

【完整版】2019-2025 年中国水泵行业市场深度调研及发展战略研究报告

（二零一二年十二月）

2019-2025 年中国水泵行业
市场深度调研及发展战略研究报告

【完整版】

决策精品报告洞悉行业变化

专业 · 权威 · 平价 · 优质

报告目录

第一章企业发展战略概述（9）

第一节企业发展战略的重要性与特征（9）

一、有助于企业准确判断外在危机和机遇（9）

二、有助于明确企业核心竞争力（9）

三、有助于优化整合企业人力资源，提高企业效率（10）

四、有助于建立品牌形象，明确目标市场（10）

五、企业战略具有的特征（10）

第二节发展战略的基本类型与选择（11）

一、按实施战略主体分（11）

二、按战略实施的时间长短分（11）

三、按发展战略的性质和特点分（11）

四、按发展战略的内容和形式分（12）

五、按公司战略目标分（14）

六、按公司成长路径分（15）

第三节发展战略的主要途径（16）

一、发展战略可选择的途径（16）

二、外部发展(并购)战略（16）

三、内部发展战略（19）

四、企业战略联盟（20）

第四节影响发展战略定位的主要因素（23）

一、影响发展战略定位的主要因素 (23)

二、诱发企业发展战略失败的三因素 (24)

三、企业发展战略规划需规避的误区 (25)

第二章市场调研：2019 年中国水泵行业发展现状、特征、阶段研究 (26)

第一节水泵概述 (26)

一、水泵的定义与分类 (26)

二、水泵技术的现状和发展 (26)

三、水泵的智能化发展 (28)

第二节我国水泵行业发展概况 (30)

一、全球水泵行业市场分析 (30)

二、2016 年我国水泵行业市场规模 (34)

第三节 2018-2019 年中国农用水泵行业发展情况分析 (35)

一、农用水泵行业发展概况 (35)

二、农用水泵市场规模 (36)

第四节 2018-2019 年我国水泵行业竞争格局分析 (37)

一、水泵行业品牌现状 (37)

二、水泵行业竞争格局 (37)

三、潜水泵维修领域现状 (38)

四、水泵行业未来竞争趋势 (38)

第五节 2019-2025 年我国水泵行业发展前景及趋势预测 (38)

一、我国水泵行业发展前景 (38)

二、中国水泵市场发展的机遇与挑战 (39)

三、水泵行业技术的发展趋势分析 (41)

(一) 水泵产品的多元化 (41)

(二) 水泵产品的标准化与模块化 (42)

(三) 水泵设计水平提升与制造技术优化的有机结合 (42)

(四) 以 CAD 为主的新技术广泛应用 (42)

(五) 泵内在特性的提升与追求外在特性 (43)

(六) 新材料新工艺的加速利用 (44)

（七）机电一体化的进一步发展（44）

第三章市场调研：2019 年中国水泵行业存在的问题、挑战、瓶颈
(45)

