

2014-2019年中国五金工具 市场竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2019年中国五金工具市场竞争力分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/diangong1403/J14380GI7G.html>

【报告价格】 纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】 2014-03-27

【交付方式】 Email电子版/特快专递

【订购电话】 全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国五金工具市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了中国五金工具行业的概念，接着分析了中国五金工具行业发展环境，然后对中国五金工具行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国五金工具行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国五金工具行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

五金工具是指铁、钢、铝等金属经过锻造、压延、切割等物理加工制造而成的各种金属器件的总称。五金工具包括各种手动、电动、气动、切割工具、汽保工具、农用工具、起重工具、测量工具、工具机械、切削工具、工夹具、刀具、模具、刃具、砂轮、钻头、抛光机、工具配件、量具刃具、油漆工具、磨具磨料等。在全球销售的电动工具中，绝大部分是从我国生产并出口的，我国已经成为世界主要的电动工具供应商。

我国五金行业流通格局主要在流通和终端渠道相互交叉运行的状态下运行,然而随着新兴渠道的崛起,五金制造企业面临着重新对传统代理商、经销商定位、重构合作关系等问题,现代化的电子商务营销平台已成为未来发展的主流。据悉,国内五金工具市场主要分布在浙江、江苏、上海、广东等地,其中浙江和广东最为突出。

目录

第一章 2013年世界五金工具产业运行态势分析 1

第一节 2013年世界五金工具业运行总况 1

一、世界五金工具行业生产格局分布 1

五金工具行业有着悠久的历史，它既传统又新兴，伴随着人们生活、工作的改变而发展。在冶金技术出现后，工具的材质发生了革命性地转变；机械技术的发展促进了工具在造型设计、材质使用、工艺技术、应用领域等方面的革新和发展，并开始考虑力学、人体工程学等设计因素；随着社会经济的发展和工业生产的分工，五金工具的制造更加专业化，品种更加多样化。

目前五金工具产品日益系列化、多样化，品种规格齐全，制造工艺先进，并且渗透到了社会生活和生产的各个层面，无论是在家庭日用领域，还是在制造加工业、修理业、房屋建筑业等行业的工厂车间，都得到了广泛地应用。

从市场定位来看，由于生产技术的飞速发展和劳动力价格昂贵的影响，发达国家已将中、低档五金工具产品加速向发展中国家转移，自己只生产一些高附加值的高档产品。

从规模上看，国外企业规模较大，如美国史丹利公司（Stanley Works）作为全世界最大的工具、五金产品的制造商，自1966年在纽约证券交易所上市以来，一直是美国标准普尔500强企业之一，每年推出数百种新产品，并通过有计划地增长和收购扩大其在发达国家的市场占有率。

从战略策划上看，世界一流公司的产品，往往给人一种非常清晰的印象。从品牌上看，国外的大型工具企业已经成为国际上享有盛名的跨国公司。从技术上讲，跨国企业都有较强的设计能力、先进的加工手段和超前的技术储备。国外五金企业能够建立专门的售后服务体系，以了解并满足用户的需求，并向其提供完善的售后服务，这要求五金企业不仅要熟悉自己产品的性能，更要熟悉用户对加工工艺的要求，厂商与客户之间需要保持更加紧密的关系。

国外主要的五金工具企业	序号	公司名称	基本情况介绍
1 Cooper Industries, Ltd 库珀工业（美国）		始于1833年，1960年开始进入五金工具行业，五金工具、电子产品等，拥有自有品牌。	2 Stanley Works 史丹利（美国）
		始于1843年，经营范围：五金、工具、安防、门类等业务，为上市公司，全球最大的工具、五金和各类门产品的制造商，美国《财富》	3 IRWIN
Industrial Tools 欧文工业工具（美国）		始于1885年，经营范围：制造和销售手工具和电动工具附件。	4 Snap-on Tools 施耐宝工具（美国）
		始于上世纪20年代，经营范围：高档手工具、检测设备以及飞机和汽车高档维修工具。	5
Danaher 美国丹纳赫集团公司		始于1984年，经营范围：专业仪器、工业技术以及工具和部件等。	6 Wiha Werkzeuge GmbH 威汉工具（德国）
		始于1939年，经营范围：高级手工具设计制造，英国、法国、西班牙、	资料来源：博思数据整理

目前在世界范围内，五金工具行业有三个主要的生产基地：西欧、北美和东亚。欧美发达国家的五金工具企业主要以生产中高端产品为主，此类产品主要供应欧美市场，对亚洲、拉丁美洲和非洲的出口比重较小；东亚的五金工具产地主要分布在中国大陆、中国台湾地区以及日本，日本的五金工具产品定位于中高端市场，中国大陆和中国台湾地区的五金工具产品主要以中低端为主，较为依赖海外市场尤其是欧美市场。

根统计：2012年全球五金工具市场规模达到960亿美元，较2011年增长4.1%。

二、生产水平与产品质量水平概况	3
三、世界五金工具行业发展特点	4
四、世界五金工具行业技术经济发展状况	5
第二节 2013年世界五金工具行业主要国家运行分析	5
一、美国	5
二、日本	6
三、德国	7
第三节 2014-2019年世界五金工具行业发展前景预测分析	8

