

# 2009-2012年打火机行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2009-2012年打火机行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/200908/23945.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

打火机制造属于劳动密集型行业，中国已成为全球打火机最大生产基地和出口基地。世界打火机的制造中心已经转移到中国，中国具有明显的劳动力成本优势，每年国内生产打火机在150亿只以上，其中超过65亿只出口。已经形成包括原材料供应、零部件制造、产品组装在内的比较完整的塑料打火机产业群，最重要的生产基地是宁波（主要生产塑料电子打火机）、广东（以生产塑料砂轮打火机为主）和温州（以生产金属打火机为主）。但行业竞争激烈，市场化程度很高，国内生产打火机的厂商在千家以上，产能过亿只的厂商也有约30家。全球打火机的主要企业包括法国上市公司BIC、瑞典上市公司SWEDISH MATCH、日本TOKAI、西班牙FLAMAGAS，公司销售额排名大约在世界第四位，TOKAI、中国的打火机制造商已占据了全球打火机95%以上的市场份额。

打火机作为五金手动工具中的小件，逐渐走出生活品的圈子，进而发展成为一种独特的工艺品，具有很高的观赏和收藏价值，中国收藏火机的约有2000多人。另据统计世界上有18.8亿的烟民，面对庞大的需求市场，打火机作为一种实用的广告媒体孕育而生。精明的厂家将打火机作为一种理想的促销伴侣，因其投资少、效果持久、对象群明确，得到了市场的青睐。但遗憾的是一场金融海啸，还是让这个黄金产品暴露了“危机”。在10年之前，温州打火机相当牛气，企业最多时达3000多家，并全部生产金属外壳高档产品。而作为这座城市的四大支柱产业之一，温州打火机行业占据了全球金属打火机市场80%的份额。也就是说，10只金属打火机有8只一定是来自温州，而另外的2只可能来自日本或者韩国。据温州打火机协会统计，温州打火机是上世纪90年代崛起的重要特色产业，集中于鹿城区和瓯海区。2000年，温产打火机的产量达到4.4亿只，产值20亿元，销往世界60个国家和地区。其中，日丰、东方、虎牌等，都是温州知名的打火机品牌。但很大一部分打火机产品，只是贴牌生产，没有自己的牌子。因而，国际金融危机导致海外市场萎缩只是行业危机的一个方面。事实上，产品附加值不高、缺乏自主知识产权，以及原材料、能源、物流及劳动力价格的上涨，严重封杀了产品的利润空间。而汇率、出口退税政策的变化加之银根紧缩等因素，大大增加了企业运转的难度。

打火机行业的急剧萎缩，已经带来了打火机产业供应链条上的剧烈变动。电镀行业和气枪铜零件，是打火机生产制造上游中的重要两个环节，然而它们正经受着打火机市场萎缩的煎熬。此前，在打火机企业有1000家左右时，专业电镀打火机工厂有100家左右。截至目前，专业电镀打火机工厂剩下为数不多的30家，更多的企业还是更换了电镀业务。历经种种挫折，行业的中坚力量生存下来，行业发展前景光明。由于最近几年来，打火机经历了CR法规、欧盟反倾销以及原材料价格由不断上涨到剧烈波动等，行业不断进行洗牌，大部分规模小，

实力不强，没有厂房的企业被淘汰，生存下来的企业基本上都是比较“优质”的，如果仅仅从业务量来看，这次金融危机对生存下来的打火机企业来说影响不大，假设以前整个市场需求是1亿只打火机，但有500家企业来分蛋糕，现在即使总量缩减到5000万只，但只有200个企业分蛋糕，平均下来大家的蛋糕还要大些。温州打火机行业还非常脆弱。金融危机，使整个打火机市场发生了很大的变化，零售市场急剧下滑，广告礼品市场成为生产企业订单的主要来源。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国际安全打火机协会、温州打火机协会、宁波市打火机行业协会、温州市烟具行业协会、全国商业信息中心、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及各省市相关统计单位与行业协会等公布和提供的大量资料和实地调查获取的第一手信息，对我国打火机行业的发展状况、需求状况、营销状况、消费变化、打火机企业的战略选择以及打火机市场发展趋势进行了详细的分析和预测，并对国内打火机子产业和重点市场的发展、国内外著名品牌企业的经营管理、等方面进行了深入探讨。本报告是打火机原料供应、生产加工和市场经营企业或单位及计划投资于打火机行业的企业、单位和个人等准确了解目前国内外打火机市场发展动态，把握打火机行业消费现状与趋势，制定市场策略的重要决策依据之一，具有重要参考价值。

