

2021年 中国电动工具行业应用概览

2021 Application Overview of China's Electric Tool Industry

2021年中国电动工具业界应用概要

概览标签：电动工具、无刷电机、无绳化

报告作者：张子健
2021/04

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

头豹研究院简介

- ◆ 头豹是**国内领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商**。围绕“**协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播**”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：数据库服务、行企研报服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务，以及其他企业为基础，利用**大数据、区块链和人工智能**等技术，围绕**产业焦点、热点问题**，基于**丰富案例和海量数据**，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务

企业服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师外派驻场服务, 平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

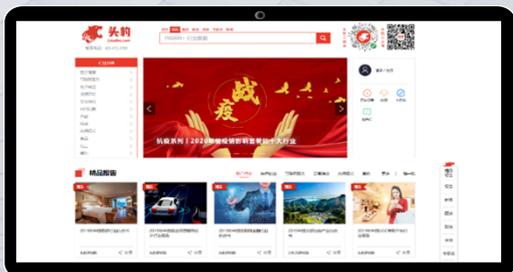
行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

园区规划、产业规划

地方产业规划, 园区企业孵化服务

研报阅读渠道

1、头豹科技新闻网(www.leadleo.com): PC端阅读**全行业、千本**研报



2、头豹小程序: 微信小程序搜索“**头豹**”、手机扫上方二维码阅读研报

3、行业精英交流分享群: 邀请制, 请添加右下侧头豹研究院分析师微信



图说



表说



专家说



数说



扫一扫
实名认证行业专家身份

详情咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生: 13611634866

李女士: 13061967127



南京

杨先生: 13120628075

唐先生: 18014813521



深圳

李女士: 18049912451

李先生: 18916233114

摘要

电动工具景气向上，800亿市场 出击

电动工具是以直流或交流电机为动力的工具总称，可分为工业级、专业级、以及通用级三种，专业级产品最为常见，市场最广，同时也是电动工具行业竞争最激烈的领域，设计上强调对于复杂环境的适应性，工作状态强调稳定性，多针对建筑行业、管道行业、家装行业。中国是世界主要的电动工具生产国，电动工具在中国属于出口行业，行业外向型特征明显。中国电动工具行业在承接国际分工转移的过程中不断发展，全球85%以上的电动工具在中国生产。在电动工具规模方面，2020年中国电动市场规模约为809亿元，2015-2020年中国电动市场规模年均复合增长率为6.9%。

1.全球工业级电动工具行业集中度高，市场被国际巨头垄断

- 2019年全球工业级电动工具竞争格局较集中，CR5包括Stanley、TTI、Bosch、Hilti、Makita，前5家国际企业市场份额达87.3%，其中CR2超过50%，且均为国际厂商，中国厂商在国际知名度较低，市场份额远不及国际电动工具巨头。

2.电动工具电池未来国产化替代趋势明显

- 2018年之前三星、LG等韩国电池供应商占据较高市场份额，但本土厂商如亿纬锂能、天鹏已进入TTI、百得等一线品牌商供应链，主要原因是中国厂商成本优势显著，在技术层面不断提高，与国际厂商已无明显差异，未来国产替代已成为趋势。

3.锂电无绳化成电动工具未来发展趋势

- 电动工具的应用领域包括道路建筑、汽修钢构、装修装饰等，其中大多应用场景均为户外作业，通过电线为电动工具提供动力的传统方法在很大程度上限制了电动工具的作业半径和作业条件，户外作业进展十分困难。而以锂电池为动力的新一代无绳类电动工具轻巧便携，扩展了作业范围，改善了各种应用场景下的工作条件，同时提高了工作效率。

目录

CONTENTS

◆ 名词解释	-----	11
◆ 中国电动行业综述		
• 定义及分类	-----	13
• 发展历程	-----	14
◆ 中国电动行业产业链分析	-----	16
• 上游：核心零部件剖析	-----	17
• 中游：各国制造成本对比	-----	19
• 中游：主流产品对比	-----	21
• 下游：终端运用	-----	22
◆ 中国电动工具行业市场规模	-----	24
◆ 中国电动工具行业驱动因素	-----	25
◆ 中国电动工具行业竞争格局	-----	26
◆ 中国电动行业发展趋势		
• 锂电工具	-----	27
• 无绳化	-----	28
• 无刷电机	-----	29
◆ 中国电动工具行业政策分析	-----	30
◆ 中国电动工具行业企业推荐		
• 巨星科技	-----	32
• 创科实业	-----	34
• 亿纬锂能	-----	36

目录

CONTENTS

◆ 专家说	-----	38
◆ 方法论	-----	39
◆ 法律声明	-----	40

Contents

◆ Terms	-----	11
◆ Overview of Electric Tool Industry		
• Definition and Classification of Electric Tool	-----	13
• Development History	-----	14
◆ Industry Chain Analysis of China's Electric Tool Industry	-----	16
• Upstream: Analysis of core components	-----	17
• Midstream: Comparison of manufacturing costs in different countries	-----	19
• Midstream: Comparison of mainstream products	-----	21
• Downstream: Application	-----	22
◆ Market Scale of China's Electric Tool Industry	-----	24
◆ Driving Factors of China's Electric Tool Industry	-----	25
◆ Competition Analysis of China's Electric Tool Industry	-----	26
◆ Development Trend of China's Electric Tool Industry		
• Lithium electric tools	-----	27
• Cordless	-----	28
• Brushless motor	-----	29
◆ Policy Analysis of China's Electric Tools Industry	-----	31
◆ Recommended Enterprises in China's Electric Tools Industry		

Contents

• Great Star	-----	32
• TTI	-----	34
• EVE ENERGY	-----	36
◆ Expert Viewpoint	-----	38
◆ Methodology	-----	39
◆ Legal Statement	-----	40

图表目录

List of Figures and Tables

图表1: 电动工具定义及分类	-----	13
图表2: 主要电动工具示意图	-----	13
图表3: 中国电动工具发展历程	-----	14
图表4: 电动工具行业产业链, 2019年	-----	16
图表5: 电动工具主要部分及成本占比, 2019年	-----	17
图表6: 全球电动工具核心零部件锂电池装机份额, 2019年	-----	17
图表7: 全球电动工具电池市场需求, 2016-2025E	-----	18
图表8: 全球及中国电动工具总产量情况, 2016-2019年	-----	19
图表9: 中国制造业增加值占全球比重变化, 2016-2019年	-----	19
图表10: 中国电动工具行业制造成本模型, 2019年	-----	20
图表11: 各国电动工具制造成本模型对比, 2019年	-----	20
图表12: 主流产品参数对比—半英寸充电式电钻 (18V/20V)	-----	21
图表13: 电动工具销售额分布占比情况, 2019年	-----	22
图表14: 电动工具终端分布 (以TTI为例), 2019年	-----	22
图表15: 美国成屋销售情况, 2019年	-----	22
图表16: 中国电动工具行业市场规模(按销售收入统计), 2015-2025年预测	-----	24
图表17: 中国工业用和通用电动工具成交金额, 2015-2019年	-----	25
图表18: 中国通用级电动工具销售收入预测, 2016-2023年	-----	25
图表19: 全球工业级电动工具竞争格局, 2019年	-----	26
图表20: 全球家用级电动工具竞争格局, 2019年	-----	26
图表22: 中国锂电工具产量及渗透率, 2016-2019年	-----	27
图表23: 全球无绳工具占电动工具销售额占比, 2011-2024E	-----	28

图表目录

List of Figures and Tables

图表24: 全球不同电池类型无绳工具产量, 2016-2019年	-----	28
图表25: 有刷电机示意图	-----	29
图表26: 无刷电机示意图	-----	29
图表27: 全球无刷电机渗透率, 2016-2025E	-----	29
图表28: 中国电动工具行业相关政策分析, 2015-2018年	-----	30
图表29: 巨星科技的营收和净利润趋势图, 2015-2020年	-----	33
图表30: 巨星科技并购历程,2017-2021年	-----	33
图表31: 创科实业与史丹利百得营收及增速对比, 2016-2020年	-----	35
图表32: 创科实业研发费用及费用率变化, 2011-2020年	-----	35
图表33: 亿纬锂能的营收及增长率, 2011-2019年	-----	37
图表34: 亿纬锂能与竞争对手研发费用比较, 2019年	-----	37

名词解释

- ◆ **无刷电机：**无刷直流电机由电动机主体和驱动器组成，是一种典型的机电一体化产品。由于无刷直流电动机运行方式为自控式运行，从而避免在转子上另加启动绕组，也不会因负载突变而产生振荡和失步。
- ◆ **有刷电机：**有刷电机是内含电刷装置的将电能转换成机械能（电动机）或将机械能转换成电能（发电机）的旋转电机。有刷电机是所有电机的基础，它具有启动快、制动及时、可在大范围内平滑地调速、控制电路相对简单等特点。
- ◆ **电芯：**指单个含有正、负极的电化学电芯，一般不直接使用，区别于电池含有保护电路和外壳。
- ◆ **钻夹头：**钻夹头是由钻夹套、松紧拨环、连接块、后盖组成。钻夹头主要用于家用的直流和交流电钻。其最大的优点是锁紧容易，只要握住夹头的前后套，拧紧即可使用。根据钻夹头的内部结构不同，适合使用的电钻也不同。
- ◆ **电机失步：**同步电动机的转子，不能跟随定子的旋转磁场同步旋转，即为失步。



行业综述：电动工具定义及发展历程

定义及分类

发展历程

中国电动工具行业市场综述——定义及分类

电动工具可分为工业级、专业级、通用级三种，专业级产品最为常见，市场最广，同时也是电动工具行业竞争最激烈的领域

电动工具定义及分类

分类标准	特征	应用场景	代表品牌
工业级	具有技术含量高，一次性作业成型的特点，能够提供高精度解决方案；能够长时间连续作业	主要应用于高精度行业，如工业级型材切割机，高精度角度型材切割等	米沃奇 (Milwaukee) 麦太保 (Metabo) 喜利得 (Hilti)
专业级	具有功率大、转速高、电机寿命长、长时间重复作业的特点；针对特定使用领域，对性能指标要求较高	主要应用于建筑道路、装饰装潢、木材加工、金属加工等	德伟 (DeWALT) 百得 (Black&Decker) 日立 (Hitachi) 博世 (BOSCH)
通用级	又被称做DIY级电动工具；具有价格低、性价比、便携性和组合性较好的优势	主要应用于对精度要求不高和持续作业时间不长的场合，如家用装饰类作业场景	利比优 (RYOBI) 史丹利 (Stanley)

工业级工具具有精度高、工作寿命长、技术含量高、工作状态稳定、价格高等特点。目标客户多为专业的工厂或工程建设施工队伍，主要品牌有瑞士喜利得、美国米沃奇和德国泛音等；专业级产品最为常见，市场最广，同时也是电动工具行业竞争最激烈的领域，设计上强调对于复杂环境的适应性，工作状态强调稳定性，多针对建筑行业、管道行业等，主要品牌有美国得伟、德国博世、德国AEG和日本牧田。DIY级产品价格低，性价比高，耗材价格便宜，强调便携性和组合性，包装吸引眼球，工作稳定性相对略低，目标客户主要是一般家庭，适合偶尔的维修作业，解决人工成本较高背景下自己动手的简单维修问题。

