

2016-2022年中国野战修理 自行车市场监测及投资趋势研究报告

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年中国野战修理自行车市场监测及投资趋势研究报告》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/201512/128341.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

二十世纪七、八十年代政府中几个部门：核工业部、航天工业部、兵器工业部等，也曾经叫过五机部、七机部等，这就是中国现在十大军工集团公司的前身。后来在改革开放的过程中为了转变政府职能，把这些部门改为公司，1997年为了引入内部竞争机制，这五大军工集团均一分为二，形成了军工十大集团公司。1998年，国防科技工业是全国亏损最严重的行业之一。成立十大军工集团公司后，各集团公司改革脱困工作迈出坚实步伐。截至2002年，国防科技工业全行业实现持平并略有盈余，扭转了连续八年全行业亏损的困难局面。2003年底，各集团公司实现利润36.59亿元。十大军工集团还积极推进企业重组和产权多元化改革，目前累计有39户军工企业股票上市。中航二集团整体重组上市，在十个军工集团中率先完成主营业务股份制改造。

2014年中国共有陆军85万人18个集团军，海军23.5万人，空军39.8万人。2015年中国国防支出将增10.1%，升至8900亿元左右，国防预算增幅为5年来最低。由于野战修理自行车行业的特殊应用场景，因此野战修理自行车行业在整个军工行业的市场占比极少，整体不足1%，目前的野战修理自行车行业市场规模较小，目前还在数十亿的规模，而我国的军工产业的市场规模已高达上万亿的规模。

涉军行业整体利润率较高，通常以生产军用整机、整系统利润率最高，至少可达30%以上，军品二、三级配套也可达到近20%的利润率。以国家现有的军工行业标准，只有取得“保密资格认证”、“国军标9000体系认证”、“武器装备科研生产许可证”、“装备承制资格许可证”，即“四证”齐全的企业才能成为涉军企业。整体看民营军工企业的成长性和盈利能力更有优势。部队的野战装备主要包括：武器装备、通讯装备、口粮及饮用水、野战宿营装备（包括单兵土工作业装备）及其他辅助设备五大项。其中可靠性最强的是武器装备，最弱的是通讯装备，其他装备的维修需求都不强，因此未来的野战装备的维修产品主攻方向应该是通讯设备的维修。

中国国防装备市场几十年来一直沿袭传统的计划经济模式，带有典型的指令性特征。军工单位研制和生产什么，都得由上级主管部门来分工和确定。企业主要考核指标就是只需完成上级下达的生产计划，至于技术预研，人才培养，资源合理使用，资产增值等不为企业所重视。另外，作为装备市场的另一方——军方来说，装备的技术性能落后，采购价格居高，交货滞后等严重影响部队战斗力的发挥。这一切，皆因国防装备市场未引入竞争机制所致。近年来，随着新时期军事战略的转变和台海局势的严峻挑战，国防装备建设也发生了深刻变革。国防技术预研课题和国防装备采购都逐步实现了招投标竞争方式。企业要想赢得市场，必须改进经营管理，必须提高装备技术水平，必须以市场营销策略来开拓市场，才能赢得竞

争，赢得快速发展的机会。

本行业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、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国林产工业协会、中企顾问网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国野战修理自行车及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新成果与技术等进行了分析，并重点分析了我国野战修理自行车行业发展状况和特点，以及中国野战修理自行车行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的野战修理自行车行业发展态势作了详细分析，并对野战修理自行车行业进行了趋向研判，是野战修理自行车开发、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前野战修理自行车业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录：

