

2017-2022年中国工业机器人行业市场运营态势及 投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国工业机器人行业市场运营态势及投资前景预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/286506.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

由于劳动力短缺与人口红利流失，全球工业机器人市场需求仍加速增长。预估2016年中国大陆地区机器人需求量有望达到9.5万台。如今，国内工业机器人行业处于产业转型、升级需求释放、国家政策红利凸显、资本市场助推的机遇叠加期，工业机器人行业孕育重大投资机遇。

近年大陆积极主导经济发展转型，再加上人口红利流失，境内劳力密集的低端制造业正逐渐转型为技术密集的高端制造业，因此企业对高度自动化的需求日渐增加，带动工业机器人在中国大陆地区的销售量快速增长。《中国制造2025》提出要“围绕汽车、机械、电子、危险品制造、国防军工、化工、轻工等工业机器人、特种机器人，以及医疗健康、家庭服务、教育娱乐等服务机器人应用需求，积极研发新产品，促进机器人标准化、模块化发展，扩大市场应用。”

目前，国内正在服役的机器人已占全球总量的9%左右，2015年市场工业机器人将达7500台，同比增长36.6%，整体而言，机器人市场需求只增不减。在多种因素的引诱下，工业机器人产业的发展速度将再次提速，步入历史上的第二个繁荣发展期，或将比第一次浪潮还将剧烈。

受益于相关政策的扶持和传统产业转型升级的拉动，国产工业机器人市场实现了稳定的增长，2015年上半年共销售工业机器人11275台，同比增长76.8%，按可比口径销量增长27%，是去年全年销售量的66.5%。

2016年全球机器人市场趋势分析：

第一，汽车工业仍为工业机器人主要用户

现阶段汽车工业制造厂商仍然是工业机器人的最大用户，以2014年汽车工业使用机器人密度来看，日、德、美、韩每万名人员中皆使用超过一千台以上的工业机器人，而中国大陆则为305台。由于日本、德国、美国与韩国均是汽车工业大国，未来工业机器人主要需求仍在于汽车工业。

第二，大国政策主导，促使工业与服务机器人市场增长。

工业大国提出机器人产业政策，如德国工业4.0、日本机器人新战略、美国先进制造业伙伴计划、中国十三五规划与《中国制造2025》等国家级政策，皆纳入机器人产业发展为重要内涵，不仅将促使工业机器人市场持续增长，也带动专业型与个人/家庭型服务机器人市场快速增长。

其三，产业整合并购明显

机器人产业整合三种模式：实业模式、投资模式，“企业+基金”模式。三个不同的模式有一个共同的主题，就是在不同的约束条件和因缘际会下、以不同的方式、从不同的方向，共同走向产融结合，贯通产品经营与资本经营的互动和循环，一步步实现企业成长，推动着产业整合。

国内机器人行业水平，还处在互联网行业发展到1995年的水平，但行业成长空间巨大。中国机器人产业有望借道“中国制造2025”实现弯道超车。

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。

报告目录

第一部分 工业机器人市场发展现状

第一章全球工业机器人行业发展分析

第一节 全球工业机器人行业发展轨迹综述

- 一、全球工业机器人行业发展历程
- 二、全球工业机器人行业发展面临的问题
- 三、全球工业机器人行业技术发展现状及趋势

第二节 全球工业机器人行业市场情况

- ##### 第三节 部分国家地区工业机器人行业发展状况
- 一、2010-2015年美国工业机器人行业发展分析
 - 二、2010-2015年欧洲工业机器人行业发展分析
 - 三、2010-2015年日本工业机器人行业发展分析
 - 四、2010-2015年韩国工业机器人行业发展分析

第二章 2015年中国工业机器人产业运行环境解析

第一节 2015年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、财政收支状况（年度更新）
- 八、社会消费品零售总额
- 九、对外贸易&进出口