第二章 2013年中国五金工具产业运行环境解析 9

第一节 2011-2013年中国宏观经济环境分析	9
一、GDP历史变动轨迹分析	9
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	16
三、2014年中国经济发展预测分析	19
第二节 2013年中国五金工具产业政策环境分析	20
一、五金工具标准	20
二、国家惠农政策：促进五金工具市场发展	27
三、“下乡”政策对五金工具的影响	27
四、五金工具进出口政策分析	28
第三节 2013年中国五金工具行业技术环境分析	30

第三章 2013年中国五金工具行业运行新形势分析 31

第一节 2013年中国五金工具行业发展概况分析	31
一、五金工具分类	31
二、各类五金工具发展总结	31
三、我国五金工具相比国外的差距及发展措施	37
四、五金工具行业须注重技术创新	39
第二节 2013年中国切削工具行业发展状况分析	41
一、切削工具行业定位	41
二、我国切削刀具制造业现存问题	45
三、切削刀具产业调整策略	46
四、我国切削刀具市场发展前瞻	46

第三节 2013年中国手动工具制造业发展分析 48

一、我国手动工具制造业发展现状 48

二、手动工具产品研发及改进措施 49

三、手动工具度过危机的策略 50

第四节 2013年中国五金工具区域发展情况分析 52

一、四川五金工具迎来需求机遇 52

二、江苏省五金工具积极开拓俄罗斯市场 53

三、建德五金工具产业发展强劲 54

四、义乌五金工具市场企稳向好 56

第五节 2013年中国五金工具营销分析 57

一、五金工具营销需注重市场细分 57

二、五金工具创新营销思路 59

三、农村市场五金工具营销策略 60

四、五金工具搭配销售方法 64

第四章 2010-2014年中国五金工具产量数据统计分析 67

第一节 2010-2013年中国五金工具产量数据分析 67

一、2010-2013年五金工具产量数据分析 67

我国成为全球五金生产大国之一。据业内人士预计,2013年中国五金行业产值预计将达7300亿元,比2012年产值增加约15%。2012年我国五金工具产量约212.6亿件, 同比2011年的173.5亿件增长了22.54%。中国五金行业正从“中国制造”走向“中国创造”。中国五金行业经过多年的发展跨入了全球前列,部分企业不仅取得了良好的经济效益,也成为了世界的排头兵。

2010-2013年中国五金工具产量数据（单位：万件）					五金工具产量	2010年
2011年	2012年	2013年		切削工具	437631	563230
683414	五金工具*	手工工具	301088	376360	459159	五
金工具*		农用及园林用金属工具	148780	178536	223170	五
金工具*		刀剪及类似日用金属工具	214253	257104	308525	
五金工具*		其他金属工具	294886	359761	451500	五金工具*
	合计	1396638	1734991	2125768	五金工具*	

数据来源：国家统计局

二、2010-2013年五金工具重点省市数据分析 67

第二节 2014年中国五金工具产量数据分析 69

一、2014年全国五金工具产量数据分析 69

二、2014年五金工具重点省市数据分析 69

第三节 2014年中国五金工具产量增长性分析 70

一、产量增长 70

二、集中度变化 71

第五章 2011-2013年中国金属工具制造行业数据监测分析 73

第一节 2011-2013年中国金属工具制造行业总体数据分析 73

一、2011年中国金属工具制造行业全部企业数据分析 73

二、2012年中国金属工具制造行业全部企业数据分析 75

三、2013年中国金属工具制造行业全部企业数据分析 76

第二节 2011-2013年中国金属工具制造行业不同规模企业数据分析 78

一、2011年中国金属工具制造行业不同规模企业数据分析 78

二、2012年中国金属工具制造行业不同规模企业数据分析 79

三、2013年中国金属工具制造行业不同规模企业数据分析 79

第三节 2011-2013年中国金属工具制造行业不同所有制企业数据分析 79

一、2011年中国金属工具制造行业不同所有制企业数据分析 79

二、2012年中国金属工具制造行业不同所有制企业数据分析 80

三、2013年中国金属工具制造行业不同所有制企业数据分析 81

第六章 2013年中国五金工具品牌市场营销状况分析 82

第一节 五金工具营销模式 82

一、产品营销 82

二、标准营销 82

三、服务营销 83

四、品牌营销 83

第二节 2013年中国五金工具品牌市场营销状况分析 84

一、史丹利五金(著名品牌,) 84

- 二、拓进 (TOOLKING) 五金 (工具之王) 84
- 三、天奴五金 (中国著名品牌) 84
- 四、顶固五金(著名品牌) 85
- 五、摩登五金(知名品牌) 85
- 六、奥捷五金(大型企业) 85
- 七、伊可夫(1980年德国) 86
- 八、GMT东丰五金 87
- 九、斯力高五金 87
- 十、潘易五金(中国驰名商标) 88

