

中国应急装备行业发展分析及发展趋势与投资前景预测研究报告(2024-2029版)

报告简介

应急产业是为突发事件的预防与应急准备、监测与预警、处置与救援等提供专用产品和服务的产业，具有覆盖面广、产业链长、涵盖领域多等特点。应急装备产业对上下游产业及相关产业带动力强，发展这一产业不仅为防范和应对突发事件提供物质保障、技术支撑和专业服务，更是调整优化产业结构、培育新的经济增长点的重要内容。目前，我国消防、安防、生产安全、应急通信、应急物流等领域产品和服务产值正以每年20%左右的速度增长，已有近万亿元规模，成为新的蓝海市场。近年来，在国家有关部门大力引导和支持下，经过各级政府、企业和社会的共同努力，我国应急产业发展取得长足发展，宏观环境不断优化，发展速度逐步加快，产业规模明显壮大，产业体系正在形成，应急产品和服务呈蓬勃发展态势，并在一系列突发事件应对中发挥了重要作用，为防范处置突发事件和保障人民群众生命财产安全提供了有力支撑。

随着中国新型工业化、城镇化、信息化和农业现代化的快速推进，经济发展进入新常态，受各种自然和社会的风险、矛盾影响，应急管理工作面临巨大的压力。对一个国家而言，防灾减灾、“未雨绸缪”是公共安全的重要组成部分，也是政府社会管理的一项重要职能。随着社会各方对应急产品和服务的需求不断增长，国内应急产业显露出极大的发展潜力。随着国家的大力推进和社会安全的宣传，销量也有所增加。2018年国内应急产业市场销售产品总值达到7532亿元，同比2017年增长20.86%。据统计，2019年应急产业市场规模已达1.55万亿元，预计到2025年达到2.7万亿元，年复合增长率保持在9.5%左右，未来的发展态势非常好。在国家政策支持、新旧动能转换以及“新基建”等大环境下，信息通信技术、新材料、人工智能、大数据等新技术、新概念正加速与应急产业融合，新一代智能化、无人化应急产品将逐步替代传统应急产品，未来产业内竞争将逐渐加剧。

近年来，我国应急产业发展进入快车道，许多地方把应急产业作为重点发展方向，涉及应急救援和处置技术研发、应急装备制造、检测与预警、应急抢险服务等许多领域。随着产业规模不断壮大，应急产业已形成较为成熟的技术和产业链，部分关键共性技术已实现产业化。但也应看到，我国应急产业在发展中还存在一些问题，主要是：产业发展的市场主导性不强，产业集中度较低，具有领导力的龙头企业尚未出现；市场需求不稳定，需求主体不明确，供需不匹配；产业标准还未形成体系，相关产品标准分散于各个行业；自主创新能力不强，科研平台体系难以支撑应急产业基础理论研究、核心技术突破与关键装备研发，企业技术储备不足；企业大多在单一领域发展，在提供应急救援综合解决方案方面能力不足，难以保障新形势下各类突发事件的应对需要。

当前，伴随着我国新型城镇化、工业化、信息化深入推进，各类突发事件的破坏力更大，防控难度也不断加大。重特大安全生产事故、火灾等灾害事故时有发生，给人民生命财产安全与经济社会发展带来了巨大影响。有鉴于此，加快科技创新，推动应急产业高质量发展，显得尤为重要。近十几年来，我国应急产业不断发展，从“找不到、调不来、用不好”到今天门类齐全，从简单的手电、口罩、帐篷发展到陆海空一体的数字化、智能化装备，应急产业规模已达万亿元，一跃成为我国公共安全体系的重要物质基础与技术支撑。也应该看到，目前在一些关键装备技术方面仍存在短板，部分高端安全装备市场还是空白，难以应对部分重大、新生、高难度突发事件，亟须突破核心关键技术，研发具有我国自主知识产权的应急装备。

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、国家发改委、国务院发展研究中心、国家市场监督管理总局、国家应急管理部、中国安全产业协会、中国灾害防御协会、中国医学装备协会、中国工程机械工业协会、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，对中国应急装备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，并重点分析了中国应急装备行业发展状况和特点，以及中国应急装备行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的应急装备行业发展态势作了详细分析，并对应急装备行业进行了趋向研判，是应急装备开发、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前应急装备业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 中国应急装备行业发展综述