第一部分 野战修理自行车产业环境分析

第一章 中国野战修理自行车行业发展综述

第一节 野战修理自行车行业报告研究范围

一、野战修理自行车行业专业名词解释

1、财务数据

2、产销数据

二、野战修理自行车行业研究范围界定

三、野战修理自行车行业分析框架简介

四、野战修理自行车行业分析工具介绍

第二节 野战修理自行车行业定义及分类

一、野战修理自行车行业概念及定义

二、野战修理自行车行业主要产品分类

第三节 野战修理自行车行业产业链分析

一、野战修理自行车行业所处产业链简介

二、野战修理自行车行业产业链上游分析

三、野战修理自行车行业产业链下游分析

第二章 中国野战修理自行车行业发展环境分析

第一节 野战修理自行车行业政策环境分析

一、行业政策环境分析

二、政策环境对行业的影响

第二节 野战修理自行车行业经济环境分析

一、中国GDP增长情况

1、中国GDP分析

2、工业发展形势

二、固定资产投资情况

三、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 野战修理自行车行业技术环境分析

一、我国军工行业技术水平分析

二、与国外军工行业的技术差距

三、军工行业技术发展趋势

四、技术环境对行业的影响

第四节 野战修理自行车行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、中国城镇化率

第二部分 野战修理自行车行业现状透视

第三章 中国野战修理自行车行业市场发展现状分析

第一节 野战修理自行车行业发展概况

一、野战修理自行车行业市场规模分析

二、野战修理自行车行业竞争格局分析

三、野战修理自行车行业发展前景预测

第二节 野战修理自行车行业供需状况分析

一、野战修理自行车行业供给状况分析

二、野战修理自行车行业需求状况分析

三、野战修理自行车行业整体供需平衡分析

第三节 野战修理自行车行业进出口市场分析

一、野战修理自行车行业进出口综述

二、野战修理自行车行业进口市场分析

三、野战修理自行车行业出口市场分析

四、野战修理自行车行业进出口前景预测

第四章 我国野战修理自行车行业整体运行指标分析

第一节 2013-2014年中国野战修理自行车行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

第二节 2013-2014年中国野战修理自行车行业产销情况分析

一、我国野战修理自行车行业工业总产值

二、我国野战修理自行车行业工业销售收入

三、我国野战修理自行车行业产销率

第三节 2013-2014年中国野战修理自行车行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

1、我国野战修理自行车行业总资产利润率

2、我国野战修理自行车行业成本营业利润率

3、我国野战修理自行车行业产值利税率

二、行业偿债能力分析

1、我国野战修理自行车行业资产负债比率

2、我国野战修理自行车行业流动比率

3、我国野战修理自行车行业速动比率

三、行业营运能力分析

1、我国野战修理自行车行业总资产周转率

2、我国野战修理自行车行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

1、我国野战修理自行车行业总资产增长率

2、我国野战修理自行车行业利润总额增长率

第五章 野战修理自行车行业产业结构分析

第一节 野战修理自行车产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场占总市场的结构比例

三、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构及整体竞争优势分析

一、价值链的概念

1、价值链概念与构成

2、价值链活动的划分

二、价值链的作用分析

三、多元合作战略联盟体系

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国野战修理自行车行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第三部分 野战修理自行车产业竞争分析