主要电动工具示意图



随着科学技术的发展和时代的变迁，传统的手动工具逐渐被种类繁多的电动工具所代替。由于电动工具的设计原理都比较相似，功能品类也相对集中。细分品类中，电钻(36.3%)、电动磨床(14.0%)、电锯(12.9%)、砂光机(11.0%)、冲击扳手(16.4%)等5类产品在2019年占据整体电动工具销售额中的90.5%，其中电钻市场份额所占较大，达到36.3%。

来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

中国电动工具行业市场综述——发展历程

电动工具的发展推动了中国电器工业的蓬勃发展，产品技术在发展历程中趋于同质化，性价比和产品升级的概念成为消费者主流参考标准

中国电动工具发展历程

	1942-1979年	1980-1995年	1995-2010年	2011年后
行业发展标志的事件	<ul style="list-style-type: none">1942年，大威电机厂仿美国的“香槟”牌电钻制造了6MM、13MM电钻，开创中国生产电动工具的先河，成为中国第一家专业电动工具制造厂。1962年，成都市机械工业局试制出中国第一台三相19毫米电钻。	<ul style="list-style-type: none">1987年，国际知名电动工具企业纷纷抢滩中国，并在中国建立工具生产基地，如日立立在上海合资生产“龙牌”电动工具，在广东番禺生产“日立”，在福建合作生产“闽日”牌电动工具。	<ul style="list-style-type: none">2006年，启东被中国电器工具协会授予“中国电动工具产业基地”，启东电动工具商贸城被授予“中国电动工具第一城”称号。2007年，余姚被中国电器工业协会授予“中国电动工具制造业基地”称号。余姚市为中国最大电动工具配件生产基地。	<ul style="list-style-type: none">2012年，永康电动工具年产量达2,300万台，总产量和出口量分别占全国的1/4和1/3，是最大的电动工具出口基地之一，与日本、德国并称全球电动工具三强。
特点	<ul style="list-style-type: none">此阶段由于技术水平的限制，中国电动工具行业处于起步阶段，市场产品较少，主要以电钻产品为主，多数以进口为主。	<ul style="list-style-type: none">国际企业在技术水平优于本土企业，此阶段电动工具市场基本被进口品牌垄断，如博世、牧田、得伟。	<ul style="list-style-type: none">此阶段中国电动工具行业处于高速成长期，龙牌和成都CET在具有技术基础上，依靠市场巨大需求迅速做大做强，并成为定义行业类别的单项品牌。	<ul style="list-style-type: none">此阶段，市场供需关系趋于平衡，摆脱前一阶段资源匮乏的境地，用户对于产品品质要求更高，博大依靠圆锯的品质优势引领行业的木工系列。

头豹洞察

第一阶段（1942-1979）：由于技术水平的差距，中国电动工具行业还处于起步阶段，产品种类稀缺，市场基本被进口品牌垄断，例如博世、牧田、得伟这些品牌的产品。此阶段中国经济形势迅猛发展，电动工具领域供不应求，处于卖方市场。

第二、三阶段（1980-2010年）：经早期启蒙教育及行业竞争趋于成熟，从厂家及渠道角度分析，竞争者增多导致市场供需发生变化，市场供需关系趋于平衡，用户经过行业启蒙，对产品品质有明显要求，信源为此阶段代表性企业，其通过大功率电钻及多力士搅拌器的开发，打造“明星产品”，并积累资金和人气，成功拥有多元化的发展基础。

第四阶段（2011年后）：此阶段，产品技术开始趋向于同质化，性价比和产品升级的概念成为消费者主流参考标准，例如创科实业将电动工具业务从带电源线转向为无线模式，并不断进行各方面创新，成为电动工具行业的佼佼者。

来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



产业链剖析：电动工具上中下游具体架构

核心零件剖析

各国制造成本模型对比

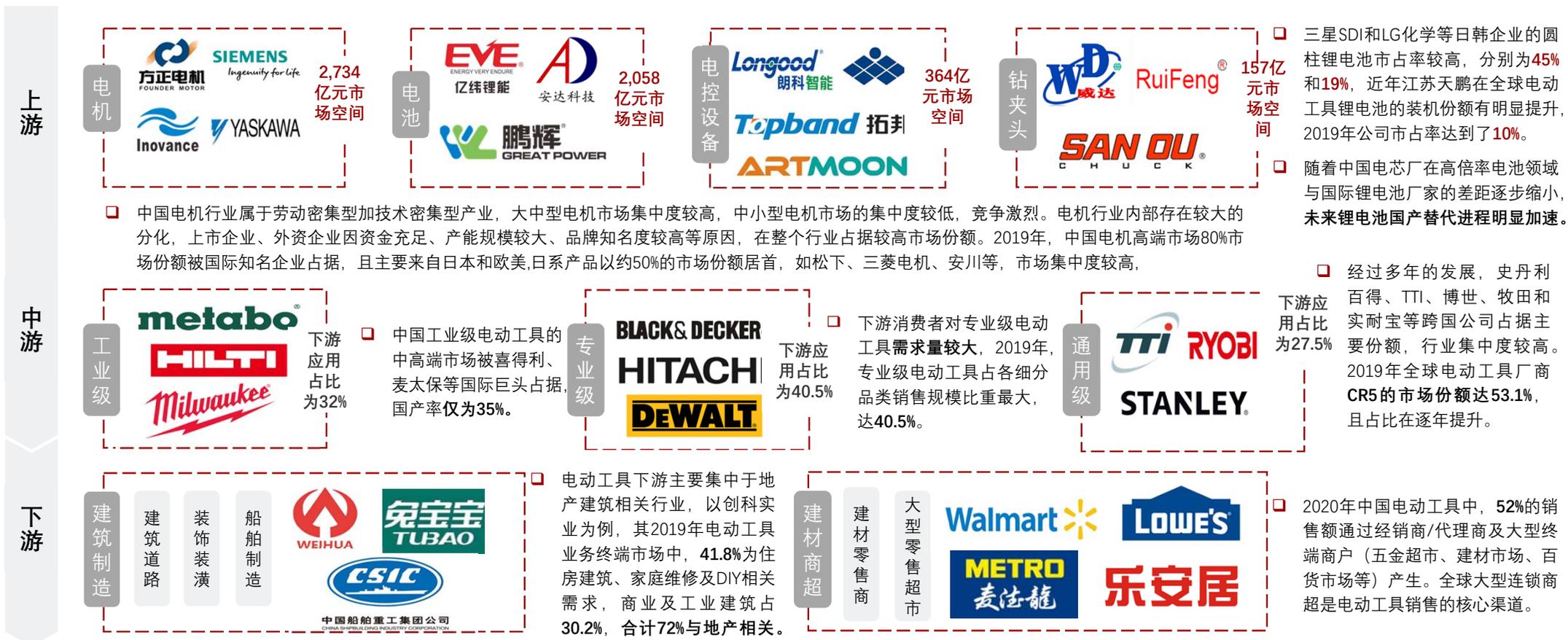
主流产品对比

终端分布

中国电动工具行业——产业链图谱

电动工具行业产业链可分为上游电机和电池等设备制造商，中游主要包括工业级、专业级以及通用级电动工具制造企业，下游主要客户为建筑制造商及建材超市

电动工具行业产业链，2019年



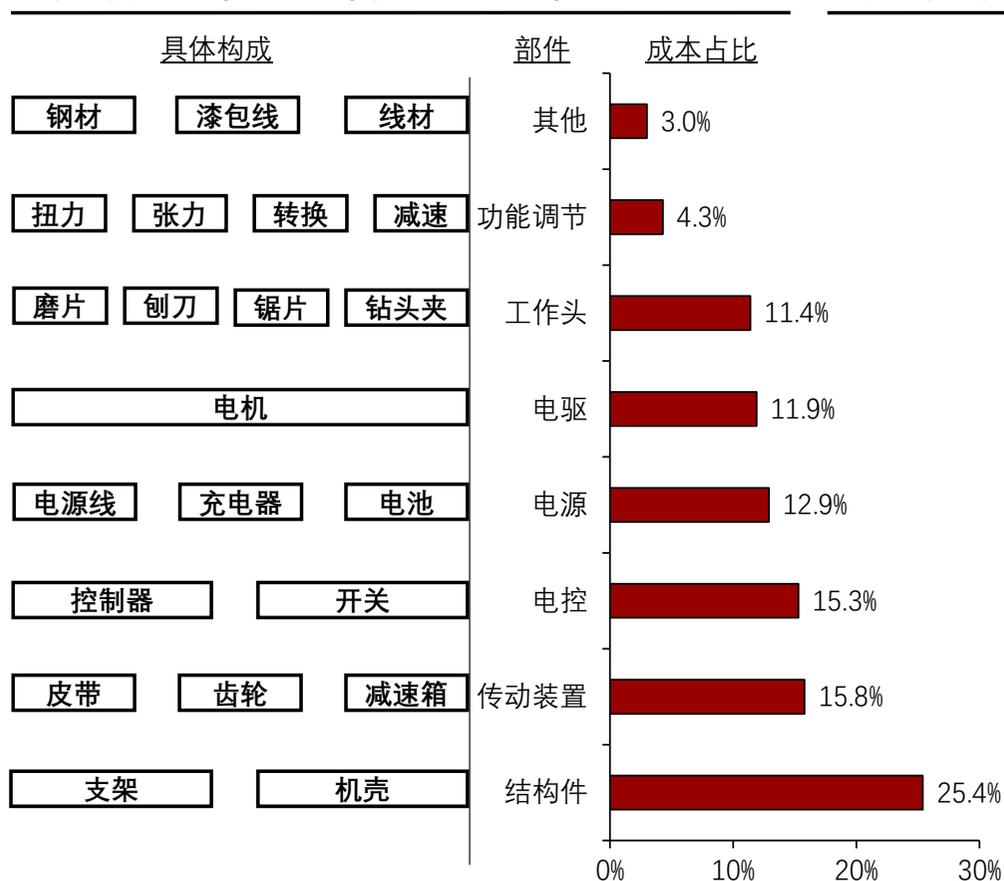
来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

