

2015-2020年中国焊接机器人产业发展现状及市场 监测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国焊接机器人产业发展现状及市场监测报告》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/177463.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

焊接机器人是从事焊接（包括切割与喷涂）的工业机器人。根据国际标准化组织（ISO）工业机器人术语标准焊接机器人的定义，工业机器人是一种多用途的、可重复编程的自动控制操作机（Manipulator），具有三个或更多可编程的轴，用于工业自动化领域。为了适应不同的用途，机器人最后一个轴的机械接口，通常是一个连接法兰，可接装不同工具或称末端执行器。焊接机器人就是在工业机器人的末轴法兰装接焊钳或焊（割）枪的，使之能进行焊接，切割或热喷涂。

焊接机器人主要包括机器人和焊接设备两部分。机器人由机器人本体和控制柜（硬件及软件）组成。而焊接装备，以弧焊及点焊为例，则由焊接电源，（包括其控制系统）、送丝机（弧焊）、焊枪（钳）等部分组成。对于智能机器人还应有传感系统，如激光或摄像传感器及其控制装置等。图1a、b表示弧焊机器人和点焊机器人的基本组成。

世界各国生产的焊接用机器人基本上都属关节机器人，绝大部分有6个轴。其中，1、2、3轴可将末端工具送到不同的空间位置，而4、5、6轴解决工具姿态的不同要求。焊接机器人本体的机械结构主要有两种形式：一种为平行四边形结构，一种为侧置式（摆式）结构，如图2a、b所示。侧置式（摆式）结构的主要优点是上、下臂的活动范围大，使机器人的工作空间几乎能达一个球体。因此，这种机器人可倒挂在机架上工作，以节省占地面积，方便地面物件的流动。但是这种侧置式机器人，2、3轴为悬臂结构，降低机器人的刚度，一般适用于负载较小的机器人，用于电弧焊、切割或喷涂。平行四边形机器人其上臂是通过一根拉杆驱动的。拉杆与下臂组成一个平行四边形的两条边。故而得名。早期开发的平行四边形机器人工作空间比较小（局限于机器人的前部），难以倒挂工作。但80年代后期以来开发的新型平行四边形机器人（平行机器人），已能把工作空间扩大到机器人的顶部、背部及底部，又没有侧置式机器人的刚度问题，从而得到普遍的重视。这种结构不仅适合于轻型也适合于重型机器人。近年来点焊用机器人（负载100~150kg）大多选用平行四边形结构形式的机器人。

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家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 行业运行现状

第一章 焊接机器人市场发展概况 1

第一节 焊接机器人市场及产品介绍 1

第二节 2015年焊接机器人市场发展概况5

第三节 焊接机器人市场经济环境分析10

第四节	焊接机器人市场相关政策法规	104
第五节	2015-2020年焊接机器人市场发展前景预测	140
第六节	行业技术水平	146
第七节	市场推广在焊接机器人行业的重要性	152
第八节	营销渠道建设是焊接机器人市场竞争的关键	154
第二章	焊接机器人市场容量/市场规模分析	159
第一节	2012-2015年焊接机器人市场容量/市场规模统计	159
第二节	焊接机器人下游应用市场结构	165
第三节	影响焊接机器人市场容量/市场规模增长的因素	166
第四节	2015-2020年我国焊接机器人市场容量/市场规模预测	168
第二部分	市场推广研究	
第三章	焊接机器人市场推广策略研究	169
第一节	焊接机器人行业新品推广模式研究	169
第二节	焊接机器人市场终端产品发布特点	171
第三节	焊接机器人市场中间商、代理商参与机制	173
第四节	焊接机器人市场网络推广策略研究	176
第五节	焊接机器人市场广告宣传策略	179
第六节	焊接机器人市场推广与配套供货渠道建立	180
第七节	焊接机器人新产品推广常见问题	183
第九节	直销模式在焊接机器人推广过程中的应用	189
第十节	国外焊接机器人市场推广经验介绍（欧美、韩日市场）	196
第四章	焊接机器人盈利模式研究	199
第一节	焊接机器人市场盈利模式的分类	199
第二节	焊接机器人生产企业的盈利模式研究	204
第三节	焊接机器人经销代理商盈利模式研究	205
第四节	盈利模式对市场推广策略选择的影响	207
第五节	独立经销网络盈利模式改进研究	208
第六节	第三方经销网络优化管理研究	209
第三部分	营销策略分析	
第五章	焊接机器人营销渠道建立策略	212
第一节	焊接机器人市场营销渠道结构	212
一、	主力型渠道	
二、	紧凑型渠道	212
三、	伙伴型渠道	212
四、	松散型渠道	213