第六章 中国野战修理自行车市场供需形势分析

第一节 野战修理自行车行业生产分析

一、国内产品及原材料生产基地分布

二、产品及原材料产业集群分析

三、2013-2014年原材料产能情况分析

第二节 野战修理自行车市场供需分析

一、野战修理自行车行业供给情况

1、野战修理自行车行业供给分析

2、野战修理自行车行业供给结构

3、重点企业产能及占有份额

二、野战修理自行车行业需求情况

1、野战修理自行车行业需求市场

2、野战修理自行车行业客户结构

3、野战修理自行车行业需求地区差异

三、野战修理自行车行业供需平衡分析

第三节 野战修理自行车产品市场应用及需求预测

一、野战修理自行车产品应用市场总体需求分析

1、野战修理自行车产品应用市场需求特征

2、野战修理自行车产品应用市场需求总规模

二、2016-2022年野战修理自行车行业领域需求量预测

1、野战修理自行车行业需求产品功能预测

2、野战修理自行车行业需求产品市场格局预测

三、重点行业野战修理自行车产品需求分析预测

第七章 中国野战修理自行车行业重点区域市场分析

第一节 中国野战修理自行车行业区域市场概况

一、野战修理自行车行业产值分布情况

二、野战修理自行车行业市场分布情况

三、野战修理自行车行业利润分布情况

第二节 华东地区野战修理自行车行业需求分析

一、上海市野战修理自行车行业需求分析

二、江苏省野战修理自行车行业需求分析

三、山东省野战修理自行车行业需求分析

四、浙江省野战修理自行车行业需求分析

五、安徽省野战修理自行车行业需求分析

六、福建省野战修理自行车行业需求分析

第三节 华南地区野战修理自行车行业需求分析

一、广东省野战修理自行车行业需求分析

二、广西壮族自治区野战修理自行车行业需求分析

第四节 华中地区野战修理自行车行业需求分析

一、湖南省野战修理自行车行业需求分析

二、湖北省野战修理自行车行业需求分析

三、河南省野战修理自行车行业需求分析

第五节 华北地区野战修理自行车行业需求分析

一、北京市野战修理自行车行业需求分析

二、山西省野战修理自行车行业需求分析

三、内蒙野战修理自行车行业需求分析

四、河北省野战修理自行车行业需求分析

第六节 东北地区野战修理自行车行业需求分析

一、辽宁省野战修理自行车行业需求分析

二、吉林省野战修理自行车行业需求分析

三、黑龙江省野战修理自行车行业需求分析

第七节 西南地区野战修理自行车行业需求分析

一、四川省野战修理自行车行业需求分析

二、云南省野战修理自行车行业需求分析

第八节 西北地区野战修理自行车行业需求分析

一、陕西省野战修理自行车行业需求分析

二、甘肃省野战修理自行车行业需求分析

三、新疆自治区野战修理自行车行业需求分析

第八章 中国野战修理自行车行业市场竞争格局分析

第一节 野战修理自行车行业竞争格局分析

一、野战修理自行车行业区域分布格局

二、野战修理自行车行业企业规模格局

三、野战修理自行车行业企业性质格局

第二节 野战修理自行车行业竞争五力分析

一、野战修理自行车行业上游议价能力

二、野战修理自行车行业下游议价能力

三、野战修理自行车行业新进入者威胁

四、野战修理自行车行业替代产品威胁

五、野战修理自行车行业行业内部竞争

第三节 野战修理自行车行业重点企业竞争策略分析

一、战略制定

二、战略实施

三、战略评估和监控

第四节 野战修理自行车行业投资兼并重组整合分析

一、投资兼并重组现状

二、投资兼并重组案例

1、并购市场回顾

2、海外并购分析

3、中国并购市场监测

第九章 2016-2022年自行车行业领先企业经营形势分析

第一节 中国航天科技集团公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业竞争优势
- 五、企业发展战略