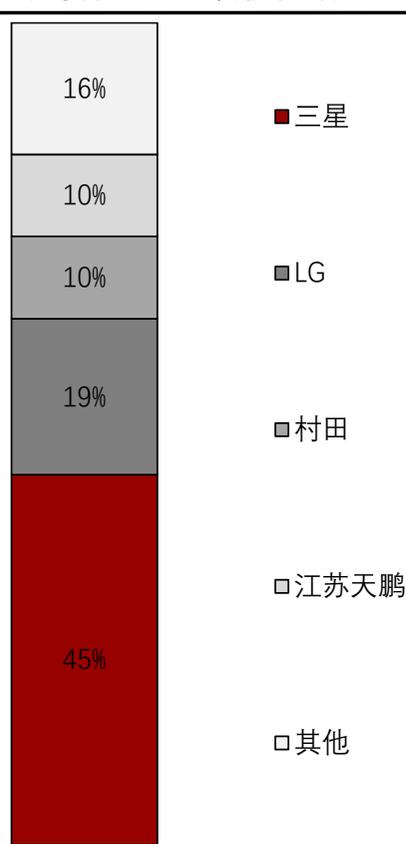
电动工具行业——核心零部件剖析

电机、电控、以及电池是电动工具的核心零部件，成本占比较高，中国电动工具零部件市场仍被外资企业占据，中国国产品牌技术方面处于弱势

电动工具主要部分及成本占比，2019年



全球电动工具核心零部件锂电池装机份额，2019年



头豹洞察

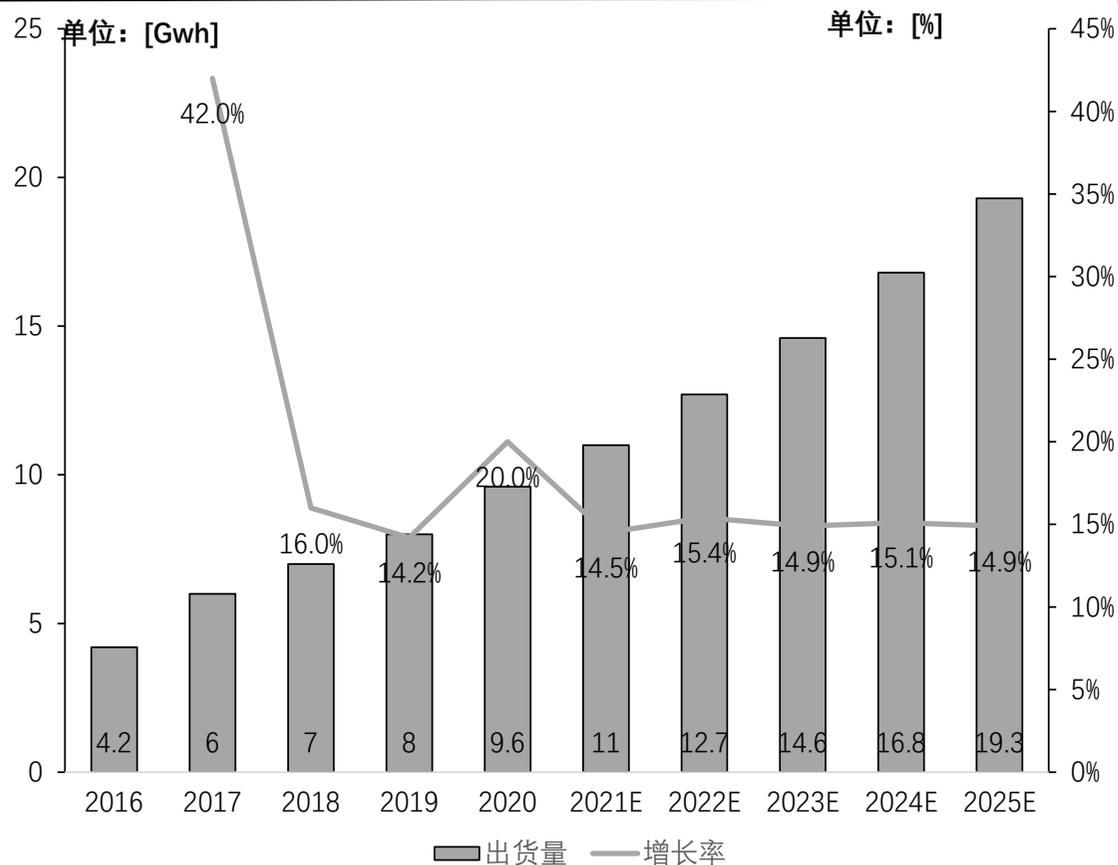
核心零部件较依赖进口：电机、电控、以及电池是电动工具的核心零部件，成本占比较高。中国电动工具零部件市场仍被外资企业占据，以核心零部件锂电池为例，中国国产品牌技术方面处于弱势，三星及LG占据市场超50%的份额。随着中国电芯厂在高倍率电池领域的不断研发，与国际头部玩家的差距逐渐减小，例如蔚蓝锂芯在30A高倍率电池上取得重大进展，打破了日韩几大电芯厂家垄断的局面。头豹认为随着中国本土厂商的不断研发，并朝着45A的高倍率电池研发方向发展，未来电芯供应链垄断模式将被逐渐打破，中国本土厂商将步入高速增长的快车道。此外，在性能、规模、成本等综合优势加持下，国际电动工具巨头对于电芯供应链的选择将转向中国。

电动工具行业——核心零部件剖析

中国头部厂商在电池技术上与日韩龙头差距较小，且中国本土厂商成本显著低于海外厂商，价格优势将助力中国厂商不断抢占日韩份额，未来有望实现电池本土化生产

全球电动工具电池市场需求，2016-2025E

头豹洞察



- ❑ **电动工具电池市场：**2020年全球电动工具电池市场需求约9.6Gwh，预计未来将持续保持高复合增速，且增速高于电动工具，主要原因为无绳电动工具占比持续提升；部分电动工具对于续航需求的提升，使得电池个数提升，从3串逐步发展至6-10串。
- ❑ **国产替代逻辑：**2018年之前三星、LG等韩国电池供应商占据较高市场份额，但本土厂商如亿纬锂能、天鹏已进入TTI、百得等一线品牌商供应链，主要原因是中国厂商**成本优势显著**，在技术层面不断提高，与国际厂商已无明显差异，**未来国产替代已成为趋势**。
- ❑ **技术层面：**中国头部厂商已与日韩龙头在电池技术上差距较小，电动工具特殊的应用场景需要快充快放的高倍率电池，而过去日韩企业在高倍率电池的技术积累有一定优势，但随着近年来中国企业**相继突破20A放电电流**的瓶颈，技术层面已满足电动工具的基本需求。
- ❑ **成本层面：**中国本土厂商成本显著低于海外厂商，**价格优势将助力中国厂商不断抢占日韩份额**，从价格端看，同类型产品亿纬锂能的价格较三星SDI低18%。从净利率角度看，2019年天鹏达11%，亿纬锂能净利率达15%，而三星SDI的净利率只有1%，因此可看出中国厂商成本优势显著。

来源：真锂研究、头豹研究院编辑整理
©2021 LeadLeo



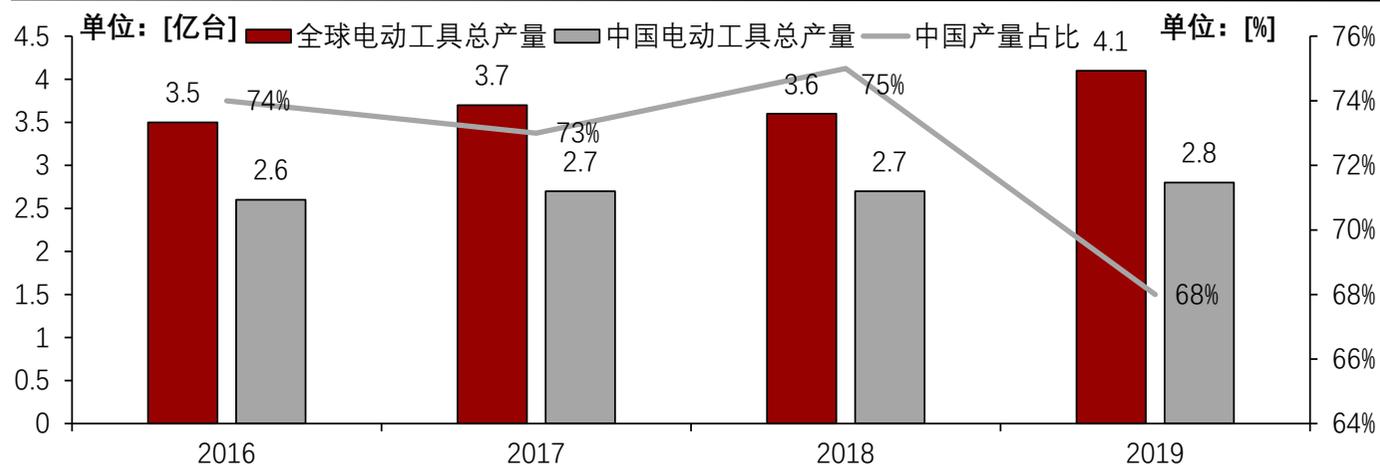
400-072-5588

www.leadleo.com

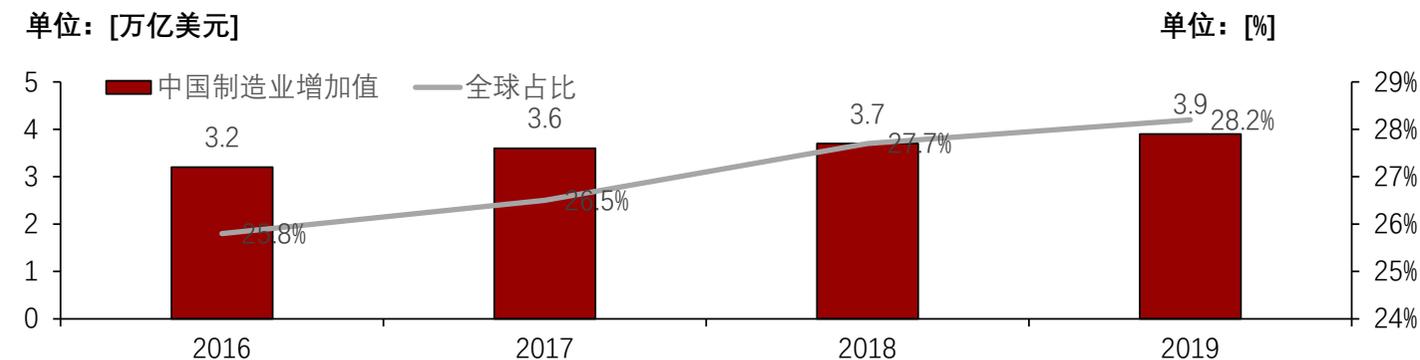
电动工具行业——中国为全球主要产能布局点

2019年，中国电动工具总产量占全球电动工具总产量约68%，国际电动工具龙头企业将中国作为其产能的主要布局点

全球及中国电动工具总产量情况，2016-2019年



中国制造业增加值占全球比重变化，2016-2019年



来源：长虹能源、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

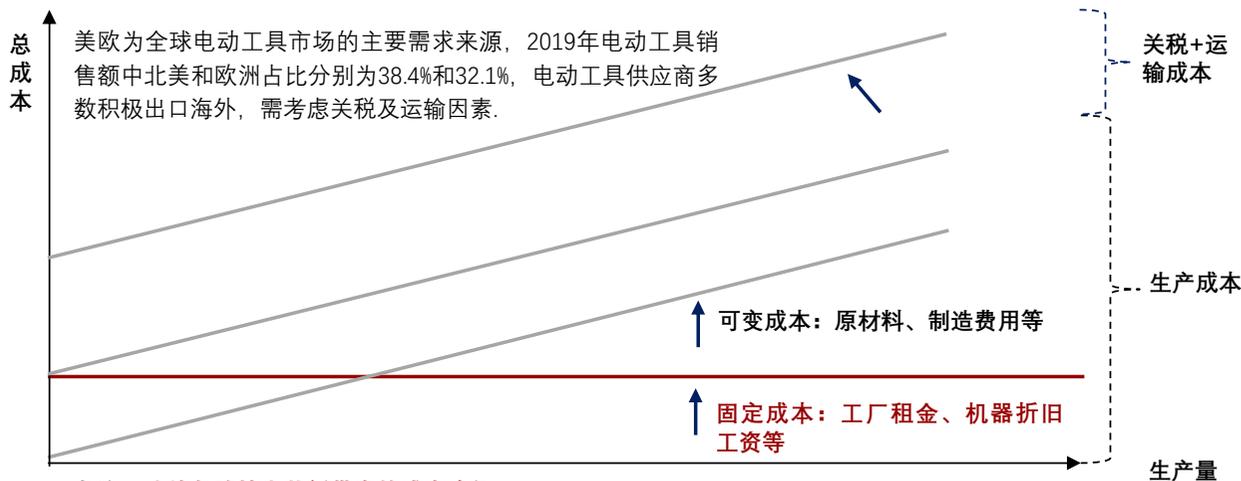
头豹洞察

- 2019年，中国电动工具总产量占全球电动工具总产量约68%。2016-2019年间中国电动工具总产量维持在2.7亿台上下，产量相对较为稳定。电动工具制造属于劳动密集型产业，且其上游供应链需要较为完备的工业基础配套，由于中国密集劳动力和大力发展电子信息产业的特点，使其在制造电动工具中具有先发优势，并且中国庞大的经济体量及快速发展的战略规划为**电动工具提供了大量的制造需求**，在过去10年内确立了全球制造产能中心的地位，并在本土培养出了成熟的供应商及代工厂体系，因此国际电动工具龙头企业**将中国作为其产能的主要布局点**。
- 2010年中国占全球制造业产出的比值第一次略高于美国，成为全球最大制造国。尽管2019年中国制造业占全球**28.2%**，体量巨大，但中国制造的综合实力与发达国家仍有较大差距，以劳动密集型的低端制造为主，在一定程度上限制中国制造业长期发展。高端制造能力不足、创新能力和制造能力不强、发达国家制造业回流、东南亚等国家**低端制造业产能潜在转移**和中国人口红利下降给中国制造业发展带来巨大挑战。