第一节 2018-2019 年中国水泵行业存在的问题分析（45）

一、产能过剩仍需化解（45）

二、供需错配、有效需求不足（45）

三、处于产业链的低端（46）

四、大而不强（47）

五、内生发展动力不足（47）

六、关键核心技术缺失（48）

七、产品质量不高（49）

八、缺少“工匠精神”（49）

九、物流配送问题（50）

十、水泵业经营管理信息化及智能化不足（50）

第二节 2018-2019 年中国水泵行业发展面临的困境（50）

一、增长势头一路走低（50）

二、成本居高不下压缩企业盈利空间（50）

三、水泵业成本竞争力下降（50）

四、产品同质化严重，结构性问题较为突出（51）

五、跟不上消费变化（51）

六、品牌竞争激烈（51）

七、转变经营模式困难重重（52）

八、转型有待系统变革（52）

九、“用工荒”逼迫水泵企业转型（52）

十、“脱实向虚”倾向（52）

十一、“过度房地产化”对实体经济的挤出效应（53）

十二、“过度金融化”掠夺实体经济发展成果（53）

第三节 2018-2019 年中国水泵行业发展面临的制约与挑战（53）

一、传统红利正在递减（53）

二、制造业转型升级的难度较大（53）

三、我国制造业的优劣势正在发生变化	(54)
四、与先进国家相比还有较大差距	(54)
五、装备和技术严重依赖进口	(55)
六、技术引进受阻	(55)
七、高素质人才缺乏	(56)
第四章市场调研：2019 年中国水泵行业发展建议及对策	(57)
第一节 2019 年中国水泵行业发展建议分析	(57)
一、创新和产业升级是加快制造强国建设关键	(57)
二、中国制造业必须要有自己的核心技术	(57)
三、以“品质革命”引领中国制造“华丽转身”	(58)
四、优化营商环境为企业强化服务减轻负担	(58)
五、改进与制造业相关的公共政策	(58)
六、强化培育消费者对国货的信心	(59)
七、应对中国制造业综合成本上升建议	(59)
八、培育世界先进制造业集群	(59)
九、进一步加大对内对外开放步伐	(60)
十、建立多渠道投融资机制	(60)
十一、健全复合人才培养机制	(60)
十二、推动资源要素向实体经济集聚	(60)
十三、推进各类要素融合发展	(60)
第二节 2018-2019 年中国水泵行业企业发展对策分析	(61)
一、质量变革	(61)
二、效率变革	(61)
三、动力变革	(61)
四、以消费者需求为导向，回归商业本质	(62)
五、协同创新发展，进行系统变革	(62)
六、顺应消费升级，聚焦潜力业态	(62)
七、重构供应链，推进经营模式转型	(62)
八、创新商业模式，打造智慧水泵	(62)
九、加快技术创新来驱动水泵的数字化转型	(63)

十、激发出新技术的真正效能 (63)

第五章市场调研：2019 年中国水泵行业 PEST 环境分析 (64)

第一节全球格局变化将对我国经济带来的挑战 (64)

一、全球价值链分工体系正在重构 (64)

二、全球贸易保护主义抬头 (64)

三、国际经贸规则正在再造 (65)

四、各主要经济体的政策溢出效应明显 (65)

五、传统的产业转移模式可能被颠覆 (66)

六、创新能力的重要性更加凸显 (67)

七、生产企业将更加贴近消费地 (67)

八、发达国家“再工业化”挤压 (67)

九、新兴经济体“分流” (69)

十、高、低端均面临竞争压力 (69)

十一、国际贸易博弈对我国构成现实挑战 (69)

第二节中国进入后工业化时期的特征与挑战 (70)

一、中国进入后工业化时期 (70)

二、工业时期和工业化时期的特点 (70)

三、后工业化时期的特点 (70)

四、后工业化时期我们所面临的新挑战 (71)

第三节中国进入新时代的特征、挑战和趋势 (72)

一、中国进入新时代 (72)

二、新时代发展的新特征 (72)

三、新时代发展面临的新挑战 (74)

四、新时代的未来发展新趋势 (75)

第四节新产业革命对我国产业转型升级的挑战 (76)

一、新产业革命的趋势特征 (77)

二、新产业革命背景下我国产业转型升级面临的问题与挑战 (78)

三、新兴产业技术带来的影响和变革 (79)

(一) 互联网 (79)

(二) 人工智能 (79)

(三) 区块链	(79)
(四) 未来 30 年新兴科技趋势及影响	(79)
第五节 经济发展变化形势分析	(84)
一、2019 年国际经济形势分析及预测	(84)
二、2019 年国内经济形势分析及预测	(89)
三、中国经济未来发展趋势及前景展望	(93)
第六节 社会发展变化形势分析	(94)
一、人口结构和人口红利的变化	(95)
二、收入分配的变化	(98)
三、品位/生活风格、生活方式的改变	(100)
四、消费习惯的变化	(100)
五、中国人口大迁移趋势	(102)
第六章 市场调研：2019-2025 年中国水泵行业发展前景与机遇预测	(104)
第一节 2019-2025 年水泵行业消费需求前景预测	(104)
一、中国经济进入消费主导模式	(104)
二、消费者越来越处于商业活动的中心	(104)
三、全民进入崭新的消费时代	(104)
四、新的消费形态正在逐渐形成	(106)
五、消费人群变化趋势及消费特点	(106)
(一) 中产阶级重塑消费市场格局	(106)
(二) 富裕阶层推动消费升级加速	(108)
(三) 80/90 新生代群体崛起，更加追求个性化消费	(109)
(四) 90/00 数字新生代在消费品质方面有更高的标准	(110)
(五) 老龄人口的增长将产生新的需求	(110)
六、个性化产品与服务将成为主流市场的新取向	(111)
七、消费者将会追求愈加丰富的体验形式	(112)
八、中国消费者行为仍将呈现鲜明的中国特色	(113)
九、注重健康已成为突出趋势	(114)
十、消费者圈层化	(114)

