2024-2029年中国互联网+制造业市场调研及投资前景预测报告

报告简介

互联网+作为战略能够促进全社会转型升级，但是互联网+需要各种商业及生产模式来落实。在各种连接互联网与传统企业的中间介质中，生态算一个，平台算一个，O2O算一个，制造业4.0也算一个。但是作为与互联网+媲美的战略，当前唯有制造业4.0。在各国促进产业升级的战略中，中国有互联网+，德国有制造业4.0，以色列的科技创业绝无仅有，美国也在大谈特谈美国制造的复苏。之所以数据有所不同，最主要的原因有这两个方面。

我国传统制造企业长期以来依靠劳动力、土地、资源等方面的低成本优势，通过规模化生产，创造了巨大的竞争优势，但其路径依赖也导致其难以适应互联网时代下的用户的个性化、定制化和精准化需求，更难以成为真正的智能制造企业，因而必须主动拥抱互联网+。然而，真正的智能制造，绝不是互联网融入传统制造业，而是传统制造业融入互联网。互联网+制造业将重塑制造业微笑曲线价值链。价值链中的各个环节将共同创造价值、共同传递价值、共同分享价值。

未来20年，中国制造业互联网发展至少可带来3万亿美元左右GDP增量。未来的制造业体系将更多地通过互联网技术，以网络协同模式开展制造业生产，制造企业从顾客需求开始，到接受订单、寻求生产合作、采购原材料、共同进行产品设计、制定生产计划以及付诸生产，整个环节都通过网络联接在一起，彼此相互沟通，而信息会沿着原材料传递，指示必要的生产步骤，从而确保最终产品满足客户的特定需求。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，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、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、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，对我国互联网+制造业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、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国互联网+制造业发展状况和特点，以及中国互联网+制造业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对互联网+制造业发展态势作了详细分析，并对互联网+制造业进行了趋向研判，是互联网+制造业企业，科研、投资机构等单位准确了解目前互联网+制造业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分产业环境透视