电动工具行业——中国将持续保持主要生产点

中国在综合成本方面的优势仍较为明显，且在全球范围内难以复制，中国有望持续强化其电动工具产业链中的核心地位

中国电动工具行业制造成本模型，2019年



备注：此处忽略技术革新带来的成本降低

各国电动工具制造成本模型对比，2019年

国家	生产成本	运输成本	关税	总成本
中国	100	10	25	135
越南	95	15	0	120
印度	135	35	10	180
美国本土	187	5	0	192

备注：此处设定中国本土生产为100，以此测算各地区综合成本

来源：企业官网、专家访谈、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

头豹洞察

- **模型建立：**中国电动工具制造商成本=原材料固定成本（35%）+工厂租金（15%）+机器折旧（12.7%）+薪资（10.6%）+其他（1.7%）+关税（17.6%）+运输成本（7.4%）。
- **对标国际：**以上述测算逻辑，对标其余国家电动工具制造成本，预测在面临全球化放缓、中美摩擦等多方因素，中国是否可继续维持电动工具制造产业的核心地位。从测算可得知中国电动工具生产总成本仅为美国的**70%**，印度的**75%**。仅越南、泰国等东南亚国家生产成本低于中国，相较于中国庞大的基础设施配及现存产能体量，越南等东南亚国家短期难以建立电动工具所需的庞大工业基础设施，即短期转移成本较大，以及长期产业生产存在上限，难以满足世界范围内庞大的电动工具需求总量，即长期产业上限问题较难解决。
- 因此，头豹认为，东南亚等地或成为制造电动工具的选择，但**未来2-3年无法承接主要产业需求**；少数高端电动工具或可通过技术转移回到美国本土制造，但对整体电动工具市场影响较小，因此中国未来**将继续保持电动工具产业链中的核心地位**。综上所述，可得知电动工具这类劳动密集型产业短期转移较难，即使在美国加征25%的关税的背景下，中国在综合成本方面的优势仍较为明显，其他国家存在短期转移成本高，长期产业上限等问题，使得在全球范围内难以复制中国产业模式，因此中国有望持续强化其电动工具产业链中的核心地位。



400-072-5588

www.leadleo.com

20

电动工具行业——国际知名产品对标

国际电动工具玩家通过多子品牌布局，以满足目标消费者的个性需求，适应细分赛道的市场消费者，中国本土厂商短期内较难超越国际巨头

主流产品参数对比—半英寸充电式电钻（18V/20V）

级别	工业级		专业级				消费级	
品牌型号	 2803	 DCD996B	 GSR18V-535	 XPH12	 CMCD720	 PCCK607	 P214	 BDCDHP220
电机类型	无刷	无刷	无刷	无刷	无刷	无刷	有刷	有刷
最大转速（转/分）	2,300	2,100	1,900	2,000	2,000	1,800	1,600	1,500
扭力（英寸/磅）	1,200	650	535	530	400	370	231	198
重量（磅）	3.2	4.3	2.5	4.2	2.6	3.3	3.2	4.7
含电池价格	279美元（双电池）	269美元	299美元（单电池）	229美元（双电池）	159美元（双电池）	139美元（双电池）	119美元（单电池）	95美元（双电池）
保修期（年）	5	3	1	3	3	3	3	2

□ 选取最大转速、扭力、重量、价格以及保修期五个维度对比电动工具行业参与者的主流产品，可知不同级别产品强调差异化性能，更易于塑造品牌特性，对目标群体更有针对性。以电钻为例，工业级/专业级电钻，消费者对性能和稳定性的要求更高，且价格敏感度略低，因此对偏工业级/专业级的电钻的转速/扭力要求更高，并希望产品具有更长的保修期/设计寿命，因此单价相对也更高，甚至价格是消费级产品的数倍。而消费级产品强调的是性价比，以相对更低的价格获得较为正常的工具使用功能即可。

□ 头豹认为，国际电动工具玩家通过多子品牌布局，以满足目标消费者的个性需求，适应细分赛道的市场消费者，并通过差异化的品牌定位凸显品牌鲜明特质，更好地服务目标消费者群体，以电动工具品牌为例，史丹利百得价格定位由低至高具有Black+Decker、PorterCable、Craftsman、DeWalt、MacTools等品牌，国际玩家通过差异化定制策略抢占中国电动工具市场，使得产品品牌壁垒较高，中国本土厂商短期内较难超越国际巨头。

来源：企业官网、头豹研究院编辑整理

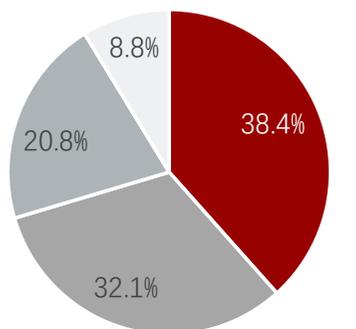
©2021 LeadLeo

电动工具行业终端分布——北美为主要来源

美欧为全球电动工具市场的主要需求来源，并集中于地产相关行业，北美地产的蓬勃发展将持续带动电动工具的需求量，国际电动工具巨头将持续从北美地产的发展获得高收益

电动工具销售额分布占比情况，2019年

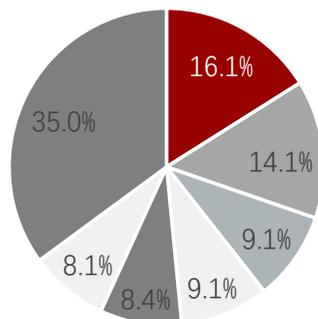
单位：[%]



■ 北美 ■ 欧洲 ■ 亚太 ■ 其他

电动工具终端分布（以TTI为例），2019年

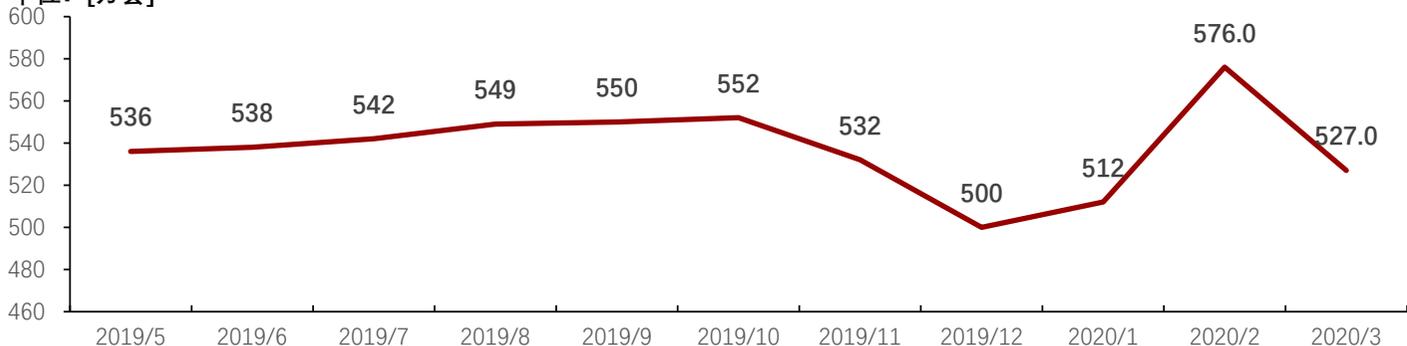
单位：[%]



■ 商业建筑 ■ 工业建筑 ■ 装修改造 ■ DIY
■ 保养维修 ■ 住宅建筑 ■ 其他

美国成屋销售情况，2019年

单位：[万套]



来源：Choice、企业官网、Marketsandmarkets、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



400-072-5588

头豹洞察

- 2019年电动工具销售额中北美和欧洲占比分别为38.4%和32.1%，亚太地区占比为20.8%。美欧为全球电动工具市场的主要需求来源，并集中于地产相关行业，以TTI为例，其电动工具终端分布以地产领域为主，其地产领域相关收入占总体收入65%，核心收入来源于北美业务，2019年北美收入59.1亿美元，同比增长10.1%，收入占比77.1%，对整体收入增长贡献达83.3%。
- 北美地产景气向上，新屋销售及成屋销售均创2006年以来的历史新高。据统计，2019北美全年成屋销售年化平均数为534万户，创2006年以来年度新高。同时12月的待售库存和售罄天数均刷新1982年以来历史新低。据美国商务部声明，12月新屋开工环比增长5.8%，远超11月前值增幅1.2%，年化总数为166.9万户，升至2006年9月以来的高点，且2021年Q1季度成交量保持在510-530万户之间。头豹认为，北美地产的蓬勃发展将持续带动电动工具的需求量，以TTI为例的国际电动工具巨头将持续从北美地产的发展获得高收益。