第二节 中国航天科工集团公司

- 一、集团信息简况
- 二、业务板块分析
- 三、经营状况分析
- 四、人力资源概况
- 五、技术研发分析

第三节 中国航空工业集团公司

- 一、集团信息简况
- 二、业务板块分析
- 三、经营状况分析
- 四、研发成果分析
- 五、研发实力分析
- 六、组织架构分析

第四节 中国船舶重工集团公司

- 一、集团信息简况
- 二、业务板块分析
- 三、经营状况分析
- 四、人力资源分析
- 五、技术研发分析
- 六、组织结构分析

第五节 中国兵器工业集团公司

- 一、集团信息简况
- 二、业务板块分析
- 三、经营状况分析
- 四、人力资源分析
- 五、公司业务分布

六、组织结构分析

第六节 中国兵器装备集团公司

一、集团信息简况

二、业务板块分析

三、经营状况分析

四、人力资源分析

五、技术研发分析

六、组织结构分析

第七节 中国核工业集团公司

一、集团信息简况

二、业务板块分析

三、经营状况分析

四、人力资源分析

五、技术研发分析

六、组织结构分析

第四部分 野战修理自行车行业投资发展建议

第十章 中国野战修理自行车行业发展前景预测和投融资分析

第一节 中国野战修理自行车行业发展趋势

一、野战修理自行车行业市场规模预测

二、野战修理自行车行业产品结构预测

三、野战修理自行车行业企业数量预测

第二节 野战修理自行车行业投资特性分析

一、野战修理自行车行业进入壁垒分析

1、程序壁垒

2、技术壁垒

3、行为壁垒

二、野战修理自行车行业投资风险分析

第三节 野战修理自行车行业投资潜力与建议

一、野战修理自行车行业投资机会剖析

二、行业投资建议

1、目标集中化战略和差异化战略

- 2、组织战略—实施股份制
- 3、技术创新战略—实施技术领先战略
- 4、产业发展战略——构建战略联盟

第十一章 2016-2022年野战修理自行车行业投资机会与风险防范

第一节 野战修理自行车行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、军工行业投资现状分析

第二节 2016-2022年野战修理自行车行业投资机会

- 一、投资主线
- 二、产业链投资机会
 - 1、信息安全
 - 2、网络攻防
 - 3、精确制导
- 三、细分市场投资机会

第三节 2016-2022年野战修理自行车行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范

第四节 中国野战修理自行车行业投资建议

- 一、野战修理自行车行业未来发展方向
 - 1、行业规划
 - 2、行业投入
 - 3、行业政策
- 二、野战修理自行车行业主要投资建议
- 三、中国野战修理自行车企业融资分析
 - 1、军工资产证券化的必要性
 - 2、军工资产证券化发展历程

- 3、军工资产证券化发展现状
- 4、军工资产证券化发展模式

第十二章 2016-2022年野战修理自行车行业面临的困境及对策

第一节 2015年野战修理自行车行业面临的困境

第二节 野战修理自行车企业面临的困境及对策

- 一、重点野战修理自行车企业面临的困境及对策
- 二、中小野战修理自行车企业发展困境及策略分析
- 三、国内野战修理自行车企业的出路分析
 - 1、民间资本进入军工的政策
 - 2、民间资本进入的门槛
 - 3、民间资本进入的流程
 - 4、民间资本的路径

第三节 中国野战修理自行车行业存在的问题及对策

- 一、中国野战修理自行车行业存在的问题
- 二、野战修理自行车行业发展的建议对策
- 三、市场的重点客户战略实施
 - 1、实施重点客户战略的必要性
 - 2、合理确立重点客户
 - 3、对重点客户的营销策略
 - 4、强化重点客户的管理
 - 5、实施重点客户管理的步骤
 - 6、实施重点客户战略要重点解决的问题

第四节 中国野战修理自行车市场发展面临的挑战与对策

- 一、行业发展挑战
- 二、行业发展对策
 - 1、准确的市场定位
 - 2、领先的技术战略
 - 3、深化改革
 - 4、鼓励军品资产上市
 - 5、非公参与改制为长期战略

第十三章 野战修理自行车行业发展战略研究

第一节 野战修理自行车行业发展战略研究

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 对我国野战修理自行车品牌的战略思考

一、野战修理自行车品牌的重要性

二、野战修理自行车实施品牌战略的意义

三、野战修理自行车企业品牌的现状分析

四、我国野战修理自行车企业的品牌战略

五、野战修理自行车品牌战略管理的策略

第三节 野战修理自行车经营策略分析

一、野战修理自行车市场细分策略

二、野战修理自行车市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、野战修理自行车新产品差异化战略

第四节 野战修理自行车行业投资战略研究

一、2016-2022年野战修理自行车行业投资战略

二、2016-2022年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 野战修理自行车行业研究结论及建议

第二节 野战修理自行车子行业研究结论及建议

一、发展战略控制不足

二、评价方法滞后

三、缺乏完善的战略监控体系

第三节 野战修理自行车行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

1、武器装备

2、军民结合

3、资产注入

图表目录：

图表：军工产业行业分类

图表：2014-2015年一季度我国GDP增长速度情况

图表：2015年1-2季度GDP初步核算数据

图表：2015年1-2季度GDP环比和同比增长速度

图表：2014年各月累计及主营业务收入以及利税总额同比增速

图表：2014年各月累计利润率与百元主营业务收入成本分析

图表：2014年按经济类型分主营业务收入与利润总额同比增速

图表：2014年规模以上工业企业经济效益指标

图表：2014年规模以上工业企业主要财务指标（主要行业）

图表：2015年1-6月我国规模以上工业增加值同比增长速度

图表：2015年上半年我国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：我国房地产开发完成额（不含农户）同比增长率