第二节 焊接机器人市场伙伴型渠道研究	214
第三节 焊接机器人市场直接分销渠道与间接分销渠道管理	221
一、直接分销渠道	221
二、间接分销渠道（长渠道、短渠道）	230
第四节 大客户直供销售渠道建立策略	232
第五节 网络经销渠道优化	242
第六节 渠道经销管理问题	248
一、现金流管理	248
二、货品进出物流管理	251
三、售后服务	253
第六章 焊接机器人市场客户群研究与渠道匹配分析	254
第一节 焊接机器人主要客户群消费特征分析	254
第二节 焊接机器人主要销售渠道客户群稳定性分析	259
第三节 大客户经销渠道构建问题研究	261
第四节 网络客户渠道化发展建议	270
第五节 渠道经销商维护策略研究	276
第六节 焊接机器人市场客户群消费趋势与营销渠道发展方向	278
第四部分 重点企业分析	
第七章 重点企业市场推广策略与营销渠道规划案例	290
第一节 上海创志实业有限公司	290
一、企业介绍与焊接机器人相关业务	290
二、2012-2015年产销统计	291
三、企业焊接机器人市场推广策略与渠道管理	291
四、焊接机器人营销体系布局与商务政策设计分析	291
第二节 昆山华恒焊接股份有限公司	292
一、企业介绍与焊接机器人相关业务	292
二、2012-2015年产销统计	295
三、企业焊接机器人市场推广策略与渠道管理	295
四、焊接机器人营销体系布局与商务政策设计分析	296
第三节 北斗（广州）汽车装备有限公司	297
一、企业介绍与焊接机器人相关业务	297
二、2012-2015年产销统计	297
三、企业焊接机器人市场推广策略与渠道管理	297
四、焊接机器人营销体系布局与商务政策设计分析	298
第四节 新松机器人自动化股份有限公司	298

- 一、企业介绍与焊接机器人相关业务298
- 二、2012-2015年产销统计301
- 三、企业焊接机器人市场推广策略与渠道管理304
- 四、焊接机器人营销体系布局与商务政策设计分析305
- 第五节 启帆工业机器人有限公司305
 - 一、企业介绍与焊接机器人相关业务305
 - 二、2012-2015年产销统计306
 - 三、企业焊接机器人市场推广策略与渠道管理306
 - 四、焊接机器人营销体系布局与商务政策设计分析307
- 第六节 广州数控设备有限公司 307
 - 一、企业介绍与焊接机器人相关业务307
 - 二、2012-2015年产销统计310
 - 三、企业焊接机器人市场推广策略与渠道管理311
 - 四、焊接机器人营销体系布局与商务政策设计分析311
- 第七节 上海沃迪自动化装备股份有限公司312
 - 一、企业介绍与焊接机器人相关业务312
 - 二、2012-2015年产销统计314
 - 三、企业焊接机器人市场推广策略与渠道管理314
 - 四、焊接机器人营销体系布局与商务政策设计分析315
- 第八节 安徽埃夫特智能装备有限公司316
 - 一、企业介绍与焊接机器人相关业务316
 - 二、2012-2015年产销统计317
 - 三、企业焊接机器人市场推广策略与渠道管理318
 - 四、焊接机器人营销体系布局与商务政策设计分析318
- 第九节 成都焊研威达科技股份有限公司 319
 - 一、企业介绍与焊接机器人相关业务319
 - 二、2012-2015年产销统计321
 - 三、企业焊接机器人市场推广策略与渠道管理322
 - 四、焊接机器人营销体系布局与商务政策设计分析322
- 第十节 广州蓝姆汽车设备有限公司 322
 - 一、企业介绍与焊接机器人相关业务322
 - 二、2012-2015年产销统计325
 - 三、企业焊接机器人市场推广策略与渠道管理325
 - 四、焊接机器人营销体系布局与商务政策设计分析325