第一节 应急行业定义及分类

一、应急产业的定义

二、应急产业属性和作用

三、应急产业类别

1、感知和预警类

2、预防和防护类

3、救援和处置类

四、应急装备行业主要产品分类

五、应急产业与经济发展的关系

第二节 应急装备行业产业链分析

一、应急装备行业所处产业链简介

二、应急装备行业产业链上游分析

三、应急装备行业产业链下游分析

第二章 中国应急装备行业发展环境分析

第一节 应急装备行业政策环境分析

一、应急装备行业监管体系

二、应急装备行业产品规划

三、应急装备行业布局规划

四、应急装备行业企业规划

第二节 应急装备行业经济环境分析

一、疫情影响下国内外经济形势

二、经济环境对应急装备行业的影响

第三节 应急装备行业技术环境分析

一、应急装备行业专利申请数分析

二、应急装备行业专利申请人分析

三、应急装备行业热门专利技术分析

第四节 应急装备行业消费环境分析

一、应急装备行业消费态度调查

二、应急装备行业消费驱动分析

三、应急装备行业消费需求特点

四、应急装备行业消费群体分析

五、应急装备行业消费行为分析

六、应急装备行业消费关注点分析

七、应急装备行业消费区域分布

第三章 中国应急装备行业市场发展现状分析

第一节 应急装备行业发展概况

一、应急装备行业发展现状

二、应急装备行业发展特点

三、新形势下应急救援装备建设发展

四、应急救援装备迎来发展契机

五、智能化成行业应急装备发展新趋势

第二节 应急装备行业供需状况分析

一、应急装备行业供给状况分析

二、应急装备行业需求状况分析

三、应急装备行业整体供需平衡分析

第三节 应急装备行业进出口市场分析

一、应急装备行业进出口综述

二、应急装备行业进口市场分析

三、应急装备行业出口市场分析

四、贸易新形势下应急装备行业进出口前景展望

第四章 中国应急装备行业整体运行指标分析

第一节 2019-2023年中国应急装备行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产负债情况

四、行业市场规模分析

第二节 2019-2023年中国应急装备行业产销情况分析

一、中国应急装备行业工业总产值

二、中国应急装备行业工业销售产值

三、中国应急装备行业产销率

第三节 2019-2023年中国应急装备行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第五章 中国应急装备行业营销趋势及策略分析

第一节 应急装备行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

- 1、渠道构成
- 2、销售贡献比率
- 3、覆盖率
- 4、销售渠道效果
- 5、价值流程结构
- 6、渠道建设方向

二、应急装备营销环境分析与评价

三、销售渠道存在的主要问题

四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 应急装备行业营销策略分析

一、中国应急装备营销概况

二、应急装备营销策略探讨

- 1、中国应急装备产品营销策略浅析
- 2、应急装备新产品的市场推广策略
- 3、应急装备细分产品营销策略分析

第三节 应急装备营销的发展趋势

一、未来应急装备市场营销的出路

二、中国应急装备营销的趋势预测

第四节 应急装备市场营销模式与面临的挑战

第六章 中国应急装备行业市场竞争格局分析

第一节 应急装备行业竞争格局分析

一、应急装备行业区域格局

二、应急装备行业企业竞争格局

第二节 应急装备行业竞争五力分析

一、应急装备行业上游议价能力

二、应急装备行业下游议价能力

三、应急装备行业新进入者威胁

四、应急装备行业替代产品威胁

五、应急装备行业内部竞争

第七章 应急装备行业领先企业经营形势分析

第一节 中国船舶重工集团应急预警与救援装备股份有限公司

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、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第二节 青鸟消防股份有限公司

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、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第三节 威海广泰空港设备股份有限公司

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、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第四节 北京辰安科技股份有限公司

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、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第五节 保力新能源科技股份有限公司

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、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第六节 北京鹏程安泰尔救援装备制造股份有限公司

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、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第七节 福建侨龙应急装备股份有限公司

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、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第八节 北京凌天智能装备集团股份有限公司

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、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第九节 西安新竹防灾救生设备有限公司

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、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第十节 江苏明杰应急救援装备有限公司

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、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第八章 2024-2029年应急装备行业投资机会与风险防范

第一节 应急装备行业投资特性分析

一、应急装备行业进入壁垒分析

二、应急装备行业投资风险分析

三、应急装备行业投资潜力分析

第二节 应急装备行业投融资情况

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、应急装备行业投资现状分析

第三节 2024-2029年应急装备行业投资机会

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、应急装备行业投资机遇

第四节 2024-2029年应急装备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

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第五节 中国应急装备行业投资建议

一、应急装备行业未来发展方向

二、应急装备行业主要投资建议

三、中国应急装备企业融资分析

第九章 2024-2029年应急装备行业存在的问题及对策

第一节 应急装备行业存在的问题

一、行业面临的困境及对策

二、企业面临的困境及对策

三、行业存在的问题及对策

四、行业面临的挑战与对策

第二节 中国应急装备行业发展趋势

一、应急装备行业市场规模预测

二、应急装备行业发展前景展望

三、应急装备行业发展趋势预测

第十章 应急装备行业发展战略研究

第一节 应急装备行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、营销品牌战略

五、竞争战略规划

第二节 对中国应急装备品牌的战略思考

一、应急装备品牌的重要性

二、应急装备实施品牌战略的意义

三、应急装备企业品牌的现状分析

四、中国应急装备企业的品牌战略

五、应急装备品牌战略管理的策略

第三节 应急装备经营策略分析

一、应急装备市场细分策略

二、应急装备市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、应急装备新产品差异化战略

第十一章 研究结论及投资建议

第一节 应急装备行业研究结论及建议

第二节 应急装备子行业研究结论及建议

图表目录

图表：应急装备行业生命周期

图表：应急装备行业产业链结构

图表：应急产业发展政策概要

图表：应急产业产品数量结构比例

图表：2019-2023年全球应急装备行业市场规模

图表：2019-2023年中国应急装备行业市场规模

图表：2019-2023年应急装备行业重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国应急装备市场占全球份额比较

图表：2019-2023年应急装备行业工业总产值

图表：2019-2023年应急装备行业销售收入

图表：2019-2023年应急装备行业利润总额

图表：2019-2023年应急装备行业资产总计

图表：2019-2023年应急装备行业负债总计

图表：国内外航空应急救援体系对比

图表：2019-2023年应急装备行业竞争力分析

图表：2019-2023年应急装备市场价格走势

图表：2019-2023年应急装备行业主营业务收入

图表：2019-2023年应急装备行业产能分析

图表：2019-2023年应急装备行业产量分析

图表：2019-2023年应急装备行业需求分析

把握投资 决策经营！

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20210702/216727.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)