

2016-2022年中国铸造市场 监测及发展方向研究报告

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

《2016-2022年中国铸造市场监测及发展方向研究报告》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.cction.com/report/201604/132251.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

前言

铸造是人类掌握比较早的一种金属热加工工艺，已有约6000年的历史。中国约在公元前1700～前1000年之间已进入青铜铸件的全盛期，工艺上已达到相当高的水平。铸造是将液体金属浇铸到与零件形状相适应的铸造空腔中，待其冷却凝固后，以获得零件或毛坯的方法。被铸物质多为原为固态但加热至液态的金属（例：铜、铁、铝、锡、铅等），而铸模的材料可以是砂、金属甚至陶瓷。因应不同要求，使用的方法也会有所不同。

统计显示，2013年我国铸件消费量达到4256万吨，同比增长6.3%。各类行业铸件需求比例以汽车铸件为最多，比例超过 1/4，占比达 26.5%。汽车产量及结构的变化对铸件总产量影响非常大。此外，铸管及管件行业铸件需求占比达 12.6%。

报告目录：

第一章 2014-2015年中国铸造行业发展概述1

第一节 铸造行业概述1

一、铸造的定义1

二、铸造的特点1

第二节 铸造上下游产业链分析3

一、产业链模型介绍3

二、铸造行业产业链分析5

第三节 铸造行业生命周期分析6

一、行业生命周期概述6

二、铸造行业所属的生命周期7

第四节 行业经济指标分析9

一、赢利性9

二、附加值的提升空间9

三、进入壁垒 / 退出机制9

四、行业周期10

第二章 2014年世界铸造市场运行形势分析11

第一节 2014年全球铸造行业发展回顾11

第二节 亚洲地区主要市场概况11

第三节 欧盟主要国家市场概况12

第四节 北美地区主要市场概况12

第五节 2016-2022年世界铸造发展走势预测	13
第三章 2014年中国铸造产业发展环境分析	14
第一节 2014年中国宏观经济环境分析	14
一、GDP历史变动轨迹分析	14
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	23
三、2015年中国经济发展预测分析	24
第二节 铸造行业主管部门、行业监管体	27
第三节 中国铸造行业政策环境分析	31
第四节 2014年中国铸造产业社会环境发展分析	38
一、人口环境分析	38
二、教育环境分析	39
三、文化环境分析	39
四、生态环境分析	41
五、消费观念分析	42
第四章 2014年中国铸造产业运行情况	46
第一节 中国铸造行业发展状况	46
一、铸造行业市场供给情况	46
二、铸造行业市场需求情况	48
三、铸造行业市场容量	49
第二节 中国铸造行业价格走势分析	49
一、铸造行业价格影响因素分析	49
二、2014-2015年铸造行业价格走势回顾	50
三、2016-2022年铸造行业价格走势预测	51
第三节 中国铸造行业技术发展分析	51
第四节 铸造行业未来发展趋势预测	52
第五章 2014年中国铸造市场发展分析	56
第一节 中国铸造行业竞争现状	56
第二节 中国铸造行业集中度分析	57
一、市场集中度	57
二、企业集中度	57
三、区域集中度	57
第三节 铸造行业品牌现状分析	58

第四节 中国铸造行业存在的问题	58
第五节 中国铸造行业国际竞争力分析	62
一、生产要素	62
二、需求条件	62
三、支援与相关产业	63
四、企业战略、结构与竞争状态	64
五、政府的作用	65
第六章 2014-2015年中国铸造行业竞争情况	67
第二节 行业竞争结构分析	67
一、现有企业间竞争	67
二、潜在进入者分析	68
三、替代品威胁分析	68
四、供应商议价能力	69
五、客户议价能力	70
第三节 铸造行业SWOT分析	71
一、优势	71
二、劣势	72
三、机会	72
四、威胁	73
第四节 中国铸造产品竞争力优势分析	73
一、整体产品竞争力评价	73
二、产品竞争力评价结果分析	73
三、竞争优势评价及构建建议	74
第七章 铸造行业重点生产企业分析	77
第一节 广东鸿图科技股份有限公司	77
一、企业概况	77
二、企业主要经济指标分析	77
三、企业盈利能力分析	78
四、企业偿债能力分析	79
五、企业运营能力分析	80
六、企业成长能力分析	81
第二节 天津市天重江天重工有限公司	81

一、企业概况81

二、企业主要经济指标分析81

三、企业盈利能力分析82

四、企业偿债能力分析82

五、企业运营能力分析82

六、企业成长能力分析83

第三节 武汉重工铸锻有限责任公司83

一、企业概况83

二、企业主要经济指标分析84

三、企业盈利能力分析84

四、企业偿债能力分析84

五、企业运营能力分析85

六、企业成长能力分析85

第四节 佛冈县鹏达五金机械厂85

一、企业概况85

二、企业主要经济指标分析85

三、企业盈利能力分析86

四、企业偿债能力分析86

五、企业运营能力分析86

六、企业成长能力分析87

第五节 佛冈县合兴五金机械厂87

一、企业概况87

二、企业主要经济指标分析88

三、企业盈利能力分析88

四、企业偿债能力分析88

五、企业运营能力分析89

六、企业成长能力分析89

第八章 2016-2022年铸造行业发展预测90

第一节 2016-2022年中国铸造行业未来发展前景分析90

一、2016-2022年中国铸造市场发展环境分析90

二、2016-2022年中国铸造行业市场规模预测90

三、2016-2022年中国铸造行业市场发展趋势分析91

第二节 2016-2022年中国铸造行业市场供需预测	93
一、2016-2022年中国铸造行业供给预测	93
二、2016-2022年中国铸造市场需求预测	94
第三节 2016-2022年中国铸造行业盈利走势预测	94
第九章 2016-2022年中国铸造行业投资风险与营销分析	95
第一节 2016-2022年铸造行业进入壁垒分析	95
第二节 2016-2022年中国铸造行业投资环境分析	96
第三节 中国铸造行业投资风险	97
一、政策风险	97
二、技术风险	97
三、竞争风险	97
四、原材料风险	98
五、其他风险	98
第四节 中国铸造行业营销分析	98
一、渠道构成	98
二、销售贡献比率	99
三、覆盖率	99
四、销售渠道效果	100
五、价值流程结构	100
第十章 2016-2022年中国铸造行业发展策略及投资建议	102
第一节 铸造行业市场的重点客户战略实施	102
一、实施重点客户战略的必要性	102
二、合理确立重点客户	102
三、对重点客户的营销策略	103
四、强化重点客户的管理	103
五、实施重点客户战略要重点解决的问题	104
第三节 投资建议	105
一、重点投资区域建议	105
二、重点投资产品建议	105

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201604/132251.html>