图表：全国房地产开发企业本年到位资金增速

图表：全国商品房销售面积及销售额增速

图表：2015年1-6月固定资产投资到位资金同比增速

图表：2010-2014年城镇新增就业人数

图表：2010-2014年国内受教育人群分析

图表：2009-2014年中国城镇化水平

图表：2010-2015年中国国防支出情况

图表：中国军工行业竞争格局分析

图表：野战修理自行车行业产值规模

图表：2005-2014年我国国防军费开支及增长率分析

图表：2010-2014年中国野战修理自行车行业企业数量分析

图表：2010-2014年中国野战修理自行车行业资产规模分析

图表：2010-2014年中国野战修理自行车行业工业总产值分析

图表：2010-2014年中国野战修理自行车行业主营收入分析

图表：2010-2014年中国野战修理自行车行业总资产利润率分析

图表：2010-2014年中国野战修理自行车行业营业利润率分析

图表：2010-2014年中国野战修理自行车行业产值利税率分析

图表：2010-2014年中国野战修理自行车行业资产负债率分析

图表：2010-2014年中国野战修理自行车行业流动比率分析

图表：2010-2014年中国野战修理自行车行业速动比率分析

图表：2010-2014年中国野战修理自行车行业总资产周转率分析

图表：2010-2014年中国野战修理自行车行业流动资产周转率分析

图表：2010-2014年中国野战修理自行车行业总资产增长率分析

图表：2010-2014年中国野战修理自行车行业利润总额增长率分析

图表：野战修理自行车行业企业所有制结构分析

图表：中国钢铁产业分布分析

图表：民间资本产值占比分析

图表：2005-2014年我国国防军费开支及增长率分析

图表：野战修理自行车行业需求结构

图表：2010-2014年中国野战修理自行车行业市场需求分析

图表：野战修理自行车消费者需求分析

图表：2010-2014年中国野战修理自行车行业市场规模分析

图表：2016-2022年中国野战修理自行车行业市场规模预测

图表：中国野战修理自行车行业产值分布分析

图表：中国野战修理自行车行业市场分布分析

图表：中国野战修理自行车行业利润分布分析

图表：江苏省野战修理自行车行业需求分析

图表：山东省野战修理自行车行业需求分析

图表：浙江省野战修理自行车行业需求分析

图表：安徽省野战修理自行车行业需求分析

图表：福建省野战修理自行车行业需求分析

图表：广东省野战修理自行车行业需求分析

图表：广西壮族自治区野战修理自行车行业需求分析

图表：湖南省野战修理自行车行业需求分析

图表：湖北省野战修理自行车行业需求分析

图表：河南省野战修理自行车行业需求分析

图表：山西省野战修理自行车行业需求分析

图表：内蒙野战修理自行车行业需求分析

图表：河北省野战修理自行车行业需求分析

图表：辽宁省野战修理自行车行业需求分析

图表：吉林省野战修理自行车行业需求分析

图表：黑龙江省野战修理自行车行业需求分析

图表：四川省野战修理自行车行业需求分析

图表：云南省野战修理自行车行业需求分析

图表：甘肃省野战修理自行车行业需求分析

图表：中国野战修理自行车行业不同地域企业分布分析

图表：中国野战修理自行车行业不同规模企业占比分析

图表：中国野战修理自行车行业不同所有制企业占比分析

图表：2014年航天科技控股集团股份有限公司主营业务分析

图表：2014-2015年航天科技控股集团股份有限公司资产负债情况分析

图表：2014-2015年航天科技控股集团股份有限公司营业利润情况分析

图表：2014-2015年航天科技控股集团股份有限公司现金流量分析

图表：中国航空工业集团公司组织架构图

图表：2009-2014年中国船舶重工集团公司净利润

图表：2009-2014年中国船舶重工集团公司主营收入

图表：2009-2014年中国船舶重工集团公司营业利润率

图表：2009-2014年中国船舶重工集团公司净资产收益率

图表：2009-2014年中国船舶重工集团公司资金流动比率

图表：2009-2014年中国船舶重工集团公司资产负债率

图表：2009-2014年中国船舶重工集团公司净利润增长率

图表：2009-2014年中国船舶重工集团公司净资产增长率

图表：2009-2014年中国船舶重工集团公司存货周转率

图表：2009-2014年中国船舶重工集团公司总资产周转率

图表：中国兵器工业集团公司组织结构

图表：中国核工业集团公司组织结构

图表：2016-2022年中国野战修理自行车行业市场规模预测

图表：2020年中国野战修理自行车行业细分市场占比预测

图表：2016-2022年中国野战修理自行车行业企业数量预测

图表：四种基本的品牌战略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201512/128341.html>