

2025-2031年中国火工品行业全景调研及竞争格局 预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2025-2031年中国火工品行业全景调研及竞争格局预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202106/958819.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

为方便行业人士或投资者更进一步了解火工品行业现状与前景，智研咨询特推出《2025-2031年中国火工品行业全景调研及竞争格局预测报告》（以下简称《报告》）。报告对中国火工品市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保火工品行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年火工品行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能火工品从业者抢跑转型赛道。

火工品是在接收发火指令后，以较小的能量激发其内装敏感药剂产生燃烧或爆炸，以其燃烧火焰、爆炸冲击波、高压燃气，实现点火、起爆、做功等预定功能的一次性使用的元器件、装置和系统的统称。火工品性能主要由药剂和发件的机理决定，火工元件、装置和系统分别构成火工品应用的三个重要层次。火工品具有能量质量比高、作用时间短、起爆及输出能量可控、体积小及长期贮存好等特点。主要产品包括火帽，底火，点火管，延期件，雷管，传爆药，导火索，导爆索以及爆炸开关，爆炸螺栓，启动器切割索等。

火工品行业产业链上游主要为电子元器件、铜材、铝材、锡材及其他原材料，下游广泛应用于武器、卫星、火箭等军事领域和民爆领域等。从应用来看，在军事上，它是各种常规弹药、核武器、导弹及其他航天器的点火与起爆元件。在航天器中的很多系统（如控制、应急、级间分离、整流罩释放、回收和着陆、安全保险和自毁等系统），还用它去完成特定的作用。在民用方面，火工品是矿山开采、毫秒爆破、爆炸成型、石油勘探、深井采油、钢炉射孔、航空救生、捕捉和驯服野兽等方面非常有用的器件。近年来民爆领域受到政策趋严管控，市场需求逐步下降，军用领域需求保持增长。数据显示，2022年我国火工品民用需求占比下降至14.2%。

从全球市场来看，全球火工品市场保持逐年增长态势。数据显示，2022年全球火工品行业市场规模达到497.8亿美元，同比增长3.4%。不论是军用还是民用市场，以美国为代表的北美地区是全球最大的火工品消费市场；2022年北美地区火工品市场规模为208.00亿美元；以中国、日本、韩国、印度、澳大利亚为代表的亚太地区火工品市场规模为141.16亿美元；欧洲地区规模为109.29亿美元。

我国火工品基础薄弱，相较美国此前发展缓慢，近年来随着航空航天产业发展，火工品市场进程加快。据统计，2022年我国火工品行业市场规模达到438.9亿元，同比增长5.2%，其中民爆领域受到政策趋严管控，市场需求逐步下降，军用领域需求保持增长。

火工品行业生产经营具有较大的危险性，受到严格的资质限制且受国家战略布局的影响。中国兵器工业集团3家所属火工品企业及国内唯一一家火工品专业研究所进行了重组，成立北方特能集团，整体实力大为加强，重组后兵器集团弥补了相互间的产品品种和技术、市场的不足，争取同属中国兵器工业集团内有军用火工品配套需求总装企业的任务时具有先天优势，对同行业军工企业构成巨大压力，北方特能集团其在军用火工品领域的基础研究、技术水平、生产能力及经营规模等综合实力强。中国兵器装备集团下属火工品企业在部分火工品领域、集团内配套也处于明显优势地位。拥有军用火工品子公司的长城军工2018年在上交所成功上市，竞争实力进一步加强，长城军工通过划转为中国兵器装备集团控股，成为新的军工央企，中国兵器装备集团旗下将有2家火工品企业，其优势将更为明显。

《2025-2031年中国火工品行业全景调研及竞争格局预测报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是火工品领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 火工品行业界定