## 目录

### CONTENTS

#### 第一部分 行业发展现状

##### 第一章 打火机行业发展概述

###### 第一节 打火机的概念

###### 一、打火机的定义

###### 二、打火机的特点

###### 三、打火机的分类

###### 第二节 打火机行业发展成熟度

###### 一、行业发展周期分析

###### 二、行业中外市场成熟度对比

###### 三、行业及其主要子行业成熟度分析

###### 第三节 打火机市场特征分析

###### 一、市场规模

###### 二、产业关联度

三、影响需求的关键因素

四、国内和国际市场

五、主要竞争因素

六、生命周期

第二章 国际打火机市场发展分析

第一节 世界打火机行业发展分析

一、2007年世界打火机行业发展分析

二、2008年世界打火机行业发展分析

三、2009年世界打火机行业发展分析

第二节 全球打火机市场分析

一、2009年全球打火机需求分析

二、2009年欧美打火机需求分析

三、2009年中外打火机市场对比

第三节 2008-2009年主要地区打火机行业发展分析

一、2008-2009年美洲打火机行业分析

二、2008-2009年亚洲打火机行业分析

三、2008-2009年欧洲打火机行业分析

第三章 我国打火机行业发展分析

第一节 国内打火机行业发展现状

一、我国打火机行业消费状况

二、我国打火机行业生产状况

三、我国打火机行业面临的问题

四、我国打火机行业产品结构

五、中国打火机行业技术发展

第二节 中国打火机市场供需状况

一、2009年中国打火机行业供给能力

二、2009年中国打火机市场供给分析

三、2009年中国打火机市场需求分析

四、2009年中国打火机产品价格分析

第三节 我国打火机市场分析

一、2008年上半年打火机市场分析

二、2008年下半年打火机市场分析

三、2009年上半年打火机市场分析

四、2009年打火机市场的走向分析

#### 第四章 打火机产业经济运行分析

##### 第一节 2008-2009年中国打火机产业工业总产值分析

一、2008-2009年中国打火机产业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

##### 第二节 2008-2009年中国打火机产业市场销售收入分析

一、2008-2009年中国打火机产业市场总销售收入分析

二、不同规模企业总销售收入分析

三、不同所有制企业总销售收入比较

##### 第三节 2008-2009年中国打火机产业产品成本费用分析

一、2008-2009年中国打火机产业成本费用总额分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

##### 第四节 2008-2009年中国打火机产业利润总额分析

一、2008-2009年中国打火机产业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

#### 第五章 我国打火机产业进出口分析

##### 第一节 我国打火机产品进口分析

一、2008年进口总量分析

二、2008年进口结构分析

三、2008年进口区域分析

##### 第二节 我国打火机产品出口分析

一、2008年出口总量分析

二、2008年出口结构分析

三、2008年出口区域分析

##### 第三节 我国打火机产品进出口预测

一、2009年上半年进口分析

二、2009年上半年出口分析

三、2009年打火机进口预测

#### 四、2009年打火机出口预测

### 第六章 中国打火机行业消费市场分析

#### 第一节 中国打火机消费者收入分析

##### 一、中国人口、人民生活分析

##### 二、2008-2009年消费者收入水平

##### 三、2009年消费者信心指数分析

#### 第二节 打火机行业目标客户群体调查

##### 一、不同收入水平消费者偏好调查

##### 二、不同年龄的消费者偏好调查

##### 三、不同地区的消费者偏好调查

#### 第三节 打火机市场消费需求分析

##### 一、打火机市场的消费需求变化

##### 二、打火机行业的需求情况分析

##### 三、2009年打火机品牌市场消费需求分析

#### 第四节 打火机消费市场状况分析

##### 一、打火机行业消费特点

##### 二、打火机消费者分析

##### 三、打火机消费结构分析

##### 四、打火机消费的市场变化

##### 五、打火机市场的消费方向

### 第二部分 行业竞争格局

### 第七章 打火机行业竞争格局分析

#### 第一节 行业竞争结构分析

##### 一、现有企业间竞争

##### 二、潜在进入者分析

##### 三、替代品威胁分析

##### 四、供应商议价能力

##### 五、客户议价能力

#### 第二节 行业集中度分析

##### 一、市场集中度分析

##### 二、企业集中度分析

##### 三、区域集中度分析

### 第三节 行业国际竞争力比较

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