www.leadleo.com



市场总览：电动工具市场总览剖析

市场规模

驱动因素

竞争格局

发展趋势

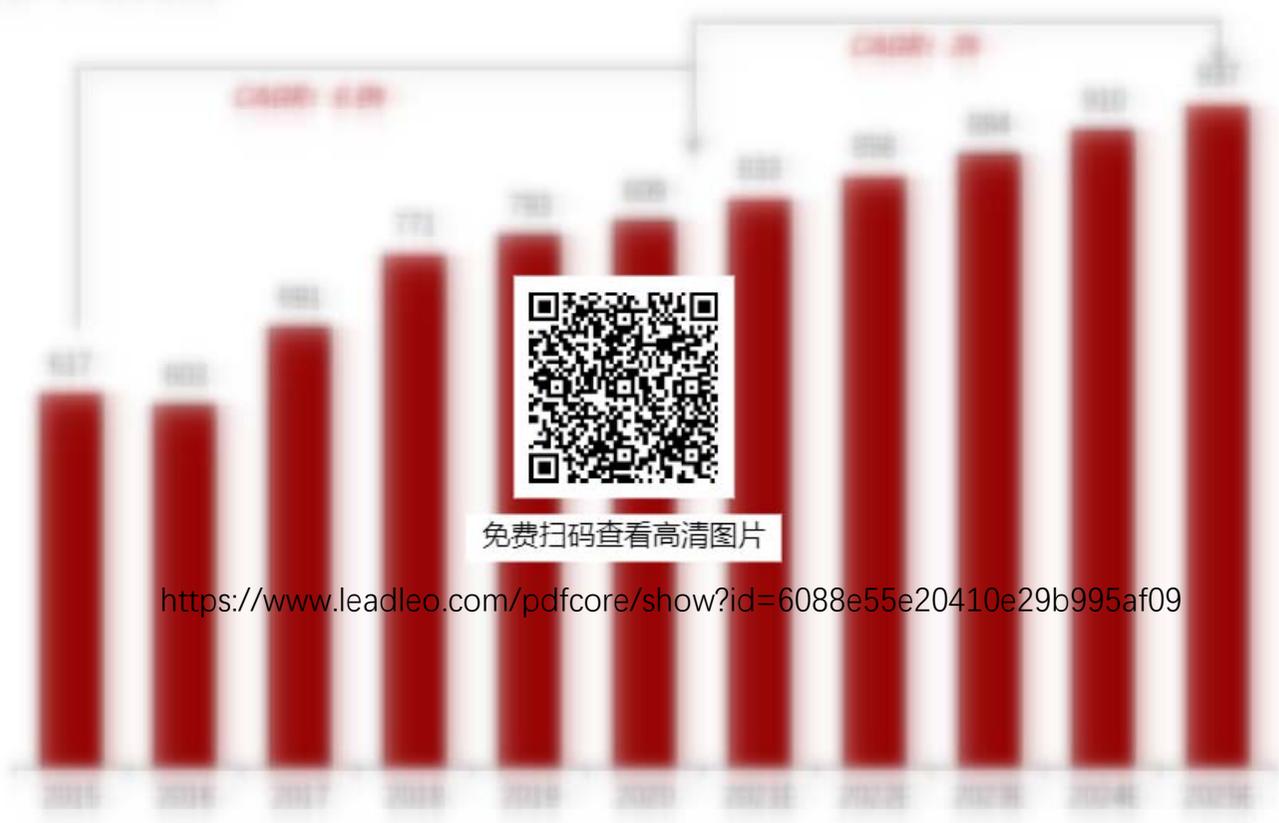
政策

电动工具行业——中国电动工具市场规模

中国是世界主要的电动工具生产国，电动工具在中国属于出口行业，行业外向型特征明显，在政策鼓励下，电动工具行业未来将转换经营策略，开始专注于本土电动工具市场的开拓与创新

中国电动工具行业市场规模(按销售收入统计) ， 2015-2025年预测

单位：(人民币亿元)



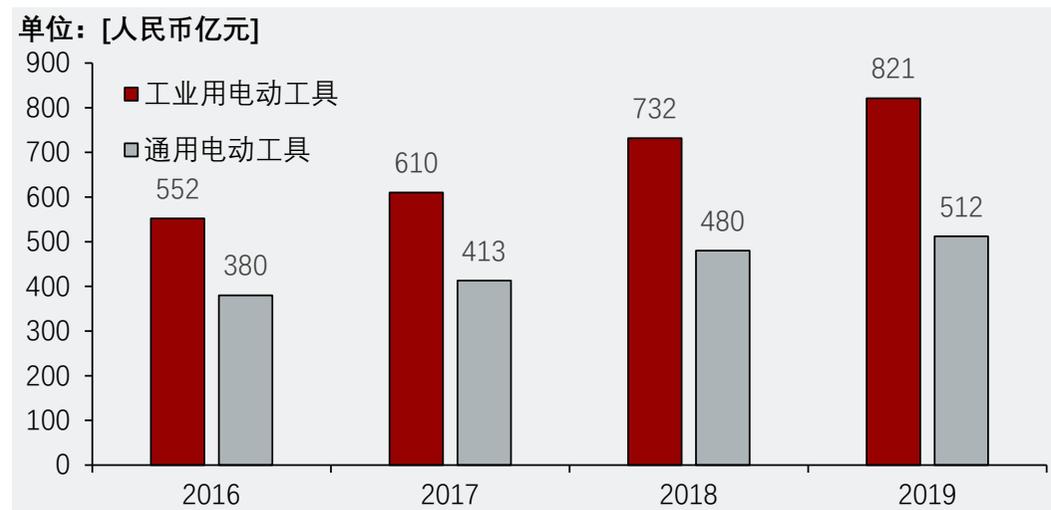
<https://www.leadleo.com/pdfcore/show?id=6088e55e20410e29b995af09>

- 中国是世界主要的电动工具生产国，电动工具在中国属于出口行业，**行业外向型特征明显**。中国电动工具行业在承接国际分工转移的过程中不断发展，全球**85%以上**的电动工具在中国生产。在电动工具规模方面，2020年中国电动市场规模约为**809**亿元，2015-2020年中国电动市场规模年均复合增长率为**6.9%**。考虑到电动工具行业的一线产品主要以国外厂商为主，为加快电动工具行业在国际市场的驻足，国务院就外贸出台了一系列政策。头豹认为在政策鼓励下，**电动工具行业未来将转换经营策略**，开始专注于电动工具本土化的开拓与创新。考虑到未来美国对关税的加持，导致出口数量的减少，以至于销售收入的减少，初步按**3%**年均增速测算，到2025年中国电动工具市场规模约为**937**亿元。
- 测算逻辑：2020年，电动工具出口数量28,880万台，占总生产量的85%，出口金额为120.7亿美元。以此估算，2020年中国电动工具整机市场规模约为人民币809亿元，并以此可推算2015-2019年中国电动工具市场规模。北美地产蓬勃发展短期内将为中国电动工具工厂持续带来大量订单。

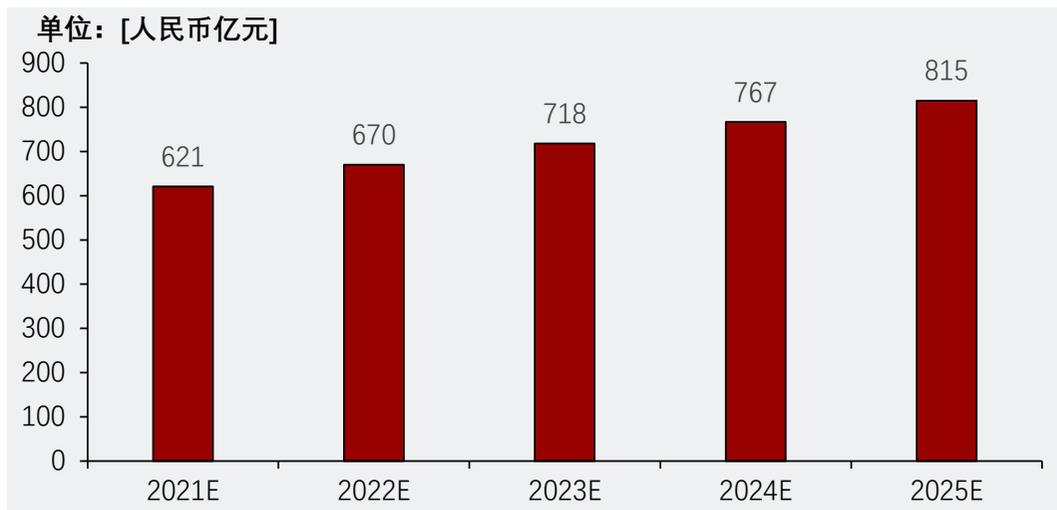
电动工具行业驱动因素——旧城改造拉动需求

中国加大基础设施建设投资和新基建的建设力度，工业用电动工具需求有望迎来新一轮增长，随着旧城改造变成拆迁新手段，通用级消费用电动工具或成需求增长重要推动力

中国工业用和通用电动工具成交金额，2016-2019年



中国通用级电动工具销售收入预测，2021-2025年预测



- 依据下游的应用场景，中国电动工具可以分为工业用和家用电动工具两类，2019年工业用电动工具占比63%，家用电动工具占比37%。工业型电动工具是定量输送及加注工艺机械不可缺少的注油设备，具有安全可靠、压力可调、使用方便等优势。2019年，中国工业用电动工具销售收入为821亿元，同比增长12%。随着电动工具使用比例较高的汽车和建筑行业迎来新基建和新技术，以及中国加大基础设施建设投资和新基建建设力度，港口、矿山、电力、钢铁、机械等行业受到大力带动，工业型电动工具也将得到更多的应用，从而需求有所增加。工业用电动工具需求有望迎来新一轮增长。
- 随着旧城改造取代拆迁的措施实施后，创造了许多家园装修及设施改善的需求，中国基础设施老化、环境较差的老旧小区数量占比60%以上，中国城镇约有4200万户家庭居住在约16万个老旧小区待改造，建筑面积约40亿平方米，具体的改进包括粉刷外墙、安装电梯、改善供暖、建造停车场等，随着旧城改造的步伐加快，通用级电动工具需求也将逐步增加。2019年，中国通用级电动工具销售收入达到了512亿元。相比欧美发达国家和地区，中国的通用电动工具市场仍有很大的发展潜力和空间。

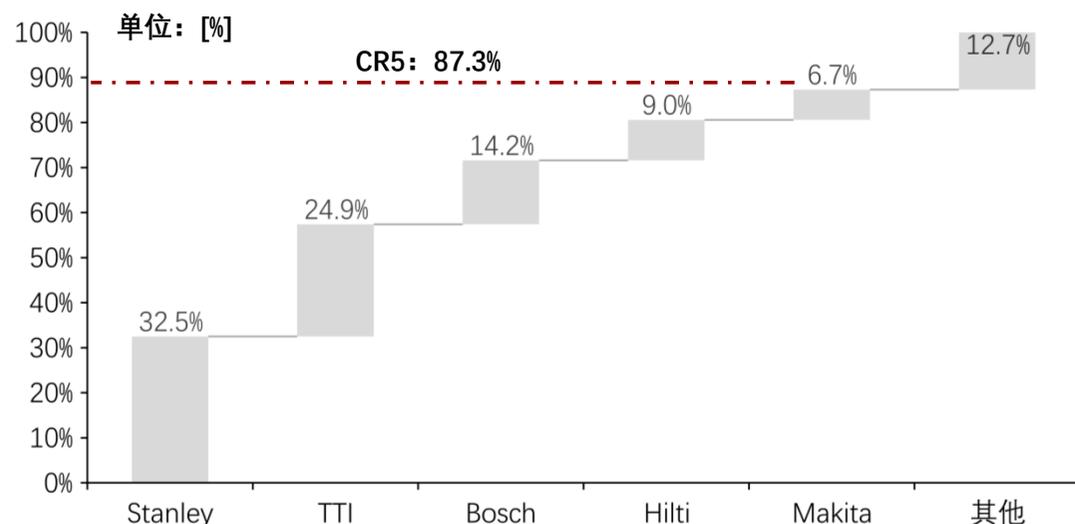
来源：GGII、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