第一节 火工品行业定义

第二节 火工品行业特点分析

第三节 火工品行业发展历程

第四节 火工品产业链分析

一、产业链模型介绍

二、火工品产业链模型分析

第二章 国际火工品行业发展态势分析

第一节 国际火工品行业总体情况

第二节 火工品行业重点市场分析

第三节 国际火工品行业发展前景预测

第三章 2023年中国火工品行业发展环境分析

第一节 火工品行业经济环境分析

一、全球经济发展综述

二、全球各主要经济体发展对比分析

三、中国宏观经济环境分析

第二节 火工品行业政策环境分析

第四章 火工品行业技术发展现状及趋势

第一节 当前我国火工品技术发展现状

第二节 中外火工品技术差距及产生差距的主要原因分析

第三节 提高我国火工品技术的对策

第四节 我国火工品研发、设计发展趋势

第五章 中国火工品行业市场供需状况分析

第一节 2020-2024年中国火工品行业市场情况

第二节 中国火工品行业市场需求状况

一、2020-2024年火工品行业市场需求情况

二、2025-2031年火工品行业市场需求预测

第三节 中国火工品行业市场供给状况

一、2020-2024年火工品行业市场供给情况

二、2025-2031年火工品行业市场供给预测

第四节 火工品行业市场供需平衡状况

第六章 火工品行业经济运行分析

第一节 2020-2024年火工品行业偿债能力分析

第二节 2020-2024年火工品行业盈利能力分析

第三节 2020-2024年火工品行业发展能力分析

第四节 2020-2024年火工品行业企业数量及变化趋势

第七章 2020-2024年中国火工品行业重点区域市场分析

第一节 华北地区市场规模分析

第二节 东北地区市场规模分析

第三节 华东地区市场规模分析

第四节 中南地区市场规模分析

第五节 西部地区市场规模分析

第八章 中国火工品行业产品价格监测

第一节 火工品市场价格特征

第二节 影响火工品市场价格因素分析

第三节 未来火工品市场价格走势预测

第九章 火工品行业细分市场分析

第一节 火工元件

第二节 火工装置

第三节 火工系统

第十章 2020-2024年火工品行业重点企业发展调研

第一节 新疆雪峰科技（集团）股份有限公司

一、企业概述

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业发展战略

第二节 江西新余国科科技股份有限公司

一、企业概述

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业发展战略

第三节 湖南南岭民用爆破器材股份有限公司

一、企业概述

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业发展战略

第四节 安徽长城军工股份有限公司

一、企业概述

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业发展战略

第五节 福建省机电（控股）有限责任公司

一、企业概述

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业发展战略

第十一章 火工品行业风险及对策

第一节 2025-2031年火工品行业发展环境分析

第二节 2025-2031年火工品行业壁垒分析

- 一、技术壁垒
- 二、品牌认知度壁垒
- 三、资金壁垒

第三节 火工品行业“波特五力模型”分析

- 一、行业内竞争
- 二、潜在进入者威胁
- 三、替代品威胁
- 四、供应商议价能力分析
- 五、买方侃价能力分析

第四节 2025-2031年火工品行业风险及对策

- 一、市场风险及对策
- 二、政策风险及对策
- 三、经营风险及对策
- 四、行业竞争风险及对策
- 五、行业其他风险及对策

第十二章 火工品行业发展及竞争策略分析

第一节 2025-2031年火工品行业发展战略

- 一、技术开发战略
- 二、产业战略规划
- 三、业务组合战略
- 四、营销战略规划
- 五、区域战略规划

第二节 2025-2031年火工品企业竞争策略分析

- 一、提高我国火工品企业核心竞争力的对策
- 二、影响火工品企业核心竞争力的因素
- 三、提高火工品企业竞争力的策略

第三节 对我国火工品品牌的战略思考

- 一、火工品实施品牌战略的意义
- 二、我国火工品企业的品牌战略
- 三、火工品品牌战略管理的策略

第十三章 火工品行业发展前景及投资建议

第一节 2025-2031年火工品行业市场前景展望

第二节 2025-2031年火工品行业融资环境分析

一、融资渠道分析

二、企业融资建议

第三节 火工品项目投资建议

一、投资环境考察

二、投资方向建议

三、火工品项目注意事项

第四节 火工品行业重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

图表目录：部分

图表1：火工品行业发展历程

图表2：火工品产业链构成

图表3：各种常见火工品的军事用途

图表4：2020-2024年中国火工品行业需求市场规模

图表5：2020-2024年中国火工品行业市场需求情况

图表6：2020-2024年中国火工品行业产值情况

图表7：行业适用的主要产业政策

图表8：2020-2024年中国火工品行业市场供需情况

图表9：火工元件分类

图表10：火工装置分类

图表11：火工系统分类

图表12：2020-2024年全球火工品市场规模走势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202106/958819.html>