图表目录:

- 图表：2012-2015年6月我国国内生产总值及增长情况11
- 图表：2015年中国国内生产总值核算 12
- 图表：2012-2015年全国消费价格同比变化情况 12
- 图表：2012-2015年全国主要肉类价格变化情况 13
- 图表：2015年6月居民消费价格分类表同比变化情况 13
- 图表：2012-2015年全国消费价格同比变化情况 14
- 图表：2012-2015社会消费品零售总额比较 14
- 图表：2015年消费零售总额城乡比较15
- 图表：2012-2015年社会消费零售总额名义增速 15
- 图表：2015年中国城镇居民人均可支配收入增速 16
- 图表：2015年城镇居民人均可支配收入 16
- 图表：2012-2015年中国技术合同签订情况 17
- 图表：2012-2015年全国制定国家标准情况 17
- 图表：2002-2015年全国城镇人口比重 18
- 图表：2000-2015年我国城镇化水平变化情况18
- 图表：固定资产投资历史变动轨迹分析19
- 图表：1978-2015年中国城乡居民恩格尔系数走势图 19
- 图表：2015年各省城乡居民恩格尔系数对比 20
- 图表：2009-2015年全国城乡居民恩格尔系数对比20
- 图表：2008-2015年进出口贸易历史变动轨迹21
- 图表：基于CQMM计算的产出缺口 22
- 图表：美国及欧元区经济变化假定24
- 图表：汇率变化假定25
- 图表：M2变化趋势假定25
- 图表：GDP季度增长趋势预测 26
- 图表：价格指数预测27
- 图表：外汇储备增长预测28
- 图表：中国进出口增长预测29
- 图表：固定资产投资总额增长预测30
- 图表：固定资产投资增长率预测31
- 图表：消费增速预测32
- 图表：公共财政收入增速预测33
- 图表：2006-2015年世界生产总值及增长情况34
- 图表：2006-2015年世界发达经济体生产总值及增长情况 35
- 图表：2006-2015年世界欧盟生产总值及增长情况35

- 图表：2006-2015年世界新兴市场和发展中国家生产总值及增长情况36
- 图表：2006-2015年世界经济投资占GDP百分比情况 36
- 图表：2006-2015年世界经济国民储蓄总额占GDP百分比情况 37
- 图表：2012-2015年6月世界经济工业生产指数同比增长率情况37
- 图表：2012-2015年6月世界经济主要货币实际有效汇率指数情况 38
- 图表：2012-2015年6月世界经济主要地区消费者价格指数情况38
- 图表：美国经济增长率及贡献39
- 图表：消费信贷同比增长40
- 图表：可支配收入有所下降41
- 图表：企业意愿显示企业投资难有根本起色42
- 图表：房地产市场持续复苏43
- 图表：市场继续缓慢改善44
- 图表：通货膨胀处于低位45
- 图表：欧元区经济增速触底反弹49
- 图表：欧元区私人消费持续有力反弹49
- 图表：欧元区主要国家十年期国债收益率继续下降50
- 图表：欧元区主要国家十年期国债收益率继续下降50
- 图表：欧元区主要国家十年期国债收益率继续下降51
- 图表：欧元区私人投资反弹乏力52
- 图表：欧元区存货投资低迷52
- 图表：欧元区主要成员国失业率升势放缓53
- 图表：欧元区消费者价格季度涨幅回落，但月度涨幅反弹54
- 图表：欧元有效汇率稳中略升54
- 图表：欧元兑美元和人民币贬值，兑日元和多数新兴市场货币升值55
- 图表：日本经济稳步回升59
- 图表：生产触底回升60
- 图表：同比增长率显示日本出口逐渐向好61
- 图表：PMI稳定在荣枯平衡线以上62
- 图表：劳动力市场更加活跃63
- 图表：日本的温和通货紧缩局面有所改善64
- 图表：日经255指数近期有所回落 64
- 图表：日元贬值明显65
- 图表：对中国进出口增速均有回升68
- 图表：日本自中国进口的制造品占比上升69
- 图表：韩国2015年第4季度经济温和复苏，物价水平仍保持稳定71