电动工具行业——全球竞争格局

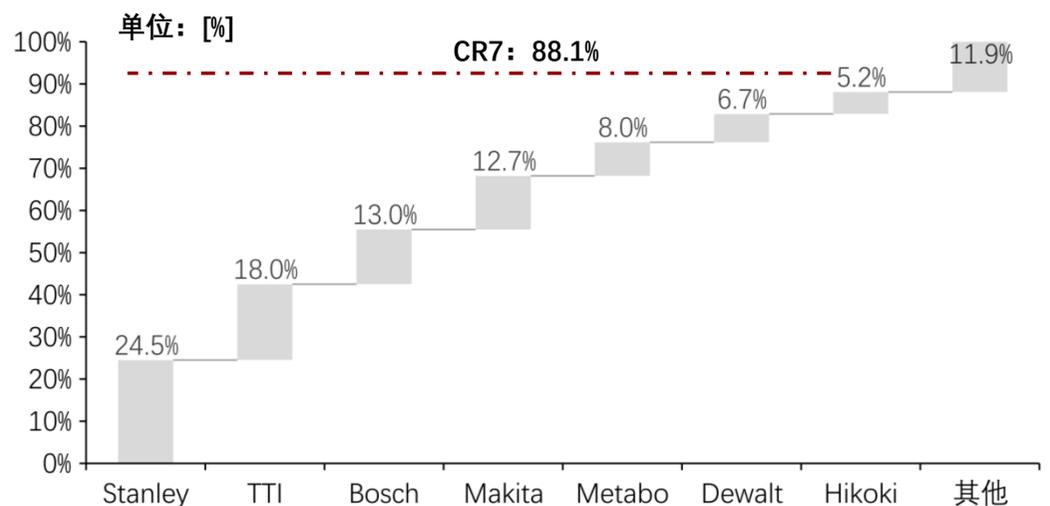
2019年全球工业级电动工具市场集中度较高，大型跨国公司占据电动工具市场的主要供给份额，全球通用级电动工具相比工业级电动工具集中度较低，但国际厂商在通用级电动工具市场中仍占垄断地位

全球工业级电动工具竞争格局，2019年



- 2019年全球工业级电动工具竞争格局如上图所示，CR5包括Stanley、TTI、Bosch、Hilti、Makita，前5家国际企业市场份额达**87.3%**，其中CR2超过**50%**，且均为国际厂商，中国厂商在国际知名度较低，市场份额远不及国际电动工具巨头。
- 2019年中全球工业级电动工具市场集中度较高，多家大型跨国公司占据电动工具市场的主要供给份额。全球电动工具市场的格局相对稳定，TTI、Bosch、Stanley等大型跨国企业占据主要份额，在全球市场表现强势，**国产电动工具多停留在中低端水平，市场份额有待提升。**

全球通用级电动工具竞争格局，2019年



- 2019年全球通用级电动工具竞争格局如上图所示，CR7包括Stanley、TTI、Bosch、Makita等国际企业，排名第一仍为Stanley，市场份额达24.5%。2019年全球通用级电动工具相比工业级电动工具集中度较低，CR7为88.1%，**但不存在中国大陆厂商，国际厂商在通用级电动工具市场中仍占垄断地位。**
- 随着中国房地产旧城改造政策的实行，家庭房屋翻修将成为主要改造重点，中国家用DIY市场将逐步形成，通用电动工具的市场也将会逐步得到建设，未来发展潜力较大。

来源：Allied Market Research、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



400-072-5588

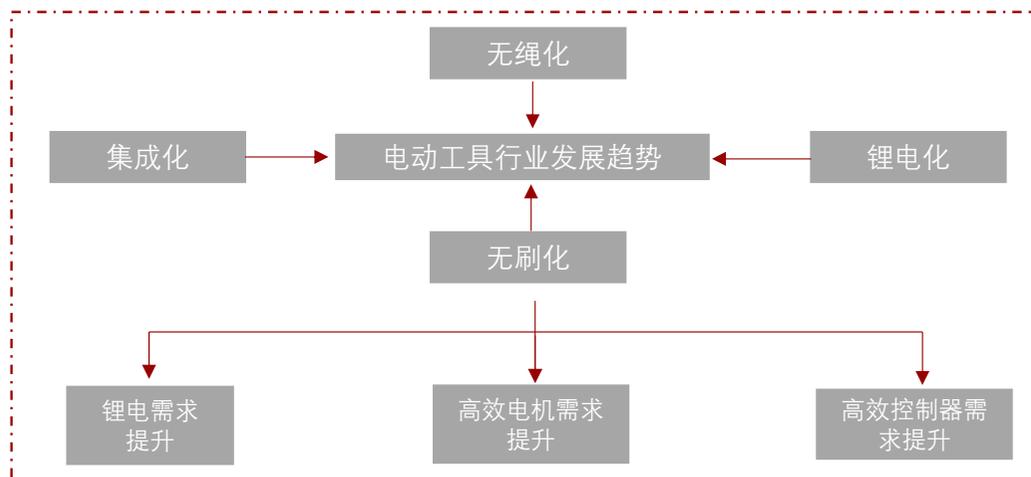
www.leadleo.com

26

中国电动工具行业——锂电技术升级

锂电池的技术升级推动了电动工具未来朝着无绳化的方向发展，以锂电池为动力的新一代无绳类电动工具轻巧便携，扩展了作业范围，改善了各种应用场景下的工作条件，同时有助于提高工作效率

电动工具行业未来发展趋势

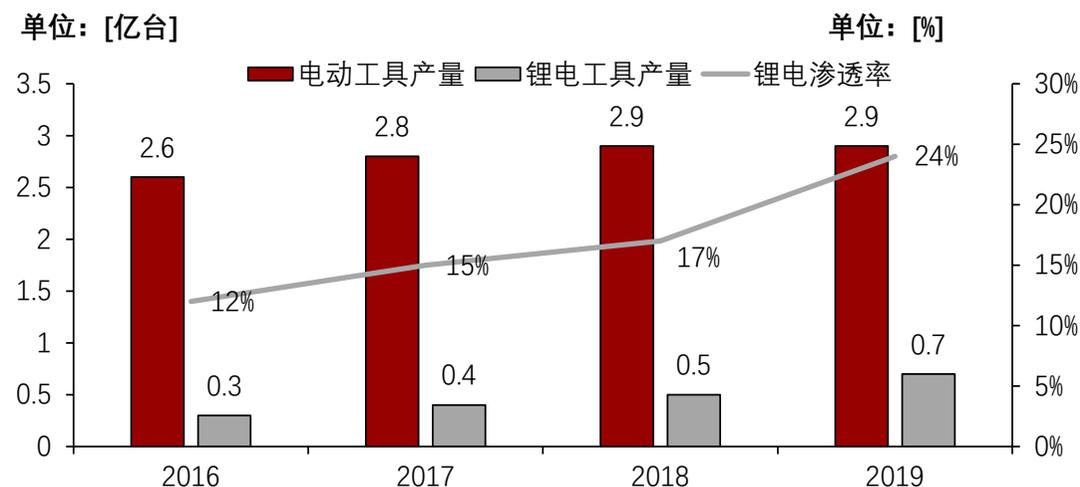


- 电动工具的应用领域包括道路建筑、汽修钢构、装修装饰等，其中大多应用场景均为户外作业，通过电线为电动工具提供动力的传统方法在很大程度上限制了电动工具的作业半径和作业条件，户外作业进展十分困难。而以锂电池为动力的新一代无绳类电动工具轻巧便携，扩展了作业范围，改善了各种应用场景下的工作条件，同时提高了工作效率。
- 随着电动工具在家庭应用普及率的提升，电动工具将承担多种用途，一机多用或成套复合式工具逐渐成为未来电动工具发展新趋势。单个电动工具具备多种功能用途，对其相关零部件提出更高技术要求，零部件供应商将迎来新的挑战 and 机遇。随着电动工具的便携化趋势，无绳电动工具市场迅速扩张。

来源：高工锂电、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

中国锂电工具产量及渗透率，2016-2019年



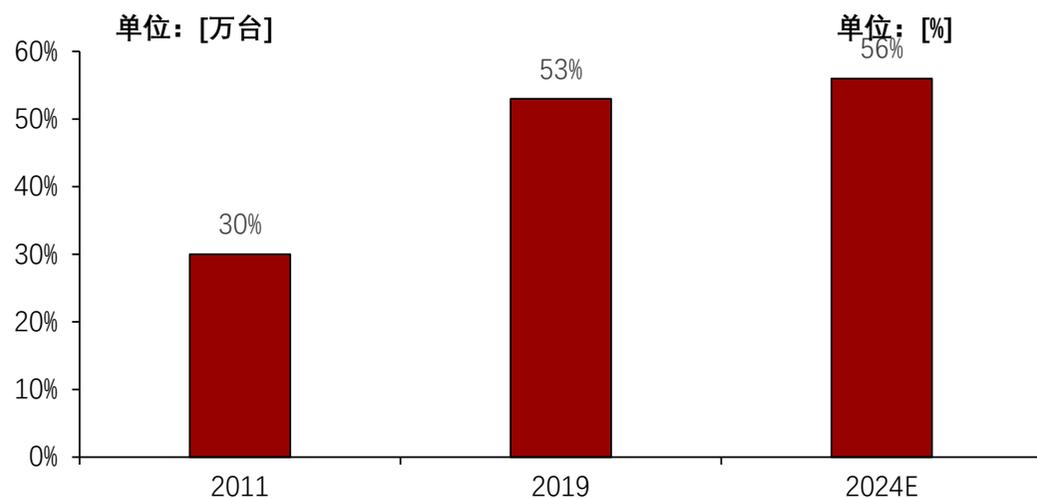
□ 2016-2019年间，锂电工具渗透率由12%上涨到24%，锂电池的技术升级是无绳化的保证，凭借其小巧方便、易存放、噪音小等优势，锂电工具在下游渗透率不断升高。头豹认为，2023年中国电动工具锂电化率有望上升至50%，产量将达到1.6亿台。

□ 锂电化解决方案不仅在能耗表现优于传统电动工具，损耗与成本控制亦获得较高提升。锂电池解决方案取代传统电动工具趋势明显，并进一步推进提高无绳化电动工具的渗透率。相关配套零部件也将得到快速发展，如锂电池管理智能控制器、无刷电机、电池夹等锂电化配套零部件。

中国电动工具行业——锂电无绳工具

与镍氢类无绳工具相比，锂电无绳工具拥有高能量密度和长循环寿命等优点，随着锂电池解决方案取代镍氢电池趋势明显，从而进一步推动无绳电动工具的渗透率迅速提升

全球无绳工具占电动工具销售额占比，2011-2024E



- 无绳工具受到消费者的青睐，在全球电动产品销售占比逐渐加重，主要原因为无绳工具没有电缆，使用起来具有灵活性和便捷性，无绳电动工具一般体型更为小巧，并且配有单独的存储容器用来存放附带的电池；所造成的噪音污染少，工作持续度较高；无绳电动工具没有线缆，触电和事故风险较小，因此更安全。
- 随着供电方式转变，锂电新能源带来的无绳工具的广泛应用是未来发展的趋势，但暂不能完全替代直流电源电动工具，主要是锂电产生功率较低，耐久度较低，不能满足大规模高强度的连续施工作业，但锂电电动工具的出现，给现行的行业带来另一种发展方向。

全球不同电池类型无绳工具产量，2016-2019年



- 与镍氢类无绳工具相比，锂电无绳工具拥有高能量密度和长循环寿命等优点，随着其锂电池技术的发展，使得其生产成本的逐步降低，锂电池在无绳电动工具中的渗透率迅速提升，2019年全球锂电池在无绳电动工具中占比达到约85.7%，锂电类电动工具产量超过2.7亿台，逐步占据电动工具市场的主导地位。
- 锂电池技术逐步发展成熟，不仅在效率表现优于镍氢电池，损耗与能源控制也有较高提升，更易受到消费者青睐，从上图可知，锂电池解决方案取代镍氢电池趋势明显，也将进一步推进提高无绳化电动工具的渗透率。