第三章2010-2015年中国工业机器人行业发展形势

第一节 工业机器人行业发展概况

一、工业机器人行业发展特点分析

二、工业机器人行业投资现状分析

三、工业机器人行业总产值分析

四、工业机器人行业技术发展分析

第二节2010-2015年工业机器人行业市场情况分析

一、工业机器人行业市场发展分析

二、工业机器人市场存在的问题

三、工业机器人市场规模分析

第三节 2010-2015年工业机器人产销状况分析

一、工业机器人产量分析

二、工业机器人产能分析

三、工业机器人市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第四章中国工业机器人行业区域市场分析

第一节 2015年华北地区工业机器人行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

第二节 2015年东北地区工业机器人行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

第三节 2015年华东地区工业机器人行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

第四节 2015年华南地区工业机器人行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

第五节 2015年华中地区工业机器人行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

第六节 2015年西南地区工业机器人行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

第七节 2015年西北地区工业机器人行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

第五章中国工业机器人品牌发展需求环境分析

第一节 国内消费者行为分析

一、整体的消费行为特征

二、消费信心与消费模式

三、消费者的品牌认知度

四、消费者的品牌忠诚度

五、消费特征对企业的启示

第二节 中国工业机器人消费群体分析

一、工业机器人消费者消费动机

二、工业机器人消费者群体特征

三、工业机器人消费者议价能力

第三节 消费者工业机器人品牌忠诚度

一、工业机器人品牌忠诚度

二、工业机器人品牌转移趋势

第二部分 公司对工业机器人市场竞争格局分析

第六章工业机器人行业竞争格局分析

第一节 工业机器人行业集中度分析

一、工业机器人市场集中度分析

二、工业机器人企业集中度分析

三、工业机器人区域集中度分析

第二节 工业机器人行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 工业机器人行业竞争格局分析

一、2015年工业机器人行业竞争分析

二、2015年中外工业机器人产品竞争分析

三、2010-2015年我国工业机器人市场竞争分析

四、2017-2022年国内主要工业机器人企业动向

第三部分 赢利水平与企业分析

第七章中国工业机器人行业整体运行指标分析

第一节2010-2015年中国工业机器人所属行业规模分析

一、企业数量分析

二、资产规模分析

三、销售规模分析

四、利润规模分析

第二节 2010-2015年中国工业机器人所属行业产值分析

第三节 2010-2015年中国工业机器人所属行业成本费用分析

一、成本费用结构变动趋势

二、销售成本分析

三、销售费用分析

四、管理费用分析

五、财务费用分析

第四节2010-2015年中国工业机器人所属行业运营效益分析

第八章工业机器人重点企业发展分析

第一节 公司A

一、企业概况

二、产品结构分析

三、产品价格分析

四、盈利能力以及利润率分析

五、生产布局与产能扩张

六、市场营销区域分析

七、主要客户分析

九、成长性分析

十、公司战略规划分析

第二节 公司B

第三节 公司C

第四节 公司D

第九章公司对工业机器人产品竞争力优势分析

第一节 整体产品竞争力评价

第二节 整体产品竞争力评价结果分析

第三节 竞争优势评价及构建建议

第四节 业内专家观点与结论

第十章公司对工业机器人行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 2015年工业机器人行业投资效益分析

第四节 2015年工业机器人行业投资策略研究

第十一章2017-2022年工业机器人行业投资风险预警

第一节 影响工业机器人行业发展的主要因素

一、2015年影响工业机器人行业运行的有利因素

二、2015年影响工业机器人行业运行的稳定因素

三、2015年影响工业机器人行业运行的不利因素

四、2015年我国工业机器人行业发展面临的挑战

五、2015年我国工业机器人行业发展面临的机遇

第二节 工业机器人行业投资风险预警

一、2017-2022年工业机器人行业市场风险

二、2017-2022年工业机器人行业政策风险

三、2017-2022年工业机器人行业经营风险

- 四、2017-2022年工业机器人行业技术风险
- 五、2017-2022年工业机器人行业竞争风险
- 六、2017-2022年工业机器人行业其他风险

第五部分 公司及业内专家发展趋势与规划建议

第十二章2017-2022年工业机器人行业发展趋势分析

- 第一节 2017-2022年中国工业机器人市场趋势分析
- 第二节 2017-2022年工业机器人产品发展趋势分析
 - 一、2017-2022年工业机器人产品技术趋势分析
 - 二、2017-2022年工业机器人产品价格趋势分析
- 第三节 2017-2022年中国工业机器人行业供需预测
 - 一、2017-2022年中国工业机器人供给预测
 - 二、2017-2022年中国工业机器人需求预测
- 第四节 2017-2022年工业机器人行业盈利能力分析

第十三章工业机器人企业管理策略建议

- 第一节 市场策略分析
 - 一、工业机器人价格策略分析
 - 二、工业机器人渠道策略分析
- 第二节 销售策略分析
 - 一、媒介选择策略分析
 - 二、产品定位策略分析
 - 三、企业宣传策略分析
- 第三节 提高工业机器人企业竞争力的策略
 - 一、提高中国工业机器人企业核心竞争力的对策
 - 二、工业机器人企业提升竞争力的主要方向
 - 三、影响工业机器人企业核心竞争力的因素及提升途径
 - 四、提高工业机器人企业竞争力的策略
- 第四节 对我国工业机器人品牌的战略思考
 - 一、工业机器人实施品牌战略的意义
 - 二、工业机器人企业品牌的现状分析
 - 三、我国工业机器人企业的品牌战略
 - 四、工业机器人品牌战略管理的策略

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/286506.html>