- 图表：韩元处于贬值通道72
- 图表：人民币继续对韩元升值，带动中国从韩进口73
- 图表：韩国对华FDI增速仍显著快于全球对华FDI总额增速74
- 图表：GDP增速平缓，通胀温和 75
- 图表：劳动力市场状况良好75
- 图表：澳联储近期可能再次降息77
- 图表：澳进出口开始回升78
- 图表：中国对澳进出口增速也略有回升78
- 图表：全球大宗商品价格下降85
- 图表：中国目前企业盈利状况基本稳定：成本费用利润率88
- 图表：中国的潜在增长率已显著下降：产出-物价曲线 89
- 图表：东盟经济第4季度增长略有放缓94
- 图表：巴西国内投资持续低迷100
- 图表：实际GDP同比增速 102
- 图表：智能制造重点任务布局113
- 图表：智能制造技术路线图116
- 图表：焊接机器人的视觉系统150
- 图表：嵌入式控制焊接机器人系统结构152
- 图表：2012-2015年焊接机器人市场规模统计159
- 图表：中国工业机器人保有量（1999-2015）160
- 图表：中国工业机器人年新增量（2000-2015）160
- 图表：我国各种工业机器人年销量（2009-2015）161
- 图表：中国现阶段工业机器人发展情况与日本七八十年代对比162
- 图表：我国工业机器人年度保有量预测（2015-2015）163
- 图表：我国工业机器人年度装机量预测（2015-2015）163
- 图表：2015-2020年我国焊接机器人市场规模预测168
- 图表：焊接机器人生产企业的盈利模式204
- 图表：大客户关系拓展模型232
- 图表：大客户分析矩阵236
- 图表：大客户经销管理流程262
- 图表：工业品客户关注因素重要性273
- 图表：推广策略渠道的选择条件282
- 图表：各种营销信息源的重要性284
- 图表：上海创志实业有限公司组织结构290
- 图表：昆山华恒焊接股份有限公司组织结构293

图表：昆山华恒焊接股份有限公司财务295

图表：新松机器人自动化股份有限公司产业布局299

图表：新松机器人自动化股份有限公司组织结构300

图表：新松机器人自动化股份有限公司服务流程301

图表：2015年6月新松机器人自动化股份有限公司主营构成分析301

图表：2012-2015年新松机器人自动化股份有限公司每股指标分析 302

图表：2012-2015年新松机器人自动化股份有限公司成长能力分析 302

图表：2012-2015年新松机器人自动化股份有限公司盈利能力分析 302

图表：2012-2015年新松机器人自动化股份有限公司盈利质量分析 302

图表：2012-2015年新松机器人自动化股份有限公司运营能力分析 303

图表：2012-2015年新松机器人自动化股份有限公司财务风险分析 303

图表：2012-2015年新松机器人自动化股份有限公司资产负债表303

图表：2012-2015年新松机器人自动化股份有限公司利润表303

图表：2012-2015年新松机器人自动化股份有限公司现金流量表304

图表：安徽埃夫特智能装备有限公司业务构架317

图表：蓝姆集团组织架构323

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/177463.html>