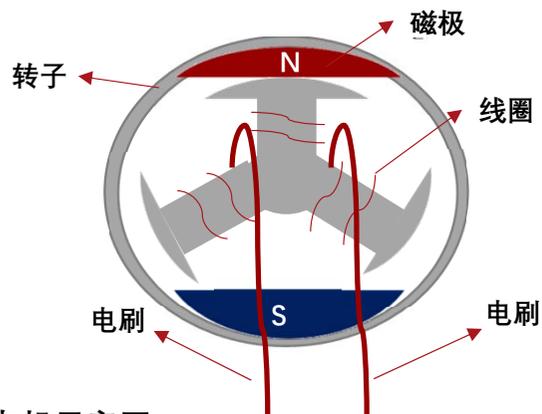
来源：国家海关总署、EVTank、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

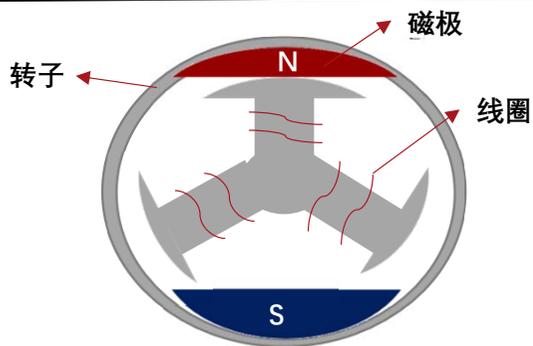
中国电动工具行业——无刷电机

无刷电机一方面有效降低了损耗，另一方面提高了安全性与可靠性，因此无刷电机增加了电动工具的使用寿命和减少维护成本，未来发展空间较大

有刷电机示意图

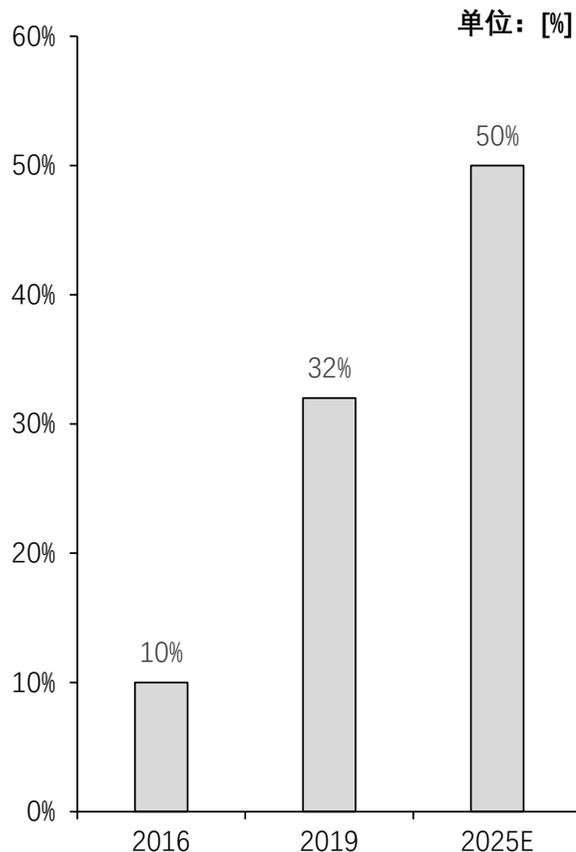


无刷电机示意图



来源：芯语、专家说、头豹研究院编辑整理

全球无刷电机渗透率，2016-2025E



头豹洞察

- 无刷电机采取电子换向，线圈不动，磁极旋转，感知永磁体磁极的位置，根据感知，适时切换线圈中电流的方向，保证产生正确方向的磁力，来驱动电机。无刷电机去除了电刷，最直接的变化就是没有了有刷电机运转时产生的电火花，极大减少了电火花对遥控无线电设备的干扰。同时，电机在运转时摩擦力大大减小，运行顺畅，有效降低噪音和磨损，维护更加简易。
- 结合电动工具使用场景需求，无刷电机一方面有效降低了损耗，另一方面提高了安全性与可靠性，助力电动工具行业厂商开拓新产品，成为市场份额突破口。头豹认为，传统电动工具电机的主要损耗来自于电刷和转子换向器部份的不可修复的磨损，而运用无刷电机后，电机本身的磨损只集中在轴承上，从机械角度来看，这种磨损几乎可以忽略，因此无刷电机增加了电动工具的使用寿命和减少维护成本，未来发展空间较大。

中国电动工具行业——政策分析

2017-2019年，国务院、商务部以及工信部相继出台智能制造、进出口产业等利好政策，可推动电动工具行业持续发展

中国电动工具行业相关政策分析，2015-2018年

政策名称	颁布日期	颁布主体	政策要点
《国家智能制造标准体系建设指南》	2018-10	工信部	按照“共性先立、急用先行”的原则，制定安全、可靠性、检测、评价等基础共性标准，带动行业应用标准的研制工作
《增强制造业核心竞争力三年行动计划（2018-2020年）》	2018-01	发改委	加强高端智能化系统研制应用。加快智能化关键装备研制，推动在重点行业的规模化应用。加快核心部件技术突破，提高核心部件的精确度、灵敏度、稳定性和可靠性。加快新型智能终端开发示范平台、第三方检测评定中心建设，形成覆盖“云+端”的体验检测认证公共服务能力
《国家创新驱动发展战略纲要》	2016-05	国务院	发展智能绿色制造技术，推动制造业向价值链高端攀升。重塑制造业的技术体系、生产模式、产业形态和价值链，推动制造业由大到强转变。对传统制造业全面进行绿色改造，由粗放型制造向集约型制造转变。加强产业技术基础能力和试验平台建设，提升基础材料、基础零部件、基础工艺、基础软件等共性关键技术水平
《国务院关于促进加工贸易创新发展的若干意见》	2016-01	国务院	增强企业创新能力。推动加工贸易企业由单纯的贴牌生产（OEM）向委托设计（ODM）《Q自有品牌（OBM）方式发展。鼓励加大研发投入和技术改造力度，加强与高等院校、科研机构协同创新，提高生产自动化、智能化水平。支持企业创建和收购品牌，拓展营销渠道，从被动接单转向主动营销。顺应互联网发展带来的新机遇，实现价值链攀升
《中国制造2025》	2015-05	国务院	加快机械、航空、船舶、汽车、轻工、电子等行业生产设备的智能化改造，提供精准制造、敏捷制造能力。统筹布局和推动智能工具、工程机械、可穿戴设备等产品研发和产业化
《国务院关于加快培育外贸竞争新优势若干意见》	2015-2	国务院	鼓励东部地区重点发展高端产业、高增值环节和总部经济，提高贸易的质量和效益，发挥示范带动作用；支持有创新能力的外向型民营企业发展，提升一般贸易出口产品的附加值，增加品牌产品出口，发挥品牌增值效应，提高盈利能力；加快提升出口产品技术含量

来源：工信部、发改委、国务院、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



400-072-5588

www.leadleo.com

30

电动工具行业企业推荐

巨星科技

创科实业

亿纬锂能



中国电动工具行业企业推荐——巨星科技[002444] (1/2)

巨星科技的主营业务为手工具产品、电动工具产品、激光产品和机器人等装备的产品研发、生产和销售，并且目前是中国手工具行业的龙头企业

杭州巨星科技股份有限公司  GreatStar
巨星科技

企业简介

□ 企业简介

杭州巨星科技股份有限公司创建于1993年，实控人为仇建平，总部位于浙江杭州。是一家集研发、生产工具产品和销售为一体的的制造公司。目前为中国手工具行业内的龙头，巨星科技近几年开始向电动工具行业拓展业务，并购了多家业内公司。

□ 市场渠道

巨星科技的主要市场在欧洲、北美和大洋洲，并主要通过国外的大型商超及电商网站进行销售。主要的销售渠道包括：HOMEDEPOT、LOWES、Kingfisher、WALMART、SEARS、Carrefour、AUTOZONE等。

□ 主要产品

巨星科技主营产品有手工具、锂电池电动工具、锂离子电池、汽保机修工具、照明工具、园林户外工具、泥瓦工具、地板瓷砖工具、气动工具和劳保产品等，旗下包括Workro、Pony、Shop-Vac、LISTA、Arrow等著名品牌。

企业优势

□ 产品优势

巨星科技是一家OBM公司，拥有独立研发、生产和制造产品的部分，其产品毛利率较高，2016-2019年稳定在25%-35%。另一方面，凭借自身研发优势，巨星科技不断利用新产品占据更多市场份额，巩固行业龙头地位。

□ 龙头优势

巨星科技作为中国手工具行业龙头，在全球的手工具行业中营收排名为第三，2020年手工具营收为85.4亿元，与第二名Apex Tool Group的营收（约97.8亿元）、第一名史丹利百得的营收（约260.8亿元）差距不断缩小。同时，作为龙头之一，巨星科技对上下游议价能力强，同时配备完善销售渠道，在产品销售上具备一定优势。

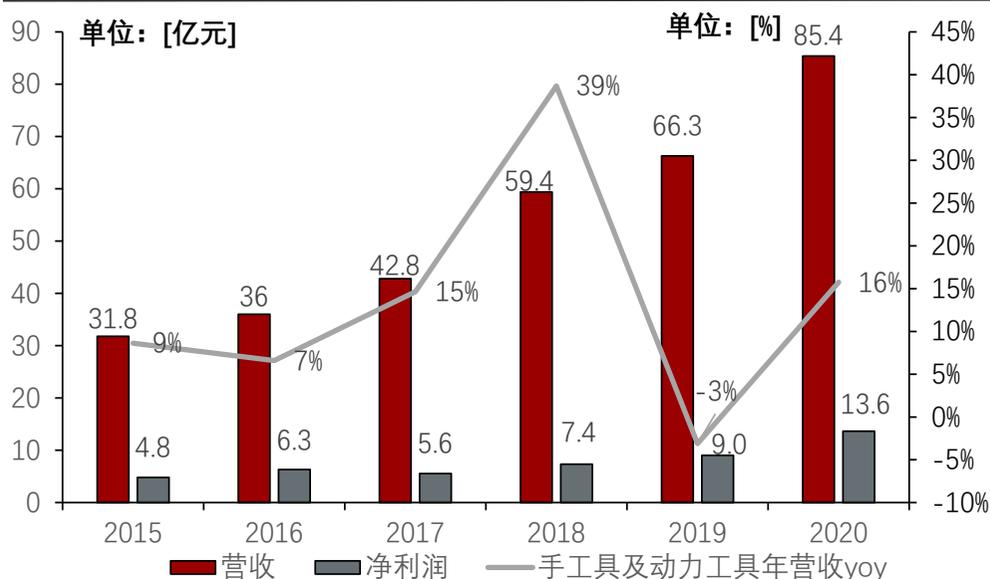
□ 并购优势

巨星科技效仿电动工具龙头史丹利百得和创科实业，采用并购的方式向电动工具行业转型，加快了相关行业业务的规模和营收的增长，承担更小的自主研发风险。在2010-2019年，巨星科技完成了6次100%的海外股权收购。

中国电动工具行业企业推荐——巨星科技[002444] (2/2)

