

图书基本信息

书名：<<中国五金年鉴2004上卷(中英文对照)>>

13位ISBN编号：9787501945078

10位ISBN编号：7501945071

出版时间：2004-8

出版时间：中国企业网 中国轻工业出版社 (2004-08出版)

作者：中国企业网 编

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

在过去的一年中，中国五金行业得到了长足的发展。

目前年产值500万元以上、有一定规模的五金企业超过4万家，估算还有十几万家不成规模的企业，行业年产值2200多亿元，年出口额大约150亿美元。

中国五金行业现在拥有的14个五金产业基地，在地方工业经济中都占有十分重要的地位，是地方工业经济的主力军，是地方财政收入的主要提供者之一，为地方人均增收做出了贡献，它巩固了地方工业经济的发展，壮大了地方工业经济的实力。

中国是世界重要的五金制品生产国，独特的价格优势加快了我国五金行业与世界接轨的步伐。

借五金行业全面发展的东风，《中国五金年鉴》2004上卷作为综合性中英文对照的五金行业年鉴又和您见面了。

我们传承了《中国五金年鉴》时效性强、数据准确的一贯风格，将全国最活跃的五金群体展现在您面前，本书将会帮助您更好的了解中国五金行业的发展状况以及中国五金企业的基本情况。

本书内容分为五金行业分析和企业资料两大部分，分析部分比较详细的阐述了中国五金产业基地的现状、不足和发展前景以及一些子行业的分析。

企业资料部分中英文对照，根据最新的资料收录了2476家中国五金企业，其中生产型企业2266家，贸易型企业约210家。

这些企业均为比较活跃的五金企业，同《中国五金年鉴》2003下卷的数据资料无重复，可以为您提供更为丰富的五金企业资料。

为了方便读者对于企业资料的查阅，本书设置了产品分类检索、英文产品字母顺序检索和企业地区检索三种方式，客户可以通过具体产品和地区分类查找到目标企业。

秉承本书的一贯特色本书中收录的企业超过95%拥有自己的互联网网站和电子邮箱，充分反映了中国五金企业的快速发展，用户可以借助网站及邮箱与企业取得最快捷的联系。

内容概要

《中国五金年鉴2004(上卷)》——最新资讯，精心编辑。汇聚丰富的中国五金市场资讯以及近2500家中国十分活跃的五金企业，中英文对照，设立了多种检索方式，是了解中国五金市场，寻找中国五金企业产品的理想工具书。

《中国五金年鉴2004(上卷)》——结合市场，网络，展会，三位一体对企业进行全方位推广，是宣传企业产品，开拓市场，寻找商机的理想途径。

书籍目录

总论 (General Topics) 发展迅速的中国五金行业 (The Fast Developing Hardware Industry in China) 世界五金工具行业一瞥 (Glance of the World Hardware Tools Industry) 轴承贸易的发展变迁 (The History of World Bearing Trade) 产品分类检索 (Product Index by Classification) 英文产品字母顺序检索 (Alphabetical Product Index) 生产型企业 (Manufactures) 工具类 (Tools) 一、电动工具 (Electric T001) 二、气动工具 (Pneumatic T001) 三、液动工具 (Hydraulic T001) 四、手工具 (Hand T001) 五、测量校准工具 (Measuring & Testing T001) 六、焊接工具 (Welding T001) 七、金刚石工具 (Diamond T001) 八、机械加工工具 (Machine Tools&Tooling) 九、其他工具 (Other T001) 非工具类 (Non-Tools) 十、配件五金 (Hardware Accessory) 十一、建筑装饰五金 (Construction & Decoration Hardware) 十二、家居厨卫用品 (Household Supplies) 十三、通用零部件 (General Hardware&Standard Components) 十四、磨具磨料 (Grinding Tool&Abrasives) 十五、模具产品 (Mould Product) 十六、金属丝制品 (Metal Wire Product) 十七、五金机械及其他产品 (Hardware Machinery&Other Products) 贸易型企业 (Trading Enterprise) 北京 (Beijing) 重庆 (Chongqing) 福建 (Fujian) 广东 (Guangdong) 广西 (Guangxi) 贵州 (Guizhou) 海南 (Hainan) 河北 (Hebei) 河南 (Henan) 湖北 (Hubei) 江苏 (Jiangsu) 辽宁 (Liaoning) 内蒙古 (Inner Mongolia) 山东 (Shandong) 陕西 (Shaanxi) 上海 (Shanghai) 四川 (Sichuan) 天津 (Tianjin) 西藏 (Xizang) 新疆 (Xinjiang) 云南 (Yunnan) 浙江 (Zhejiang) 企业地区检索 (Company Index by Region)

章节摘录

插图：（5）替代产品从目前看，很多锁具企业认为短期内还没有其他产品可替代自身的主要产品，但几年后会有变化。

调查中，48%的企业认为有可能出现被别的产品替代的情况。

24%的企业认为人世2年后出现该情况的可能性最高，认为人世5年后会出现这种情况的企业有39%。当这种情况出现之前，有63%的企业会选择放弃旧的产品，生产适合自己条件的优势产品。

（6）发展策略要维持和加强竞争能力，大部分锁具企业将从新产品开发、人才管理、销售技术、成本控制等几方面来调整自身优势。

调查结果显示，在调整自身优势方面，。

74%的企业会选择有计划的循序渐进的方式进行改革，77%的企业选择成为产品高附加值的领航者。

在后者当中，认为产品外观方面的要求是必要因素的比例占45%，在产品性能方面增加附加值也非常重要，另外还有广告、网络、供应周期等服务方面的内容。

至于主张以低成本为竞争优势的企业，关键是简化产品的系列，放弃利润较低、需求量较少的产品，降低销售、市场推广费用。

大部分企业认为核心技术主要包括表面处理技术和机加工技术，提高锁具企业的竞争力关键在于提高锁具制作的核心技术。

编辑推荐

《中国五金年鉴2004(上卷)》是由中国轻工业出版社出版的。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>