关键指标走势图 84
- 图表 30：2016-2022年国际激光直接制版机行业市场规模预测走势 87

图表 31：2016-2022年我国激光直接制版机市场规模预测走势 90

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201604/131899.html>