

2014-2020年中国灯丝市场 调研与投资决策咨询报告

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

《2014-2020年中国灯丝市场调研与投资决策咨询报告》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/201404/103217.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

灯泡或电子管内耐高温的金属丝，多为细钨丝，也有用钽或者它们的合金，通电时能直接发光、发热，或者放射电子、紫外线、形成高能电场或产生高能射线等激发荧光物质、稀有气体或形成等离子体等，产生各种颜色可见光。最早的白炽灯丝由爱迪生试验发明。通电后，将电能转换成内能再转换成光能的纯电阻用电器，主要是转换成光能。

灯丝形状，灯丝在室温下的电阻有几十欧甚至几百欧，这样大的电阻，其长度很长，灯泡无法容下，而且电流通过灯丝产生的热量很快就会发散出去，不能使灯丝达到预定温度（2000℃左右），灯丝做成螺旋状，不利于散热，还可加大电阻。

灯丝功率由 $P=(U^2)/R$ 以及 $R=\rho L/S$ 可知，U相同，R越大，功率越小，所以灯丝细而长的灯泡功率相对较小。

白炽灯的灯丝很细，是电炉丝的1/10~1/20左右，将灯丝绕成双螺旋状，灯丝间的螺距很小，便于集中热量，这样电流通过灯丝产生的热，很快使灯丝温度达到2500℃以上，并保持这个温度，灯丝处于白炽状态，灯丝向外发射白光。虽然灯丝将消耗的电能转化为热，用以维持灯丝的白炽状态，白炽的灯丝只将7%~8%的电能转化为光，但这部分光是可见光，比电炉丝转化的可见光要强很多很多倍。

本研究报告数据主要通过市场调研、国家统计局、全国海关信息中心等数据资料，以及期刊及网上信息二手资料进行桌面研究。其中国家统计局可利用的数据包括行业数据以及企业数据；全国海关信息中心包括进出口数据；再加上自身公司的调研团队进行市场调研，价格数据主要来自于各类市场监测数据。