### 第四节 打火机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、重点企业出口交货值对比分析

#### 五、重点企业利润总额对比分析

#### 六、重点企业综合竞争力对比分析

### 第五节 2008-2009年打火机行业竞争格局分析

#### 一、2008年打火机行业竞争分析

#### 二、2008年中外打火机产品竞争分析

#### 三、2008-2009年国内外打火机竞争分析

#### 四、2008-2009年我国打火机市场竞争分析

#### 五、2008-2009年我国打火机市场集中度分析

#### 六、2009-2012年国内主要打火机企业动向

## 第八章 打火机企业竞争策略分析

### 第一节 打火机市场竞争策略分析

#### 一、2009年打火机市场增长潜力分析

#### 二、2009年打火机主要潜力品种分析

#### 三、现有打火机产品竞争策略分析

#### 四、潜力打火机品种竞争策略选择

#### 五、典型企业产品竞争策略分析

### 第二节 打火机企业竞争策略分析

#### 一、金融危机对打火机行业竞争格局的影响

#### 二、金融危机后打火机行业竞争格局的变化

#### 三、2009-2012年我国打火机市场竞争趋势

#### 四、2009-2012年打火机行业竞争格局展望

五、2009-2012年打火机行业竞争策略分析

六、2009-2012年打火机企业竞争策略分析

## 第九章 主要打火机品牌竞争分析

### 第一节 芝宝（中国驰名商标）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

### 第二节 都彭（中国驰名商标）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

### 第三节 双枪（中国驰名商标）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

### 第四节 新海（中国驰名商标）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

### 第五节 虎牌（一线品牌）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

### 第六节 登喜路（中国驰名商标）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

#### 第七节 恒星（中国驰名商标）

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2008-2009年经营状况

##### 四、2009-2012年发展战略

#### 第八节 东方（中国驰名商标）

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2008-2009年经营状况

##### 四、2009-2012年发展战略

#### 第九节 百诚（中国驰名商标）

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2008-2009年经营状况

##### 四、2009-2012年发展战略

#### 第十节 日丰（中国驰名商标）

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2008-2009年经营状况

##### 四、2009-2012年发展战略

#### 第三部分 行业前景预测

#### 第十章 打火机行业发展趋势分析

##### 第一节 2009年发展环境展望

##### 一、2009年宏观经济形势展望

##### 二、2009年政策走势及其影响

##### 三、2009年国际行业走势展望

##### 第二节 2009年打火机行业发展趋势分析

##### 一、2009年技术发展趋势分析

##### 二、2009年产品发展趋势分析

##### 三、2009年行业竞争格局展望

##### 第三节 2009-2012年中国打火机市场趋势分析

- 一、2008-2009年打火机市场趋势总结
- 二、2009-2012年打火机发展趋势分析
- 三、2009-2012年打火机市场发展空间
- 四、2009-2012年打火机产业政策趋向
- 五、2009-2012年打火机技术革新趋势
- 六、2009-2012年打火机价格走势分析

## 第十一章 未来打火机行业发展预测

### 第一节 未来打火机需求与消费预测

- 一、2009-2012年打火机产品消费预测
- 二、2009-2012年打火机市场规模预测
- 三、2009-2012年打火机行业总产值预测
- 四、2009-2012年打火机行业销售收入预测
- 五、2009-2012年打火机行业总资产预测

### 第二节 2009-2012年中国打火机行业供需预测

- 一、2008-2012年中国打火机供给预测
- 二、2009-2012年中国打火机产量预测
- 三、2009-2012年中国打火机需求预测
- 四、2009-2012年中国打火机供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国打火机产品价格预测
- 六、2009-2012年主要打火机产品进出口预测