第一章 电子商务与传统制造业概况

第一节 互联网发展分析

一、互联网基本定义

二、互联网发展阶段

三、互联网基本特征

四、互联网支撑环境

五、互联网基本模式

六、互联网规模分析

第二节 互联网+的相关概述

一、互联网+的提出

二、互联网+的内涵

三、互联网+的发展

四、互联网+的评价

五、互联网+的趋势

第三节 我国传统制造业发展分析

一、传统制造业发展现状

二、传统制造业发展弊端

三、互联网趋势下制造业面临的转型

四、制造业未来发展趋势

第二章 互联网+环境下制造业的机会与挑战

第一节 2019-2023年中国互联网技术分析

一、数据

二、信息

三、智能

四、知识

五、智慧

第二节 互联网+环境下制造业的机会与挑战

一、互联网思维的发展

二、互联网时代行业大环境的变化

三、互联网改变传统生产行业

第三节 互联网+制造业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变传统制造业生产流程

三、互联网导致行业利益重新分配

四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 制造业与互联网融合创新机会孕育

一、制造业政策变化趋势分析

二、互联网+发展趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用

四、互联网黄金发展期机遇分析

五、制造业企业与互联网融合发展分析

第二部分 行业深度分析

第三章 2019-2023年制造业发展概况分析

第一节 2019-2023年制造业发展现状分析

一、2019-2023年制造业产业政策分析

二、2019-2023年制造业发展现状分析

三、2019-2023年制造业重点企业分析

四、2019-2023年制造业市场规模分析

第二节 我国制造业前景分析

一、制造业发展机遇分析

二、制造业市场发展预测

三、制造业发展前景分析

第四章 制造业互联网战略体系构建

第一节 制造业生产与互联网应用

一、互联网+制造业关键环节分析

1、产品采购与组织

2、平台网站建设

3、网站品牌建设及营销

4、网站增值服务

第二节 制造业企业互联网模式构建

一、应用互联网生产模式

二、应用互联网管理模式

三、应用互联网采购模式

四、应用互联网物流模式

第五章 互联网+制造业运营模式分析

第一节 互联网+制造业O2O模式分析

第二节 互联网+制造业O2O市场概况

第三节 互联网+制造业O2O模式

第四节 互联网+制造业O2O发展趋势

第三部分 竞争格局分析

第六章 制造业企业布局互联网+发展

第一节 海尔集团

一、企业基本情况

二、企业经营状况

三、企业互联网+应用分析

四、企业核心竞争优势

五、企业未来发展战略

第二节 富士康集团

一、企业基本情况

二、企业经营状况

三、企业互联网+应用分析

四、企业核心竞争优势

五、企业未来发展战略

第三节 三一重型装备有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营状况

三、企业互联网+应用分析

四、企业核心竞争优势

五、企业未来发展战略

第四节 特变电工股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营状况

三、企业互联网+应用分析

四、企业核心竞争优势

五、企业未来发展战略

第五节 宁夏共享集团股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营状况

三、企业互联网+应用分析

四、企业核心竞争优势

五、企业未来发展战略

第六节 四川长虹电器股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营状况

三、企业互联网+应用分析

四、企业核心竞争优势

五、企业未来发展战略

第七节 天津长荣印刷设备股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营状况

三、企业互联网+应用分析

四、企业核心竞争优势

五、企业未来发展战略

第八节 石家庄科林电气股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营状况

三、企业互联网+应用分析

四、企业核心竞争优势

五、企业未来发展战略

第九节 中信重工机械股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营状况

三、企业互联网+应用分析

四、企业核心竞争优势

五、企业未来发展战略

第十节 湖南长高高压开关集团股份公司

一、企业基本情况

二、企业经营状况

三、企业互联网+应用分析

四、企业核心竞争优势

五、企业未来发展战略

第四部分 行业前景分析

第七章 2024-2029年制造业市场规模与电商未来空间预测

第一节 互联网+制造业市场规模与渗透率

一、互联网+制造业总体开展情况

二、互联网+制造业交易规模分析

三、互联网+制造业渠道渗透率分析

第二节 互联网+制造业盈利能力分析

一、互联网+制造业发展有利因素

二、互联网+制造业发展制约因素

三、互联网+制造业经营成本分析

四、互联网+制造业盈利模式分析

五、互联网+制造业盈利水平分析

第三节 2024-2029年互联网+制造业未来前景及趋势预测

一、2024-2029年互联网+制造业市场空间测算

二、2024-2029年互联网+制造业市场规模预测分析

三、2024-2029年互联网+制造业发展趋势预测分析

第八章 制造业进入互联网领域投资策略分析

第一节 互联网制造业平台市场投资要素

一、市场发展阶段的认知分析

二、政策走向分析

三、投资策略分析

四、投资前景分析

第二节 互联网制造业投资分析

一、制造业企业电商自建平台分析

1、自建平台的优势分析

2、自建平台的负面影响

二、制造业与电商企业合作分析

三、互联网制造业市场策略分析

第九章 2024-2029年互联网+制造业投资机会与风险防范

第一节 互联网+制造业投融资情况

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、互联网+制造业投资现状分析

1、互联网+制造业产业投资经历的阶段

2、2019-2023年互联网+制造业投资状况回顾

3、2019-2023年中国互联网+制造业风险投资状况

4、2024-2029年我国互联网+制造业的投资态势

第二节 2024-2029年互联网+制造业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、互联网+制造业投资机遇

第三节 2024-2029年互联网+制造业投资风险及防范

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

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国互联网+制造业投资建议

一、互联网+制造业未来发展方向

二、互联网+制造业主要投资建议

三、中国互联网+制造业企业融资分析

1、中国互联网+制造业企业IP公融资分析

2、中国互联网+制造业企业再融资分析

第五部分 发展战略研究

第十章 2024-2029年互联网+制造业发展对策

第一节 2019-2023年互联网+制造业面临的困境

一、互联网+发展制约因素

二、传统制造业面临困境

第二节 互联网+制造业企业发展前景

一、互联网+制造业企业面临的困境

二、国内互联网+制造业企业的出路分析

第三节 中国互联网+制造业的发展对策

一、中国互联网+发展对策

二、互联网+制造业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

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、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第十一章 互联网+制造业发展战略研究

第一节 互联网+制造业发展战略研究

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 对我国互联网+制造业品牌的战略思考

一、互联网+制造业品牌的重要性

二、互联网+制造业实施品牌战略的意义

三、互联网+制造业企业品牌的现状分析

四、我国互联网+制造业企业的品牌战略

五、互联网+制造业品牌战略管理的策略

第三节 互联网+制造业经营策略分析

一、互联网+制造业市场细分策略

二、互联网+制造业市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、互联网+制造业新产品差异化战略

第四节 互联网+制造业投资战略研究

一、2019-2023年互联网+制造业投资战略

二、2024-2029年互联网+制造业投资战略

图表目录

图表：互联网+制造业生命周期

图表：互联网+制造业产业链结构

图表：2019-2023年中国制造业市场结构分析

图表：2019-2023年中国制造业市场规模

图表：2019-2023年互联网+制造业重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国互联网+制造业市场占销售比例

图表：2019-2023年制造业销售收入

图表：2019-2023年制造业利润总额

图表：2019-2023年制造业资产总计

图表：2019-2023年制造业负债总计

图表：2019-2023年制造业竞争力分析

图表：2019-2023年互联网+制造业市场价格走势

图表：2019-2023年我国互联网+制造业重点企业

图表：2019-2023年我国制造业企业数量及同比增速

图表：2019-2023年我国制造业企业销售网点分析

图表：2019-2023年我国制造业4.0发展分析

图表：2019-2023年互联网+制造业模式分析

图表：2019-2023年海尔集团盈利水平分析

图表：2019-2023年海尔集团资产负债表分析

图表：2019-2023年三一重工装备有限公司盈利水平分析

图表：2019-2023年三一重工装备有限公司资产负债表分析

图表：2019-2023年互联网+制造业市场规模及同比增速

图表：2019-2023年中国互联网+制造业交易规模及同比增速

图表：2024-2029年国内互联网+制造业市场规模预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20170125/12438.shtml

在线订购：点击这里