【 目录 】

第一章 2013年中国灯丝产品基本概述

第一节 灯丝产品基本概况

第二节 灯丝市场特点分析

一、产品特征

二、价格特征

三、渠道特征

四、购买特征

第三节 中国灯丝行业发展周期特征

第二章 2013年中国灯丝行业宏观环境剖析

第一节 中国经济发展环境分析

一、中国GDP分析

二、固定资产投资

三、城镇人员从业状况

四、恩格尔系数分析

五、2014-2020年中国宏观经济发展预测

第二节 中国灯丝行业政策环境解读

一、产业政策分析

二、相关产业政策影响研究

第三节 中国灯丝行业技术环境研究

一、中国灯丝技术发展情况

二、中国灯丝产品工艺特点或流程

三、中国灯丝行业技术发展趋势

第三章 2014-2020年中国灯丝市场规模研究

第一节 灯丝市场现状分析及预测

一、2009-2012年中国灯丝市场规模分析

二、2014-2020年中国灯丝市场规模预测

第二节 灯丝产品产能分析及预测

一、2009-2012年中国灯丝产能分析

二、2014-2020年中国灯丝产能预测

第三节 灯丝产品产量分析及预测

一、2009-2012年中国灯丝产量分析

二、2014-2020年中国灯丝产量预测

第四节 灯丝市场需求分析及预测

一、2009-2012年中国灯丝市场需求分析

二、2014-2020年中国灯丝市场需求预测

第五节 灯丝行业市场规模及供需形势预测

一、2014-2020年国内灯丝市场规模预测

二、2014-2020年国内灯丝市场结构预测

三、2014-2020年国内灯丝市场供需预测

第四章 2012-2013年中国灯丝进出口数据监测调查研究

第一节 2009-2012年中国灯丝进出口数据跟踪监测

- 一、进口量数据（海关总署进口数据库监测）
- 二、出口量数据（海关总署出口数据库监测）
- 第二节 2014-2020年国内灯丝产品未来进出口趋势预测
- 一、进口量数据（高级分析师准确预测）
- 二、出口量数据（高级分析师准确预测）
- 第三节 2014-2020年国内灯丝产品未来价格走势预测
- 第五章 2013年中国灯丝细分行业SWOT研究分析
- 第一节 国外品牌剖析（分析师准确运用SWOT分析）
- 一、品牌A
- 二、品牌B
- 三、品牌C
- 四、品牌D
- 五、品牌E
- 六、.....
- 第二节 国内品牌剖析（分析师准确运用SWOT分析）
- 一、品牌一
- 二、品牌B
- 三、品牌C
- 四、品牌D
- 五、品牌E
- 六、.....
- 第三节 灯丝细分领域调查研究分析
- 第六章 2013年中国灯丝行业竞争力深度分析
- 第一节 2012-2013年中国灯丝行业竞争现状
- 第二节 2012-2013年中国灯丝企业竞争力研究
- 第三节 2014-2020年中国灯丝竞争态势预测
- 第七章 2013年中国灯丝产业渠道考察分析
- 第一节 中国灯丝产品的需求地域分布结构
- 一、市场集中度分析
- 二、需求地域分布结构
- 第二节 中国灯丝产品重点区域市场消费调研
- 一、华东区域

- 二、华南区域
- 三、华北区域
- 四、西南区域
- 五、西北区域
- 六、华中区域
- 七、东北区域

第三节 2012-2013年中国灯丝产品的经销模式

第四节 2012-2013年中国灯丝渠道格局研究

第五节 2012-2013年中国灯丝渠道形式分析

第六节 2012-2013年中国灯丝渠道要素对比

第七节 2012-2013年中国灯丝灯丝行业国际化营销模式

第八节 2012-2013年中国灯丝产品生产及销售投资运作模式探讨

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

1、产品外销优势

2、产品的内销优势

第八章 国内灯丝标杆企业实地调研结果（

第一节 企业一

一、企业发展状况调查

二、企业主要经济指标

三、企业成长性分析

四、企业经营能力考察

五、企业盈利能力及偿债能力

六、企业发展规划及战略

第二节 企业二

一、企业发展状况调查

二、企业主要经济指标

三、企业成长性分析

四、企业经营能力考察

五、企业盈利能力及偿债能力

六、企业发展规划及战略

第三节 企业三

- 一、企业发展状况调查
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力考察
- 五、企业盈利能力及偿债能力
- 六、企业发展规划及战略

第四节 企业四

- 一、企业发展状况调查
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力考察
- 五、企业盈利能力及偿债能力
- 六、企业发展规划及战略

第五节 企业五

- 一、企业发展状况调查
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力考察
- 五、企业盈利能力及偿债能力
- 六、企业发展规划及战略

第六节 企业六

第七节 企业七

第八节

第九章 2013年中国灯丝行业相关产业发展形势研判

第一节 2012-2013年中国灯丝产业链发展形势

第二节 2012-2013年中国灯丝上游行业发展状况

（一）上游原材料生产情况

（一）上游原材料需求情况

第三节 2013年中国灯丝下游行业发展局势研究

第十章 2014-2020年中国灯丝行业未来趋势与前景展望预测

第一节 2014-2020年中国灯丝行业发展关键要素

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

第二节 中国灯丝行业发展影响因素分析

一、有利因素分析

二、不利因素分析

第三节 2014-2020年中国灯丝行业前景展望

第四节 2013-2015年中国灯丝未来发展预测

第五节 2014-2020年中国灯丝投资商机探讨

一、行业投资潜力研究

二、行业投资热点点评

三、行业投资区域调研

四、行业投资吸引力研究

第六节 2014-2020年中国灯丝投资风险研究

一、技术风险分析

二、原材料风险分析

三、政策/体制风险分析

四、进入/退出风险分析

1、沉没成本

2、政策上的限制

五、经营管理风险分析

第十一章 2014-2020年灯丝行业投资战略专家点评研究

第一节 2014-2020年中国灯丝行业投资价值研究

一、中国灯丝行业盈利能力

二、中国灯丝行业偿债能力

三、中国灯丝产品投资收益率预测

四、中国灯丝行业运营效率研究

第二节 2014-2020年国内灯丝行业投资机会分析

一、国内强劲的经济增长对灯丝行业的支撑因素

二、下游行业的需求对灯丝行业的推动因素

三、相关产业的发展对灯丝行业的带动因素

第三节 2014-2020年国内灯丝行业投资热点及未来投资方向

一、产品未来发展趋势

二、未来价格变化趋势预测

三、用户需求结构变化趋势

第十二章 2014-2020年中国灯丝项目投资建议与专家评估

第一节 目标群体建议（应用领域）

第二节 产品分类与定位建议

第三节 价格定位建议

第四节 技术应用建议

第五节 投资区域建议

第六节 销售渠道建议

第七节 资本并购重组运作模式建议

第八节 企业经营管理建议

第九节 重点客户建设建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103217.html>