## 第四部分 投资战略研究

### 第十二章 打火机行业投资现状分析

#### 第一节 2008年打火机行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

#### 第二节 2009年上半年打火机行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资及结构
- 二、2009年上半年投资规模情况

三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

六、2009年上半年外商投资情况

第十三章 打火机行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年打火机行业政策环境

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响

第十四章 打火机行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2009年相关产业活力系数比较

二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2009年相关产业投资收益率比较

二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 打火机行业投资效益分析

一、2008-2009年打火机行业投资状况分析

二、2009-2012年打火机行业投资效益分析

三、2009-2012年打火机行业投资趋势预测

四、2009-2012年打火机行业的投资方向

五、2009-2012年打火机行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响打火机行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响打火机行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响打火机行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响打火机行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国打火机行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国打火机行业发展面临的机遇分析

#### 第五节 打火机行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年打火机行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年打火机行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年打火机行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年打火机行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年打火机同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012年打火机行业其他风险及控制策略

### 第十五章 打火机行业投资战略研究

#### 第一节 打火机行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

#### 第二节 对我国打火机品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、打火机实施品牌战略的意义
- 三、打火机企业品牌的现状分析
- 四、我国打火机企业的品牌战略
- 五、打火机品牌战略管理的策略

#### 第三节 打火机行业投资战略研究

- 一、2009年烟具行业投资战略研究
- 二、2009年打火机行业投资战略研究
- 三、2009-2012年打火机行业投资形势
- 四、2009-2012年打火机行业投资战略

## 图表目录

图表：打火机产业链分析

图表：国际打火机市场规模

图表：国际打火机生命周期

图表：2008-2009年中国打火机行业市场规模

图表：2008-2009年全球打火机产业市场规模

图表：2008-2009年打火机重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国打火机行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国打火机行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国打火机行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国打火机竞争力分析

图表：2009-2012年中国打火机产能预测

图表：2009-2012年中国打火机消费量预测

图表：2009-2012年中国打火机市场前景预测

图表：2009-2012年中国打火机市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国打火机发展前景预测

图表：2008年1-12月打火机进口数据

图表：2008年1季度打火机进口数据

图表：2008年1月打火机进口数据

图表：2008年2月打火机进口数据

图表：2008年3月打火机进口数据

图表：2008年2季度打火机进口数据

图表：2008年4月打火机进口数据

图表：2008年5月打火机进口数据

图表：2008年6月打火机进口数据

图表：2008年3季度打火机进口数据

图表：2008年7月打火机进口数据

图表：2008年8月打火机进口数据

图表：2008年9月打火机进口数据

图表：2008年4季度打火机进口数据

图表：2008年10月打火机进口数据

图表：2008年11月打火机进口数据

图表：2008年12月打火机进口数据  
图表：2008年1-12月打火机出口数据  
图表：2008年1季度打火机出口数据  
图表：2008年1月打火机出口数据  
图表：2008年2月打火机出口数据  
图表：2008年3月打火机出口数据  
图表：2008年2季度打火机出口数据  
图表：2008年4月打火机出口数据  
图表：2008年5月打火机出口数据  
图表：2008年6月打火机出口数据  
图表：2008年3季度打火机出口数据  
图表：2008年7月打火机出口数据  
图表：2008年8月打火机出口数据  
图表：2008年9月打火机出口数据  
图表：2008年4季度打火机出口数据  
图表：2008年10月打火机出口数据  
图表：2008年11月打火机出口数据  
图表：2008年12月打火机出口数据  
图表：2009年1-6月打火机进口数据  
图表：2009年1季度打火机进口数据  
图表：2009年1月打火机进口数据  
图表：2009年2月打火机进口数据  
图表：2009年3月打火机进口数据  
图表：2009年2季度打火机进口数据  
图表：2009年4月打火机进口数据  
图表：2009年5月打火机进口数据  
图表：2009年6月打火机进口数据  
图表：2009年1-6月打火机出口数据  
图表：2009年1季度打火机出口数据  
图表：2009年1月打火机出口数据  
图表：2009年2月打火机出口数据  
图表：2009年3月打火机出口数据

图表：2009年2季度打火机出口数据

图表：2009年4月打火机出口数据

图表：2009年5月打火机出口数据

图表：2009年6月打火机出口数据

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200908/23945.html>