第七章 2013年中国五金工具行业市场竞争格局分析 89

第一节 2013年中国五金工具市场竞争总况 89

- 一、五金工具竞争激烈 89
- 二、五金工具品牌竞争分析 89
- 三、五金工具竞争焦点分析 91

第二节 2013年中国五金工具行业集中度分析 92

- 一、中国五金工具行业市场集中度分析 92
- 二、中国五金工具行业企业分布分析 93

第三节 2013年中国五金工具企业提升竞争力分析 97

第八章 2013年世界五金工具行业知名企业运营情况分析 99

第一节 美国史丹利 99

第二节 德国彼特·伊格尔 100

第三节 住友电工 100

第四节 京瓷 101

第五节 山特维克 102

第七节 MAPAL 103

第八节 瓦格纳 104

第九章 2013年中国五金工具行业优势企业竞争力分析 106

第一节 上海世达机械工具厂有限公司 106

- 一、企业概况 106

二、企业主要经济指标分析	106
三、企业盈利能力分析	107
四、企业偿债能力分析	107
五、企业运营能力分析	107
第二节 昆山联华塑胶五金有限公司	108
一、企业概况	108
二、企业主要经济指标分析	108
三、企业盈利能力分析	108
四、企业偿债能力分析	108
五、企业运营能力分析	109
第三节 青岛隆山机械工具有限公司	109
一、企业概况	109
二、企业主要经济指标分析	110
三、企业盈利能力分析	110
四、企业偿债能力分析	110
五、企业运营能力分析	111
第四节 上海环鑫工业制造有限公司	111
一、企业概况	111
二、企业主要经济指标分析	111
三、企业盈利能力分析	112
四、企业偿债能力分析	112
五、企业运营能力分析	112
第五节 昆山光荣工具有限公司	113
一、企业概况	113
二、企业主要经济指标分析	113
三、企业盈利能力分析	114
四、企业偿债能力分析	114
五、企业运营能力分析	115
六、企业成长能力分析	115
第六节 嘉禾县中兴工具有限公司	115
一、企业概况	115
二、企业主要经济指标分析	115

三、企业盈利能力分析 116

四、企业偿债能力分析 117

五、企业运营能力分析 117

六、企业成长能力分析 117

第七节 浙江宏力工具有限公司 118

一、企业概况 118

二、企业主要经济指标分析 118

三、企业盈利能力分析 119

四、企业偿债能力分析 119

五、企业运营能力分析 119

六、企业成长能力分析 120

第八节 宁波德诚工具有限公司 120

一、企业概况 120

二、企业主要经济指标分析 120

三、企业盈利能力分析 121

四、企业偿债能力分析 121

五、企业运营能力分析 122

六、企业成长能力分析 122

第九节 苏州市新大地五金制品有限公司 123

一、企业概况 123

二、企业主要经济指标分析 123

三、企业盈利能力分析 124

四、企业偿债能力分析 124

五、企业运营能力分析 125

六、企业成长能力分析 125

第十节 昆山鼎坚企业五金有限公司 125

一、企业概况 125

二、企业主要经济指标分析 125

三、企业盈利能力分析 126

四、企业偿债能力分析 126

五、企业运营能力分析 127

六、企业成长能力分析 127

第十章 2014-2019年中国五金工具行业发展前景预测分析 128

第一节 2014-2019年中国五金工具行业发展趋势分析 128

一、中国五金工具行业发展前景分析 128

二、中国五金工具行业技术开发方向 129

第二节 2014-2019年中国五金工具行业市场预测分析 130

一、五金工具供应预测 130

二、五金工具需求预测 130

三、五金工具产品价格走势预测 131

四、五金工具市场盈利能力预测 132

第三节 2014-2019年中国五金工具行业竞争格局预测 133

第十一章 2014-2019年中国五金工具行业投资战略研究 134

第一节 2013年中国五金工具行业投资环境分析 134

第二节 2013年中国五金工具行业投资周期分析 135

一、经济周期 135

二、增长性与波动性 136

三、成熟度分析 137

第三节 2014-2019年中国五金工具行业投资机会分析 138

一、中国五金工具行业吸引力分析 138

二、中国五金工具行业区域投资潜力分析 138

三、与产业政策调整相关的投资机会分析 139

第四节 2014-2019年中国五金工具行业投资风险分析 140

一、市场竞争风险 140

二、技术风险分析 140

三、其它风险 141

第五节 博思数据投资建议 141

图表目录：部分

图表：国外主要的五金工具企业

图表：2009-2012年全球五金工具市场规模统计：亿美元

图表：2010-2012年美国刀具市场规模：亿美元

图表：2009-2012年日本五金工具市场规模：亿美元

图表：2005-2012年日本切削市场需求规模：百万美元

图表：2010-2012年德国五金工具市场规模：亿美元

图表：2013-2017年全球五金工具市场规模预测：亿美元

图表：2012年1-12月中国金属切削工具产量分省市统计

图表：2011年1-12月中国金属切削工具产量分省市统计

图表：2010年1-12月中国金属切削工具产量分省市统计

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/diangong1403/J14380GI7G.html>