十一、其他两大潜在不利场景及其对消费的影响	(114)
(一) “中等收入陷阱”场景	(115)
(二) “向内转”场景	(115)
第二节 2019-2025 年水泵行业发展前景与机遇预测	(117)
一、水泵市场发展前景	(117)
二、消费升级带来的机遇	(118)
三、转型升级带来的重大机遇	(119)
四、新兴技术带来的机遇	(119)
五、由“大”向“强”转型的历史发展机遇期	(120)
六、创新带来的机遇	(120)
七、新型产融结合带来的机遇	(120)
八、+ 服务带来的机遇	(121)
九、智能+ 蕴藏无数机会	(121)
十、内生式增长带来的机遇	(122)
十一、新型城镇化带来的机遇	(122)
十二、区域市场扩张带来的机遇	(122)
十三、“一带一路”的新格局带来的机遇	(123)
十四、强化品牌战略带来的机遇	(123)
十五、新产业、新业态和新模式带来的机遇	(124)
十六、新兴细分行业市场机遇	(124)
十七、环保倒逼和政策加码是主要推动力	(124)
十八、水泵产业进入“无界”时代带来的机遇	(125)
十九、更多小而美的小众市场带来的机遇	(125)
第七章市场调研：2019-2025 年中国水泵行业发展趋势预测	(127)
第一节 2019-2025 年水泵行业市场及竞争发展趋势	(127)
一、市场竞争趋势预测	(127)
二、水泵市场的竞争格局预测	(127)
三、行业重组竞争趋势	(127)
四、市场竞争形式趋势	(128)
五、市场将进入战略竞争阶段	(129)

六、创新竞争趋势	(129)
七、人才资源竞争趋势	(130)
八、高新科技工艺的竞争	(130)
九、水泵企业的管理竞争趋势	(131)
十、企业品牌竞争趋势	(131)
十一、水泵产品服务竞争	(131)
十二、现代化经营理念竞争趋势	(131)
十三、渠道竞争趋势	(132)
十四、资讯竞争趋势	(132)
第二节 2019-2025 年水泵行业生产制造及技术发展趋势预测	(132)
一、新制造	(132)
二、多维度融合全面展开	(134)
三、加快现代信息技术应用	(134)
四、智能化	(134)
(一) 人工智能等新技术被广泛运用	(134)
(二) 生产方式更加智能化	(135)
(三) 智能定制引领水泵消费新趋势	(135)
五、数字化	(136)
(一) 产业数字化加速推进	(136)
(二) 大数据将改变客户体验	(136)
六、规模化生产向定制化生产转变	(136)
七、产业链条服务化趋势明显	(137)
八、生产过程加速绿色化	(137)
九、立体化	(137)
十、新设计、新材料、新技术、新工艺发展趋势	(138)
第八章 2019-2025 年中国水泵行业企业发展战略建议	(139)
第一节 水泵行业发展战略建议	(139)
一、战略综合规划	(139)
二、转型升级战略	(139)
三、创新驱动战略	(140)

四、竞争战略规划	(140)
五、区域战略规划	(141)
六、业务组合战略	(142)
七、品牌升级战略	(145)
八、技术开发战略	(146)
九、低成本战略	(147)
十、终端化战略	(147)
十一、国际化战略	(147)
十二、品牌化、标准化	(148)
十三、资本化、上市化	(148)
十四、信息化、高端化	(148)
十五、产业链延伸战略	(149)
十六、生产商向服务商转型	(151)
第二节水泵行业企业品牌发展战略	(151)
一、企业品牌的重要性	(151)
二、实施品牌战略的意义	(152)
三、水泵制造品牌战略管理的策略	(153)
四、水泵行业企业品牌实施战略措施	(154)
(一) 时机把控	(154)
(二) 战略突破	(155)
(三) 结构突围	(155)
(四) 定势至上	(156)
(五) 品牌攻略	(156)
(六) 快速销售	(157)
(七) 终端竞胜	(157)
(八) 价值创新	(158)
(九) 模式倍增	(158)
(十) 系统整合	(159)
第三节提升水泵企业竞争力的策略	(160)
一、企业核心竞争力的含义	(160)

二、企业核心竞争力的特征	(160)
三、提升企业核心竞争力的策略	(160)
第四节水泵行业营销策略	(162)
一、款式新颖策略	(163)
二、成本优势策略	(163)
三、品牌提升策略	(163)
四、新产品通报策略	(163)
五、动态营销策略利	(164)
六、服务销售策略	(164)
第五节水泵行业产品策略分析	(164)
一、服务产品开发策略	(164)
二、市场细分策略	(165)
三、目标市场的选择	(166)
四、水泵产品研发将融合互联网技术	(166)
五、积极扩充产品品类及相关产业链，提供一站式购物服务	(167)
六、从生产、销售、产品等多个层面推进互联网升级	(168)
第九章盛世华研总结	(169)
第一节企业失败的原因及提高胜率的策略	(169)
一、企业失败的原因	(169)
二、提高胜率的策略	(170)
第二节盛世华研独创五大决策研究体系	(171)
一、基于“产业”的研究与决策体系	(171)
二、基于“周期”的研究与决策体系	(171)
三、基于“人性”的研究与决策体系	(171)
四、基于“变化”的研究与决策体系	(172)
五、基于“趋势”的研究与决策体系	(172)
六、小结	(172)
第三节致读者：商业自是有胜算	(173)
第一章企业发展战略概述	

当前经济环境下，高新科技迅速发展，经济多元化细分化，全球

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/817201100021006164>