巨星科技近年来频繁通过并购业务拓展新业务生态和加强现有业务的护城河，在2020年达到85亿元的营收，有望超过全球手工具行业的第二名龙头

巨星科技的营收和净利润趋势图，2015-2020年



- 巨星科技2020年营收总额为85.4亿元，较上年同期增长28.9%，其净利润在2020年达到13.6亿元，较2019年同期增长51%。
- 与此同时，由于2020年受疫情影响，巨星科技进行了个人防护用品（口罩等）业务线的拓展，此业务线占年营收约13.4%，因此手工具及动力工具的年营收占比有所下降，从上年的82.5%下降到2020年的69.5%。尽管如此，巨星科技的手工具及动力工具年营收仍然比上年增长了16%，保持了高速的增长率。

来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

巨星科技并购历程,2017-2021年

时间	最新进度	标的方	交易金额 (万元)
2021年4月	达成意向	Geelong Holdings.Ltd	85,410
2021年3月	实施中	Joh. Friedrich Behrens AG	21,762
2020年12月	实施中	Shop-Vac Corporation	27,209
2020年12月	实施中	中策橡胶集团有限公司	50,000
2020年1月	实施中	泰国新大地有限公司	20,000
2018年6月	实施完成	Lista Holding AG	129,150
2018年1月	实施中	浙江国自机器人技术有限公司	17,762
2017年5月	股东大会通过	Arrow Fastener Co., LLC	12,500

- 巨星科技在2017年后进行了多次并购，这一系列的并购为巨星科技的营收带来了较大的增长推动力，完成国际市场布局，并帮助巨星科技向电动工具和智能工具方向转型。有望帮助巨星科技赢得更高的市占率。
- 虽然巨星科技斥巨资并购，但财务依旧稳健。截至2019年9月底，巨星科技短期借款6.5亿元、一年内到期的非流动负债1.5亿元、长期借款6.7亿元，合计为17.71亿元，而期末货币资金为31亿元，暂无偿债压力，财务状态良好。



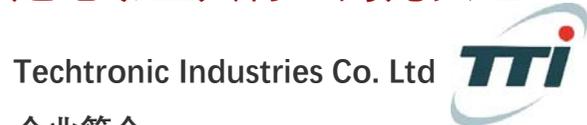
头豹
LeadLeo

400-072-5588

www.leadleo.com

中国电动工具行业企业推荐——创科实业[00669] (1/2)

创科实业的主营业务为电动工具、户外园艺电动工具、地板护理产品及器具的设计、制造和销售公司，是电动工具行业的龙头之一



企业简介

□ 企业简介

创科集团成立于1985年，总部位于香港，生产基地主要位于广东省东莞市。1990年在香港交易所上市，现已被纳入恒生指数的五十只成分股之一。是一家集研发、生产工具产品和销售为一体的的制造公司。目前为电动手工具行业内的龙头，创科集团近几年开始向电动工具行业拓展业务，并购了多家业内公司。

□ 市场渠道

创科实业主要市场在北美和欧洲，其他国家占比较小，在8%左右。主要通过国外的大型商超及电商网站进行销售渠道建立，其中The Home Depot在创科实业的总营收中贡献了46.8%的营收。

□ 主要产品

目前创科实业的主营产品有电动工具、户外园艺电动工具、地板护理产品等，旗下包括milwaukee、AEG、RYOBI、Homelite、Empire、Hoover、Dirt Devil等著名品牌。

企业优势

□ 经营优势

创科实业作为电动工具行业的行业龙头之一，深耕行业30余年，旗下品牌在市场中有20年左右的历史，并开拓了无线电动工具市场，在该行业有领先优势，品牌附加值高。同时创科实业与大客户合作稳定，渠道相对完善，销售稳定。

□ 产品矩阵

创科实业产品线丰富，电动工具通常需购买额外配件，如充电器、电池等，而这些产品消耗周期比工具本身快许多；且工具倾向于成套购买，创科实业丰富的产品矩阵可帮助提高复购率及额外配件的销售量。

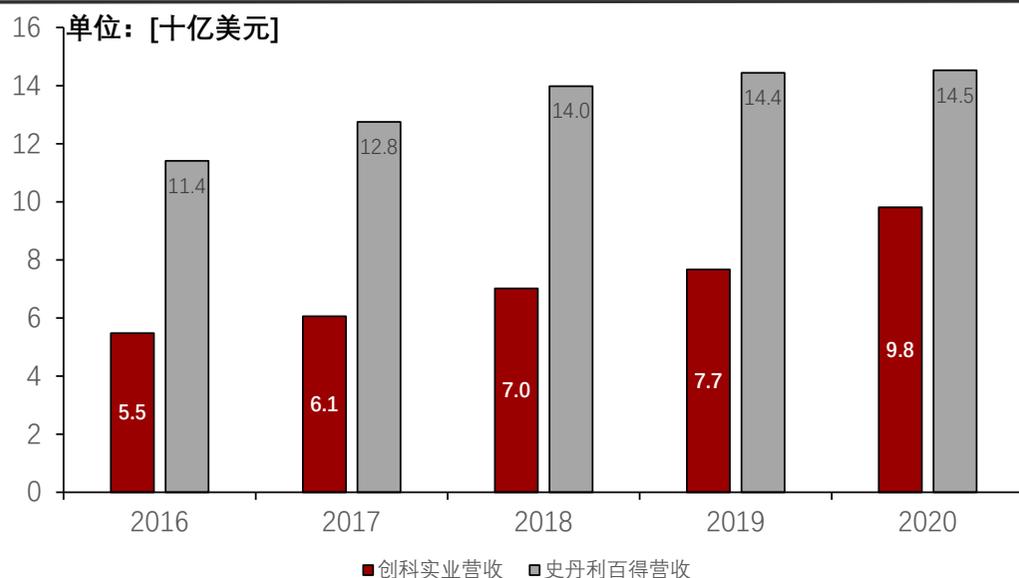
□ 技术优势

作为行业龙头，创科实业拥有成熟的无线充电技术和电动工具无绳技术，并持续在研发上投入大量资金，2020年研发费用达到3.2亿美元，研发费用从2010年营收比例的2%提升到3.2%，同时创科实业率先将传统能源转换为锂电能源，并不断研发无刷电机和探索电动工具的智能化发展道路。

中国电动工具行业企业推荐——创科实业[00669] (2/2)

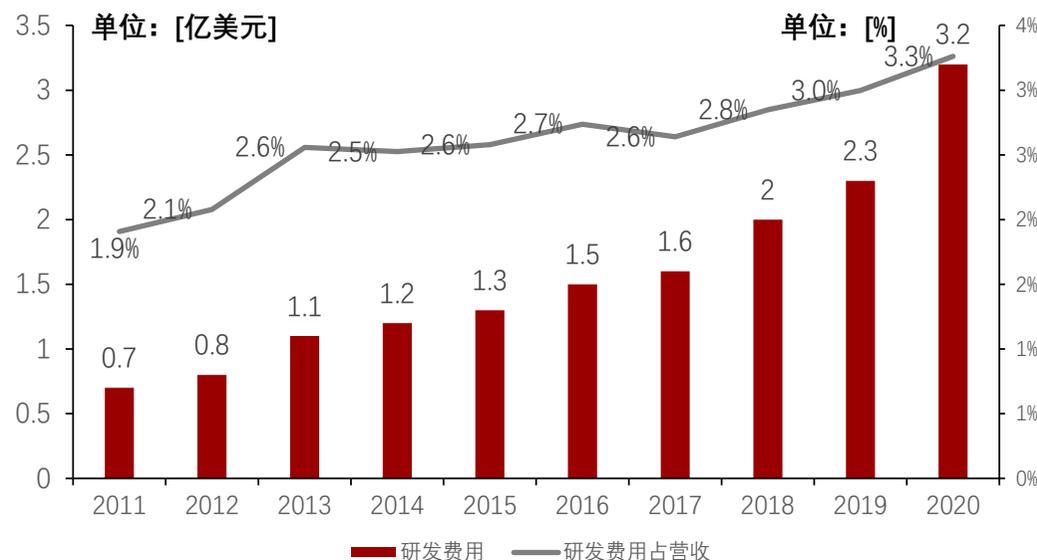
创科实业的营收与研发费用的增长均较为迅速，研发费率高于同行水平，与电动工具行业龙头的差距不断缩小

创科实业与史丹利百得营收及增速对比，2016-2020年



- 创科实业2020年营收总额为**98.1亿美元**，较上年同期增长27.9%。而电动工具市场的行业龙头史丹利百得，在2020年的营收总额为145.3亿美元，较上年同期增长额仅为0.6%。
- 从近5年的营收年增长率来看，史丹利百得虽然作为行业龙头，其增长率自2017年开始已经开始逐年放缓。而创科实业却保持着较高的年营收增速，近5年的平均年增长率为14.5%。

创科实业研发费用及费用率变化，2011-2020年



- 创科实业近10年来对研发不断加大投入，研发费用支出持续增加，从2011年的0.7亿美元增加到现在的3.2亿美元。
- 同时，创科实业的研发费用率也稳定增长，从2011年的1.9%增加到2020年的3.3%，表明创科实业逐步加大产品研发和技术进步的力度，显著高于同行平均水平（2.0%）。

来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



400-072-5588

www.leadleo.com

中国电动工具行业上游企业推荐——亿纬锂能[300014] (1/2)

亿纬锂能的主营业务为锂原电池、锂离子电池、锂电池动力系统、储能系统等的研发、生产及销售，是中国最大的锂原电池供应商

惠州亿纬锂能股份有限公司  亿纬锂能

企业简介

□ 企业介绍

惠州亿纬锂能股份有限公司创建于2001年，实控人为刘金成，总部位于广东惠州。经营范围包括锂原电池、锂离子电池、锂电池动力系统、储能系统等的研发、生产及销售，为中国最大的锂原电池供应商。同时，亿纬锂能深度参与电子烟业务，在思摩尔国际控股约32%。

□ 市场渠道

亿纬锂能的主要市场在中国，并主要通过中国官网及电商网站进行销售。主要的销售渠道包括：官方网站、天猫、京东、爱采购网等。同时，亿纬锂能成为起亚供应商，且于2020年8月与Daimler AG签订供货合同，向戴勒姆提供零部件供应。

□ 主要产品

亿纬锂能主营产品有锂原电池、锂离子电池、动力电池系统和电池管理系统、锂电池储能系统、电池材料、纳米新材料、水表、气表、电表的半成品及配件制造等，主要产品有锂-亚硫酸氯电池、锂-二氧化锰电池、电池电容器、微型锂原电池等。

企业优势

□ 布局优势

业务布局在锂原电池、消费电子、动力电池几大领域，能够判断行业趋势，跟随风口发展，十年的收入净利润复合增速超过40%。此外，亿纬锂能逐渐向平台发展，抗风险能力强、生命曲线更长。上游中，亿纬锂能也进行了纵向布局，比如华友钴业、长远、中恒电气、先导等。

□ 技术优势

扣式电池方面，亿纬锂能的电池续航力和电池衰减时间远超竞争对手，能量密度也略高于竞争对手，因此在消费电子的电池供应方面有很大优势；消费类电池已成为亿纬锂能最大的营收来源，2020年半年报显示，消费类电池实现营业收入18.15亿元，同比增长约7.2%。
动力电池方向，磷酸铁锂电池有所复苏，装机量在2020年有较大上升，累计约达3.32GWh；总体来说，亿纬锂能深耕锂电池多年，技术成熟。

□ 下游优势

消费电子领域，亿纬锂能的客户有三星、华为（测试中）等中高端客户；动力电池领域，下游客户包括戴姆勒、现代、宝马（定点）、小鹏汽车等；电动工具行业，亿纬锂能是TTI、Stanley、博世的电池供应商。

来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

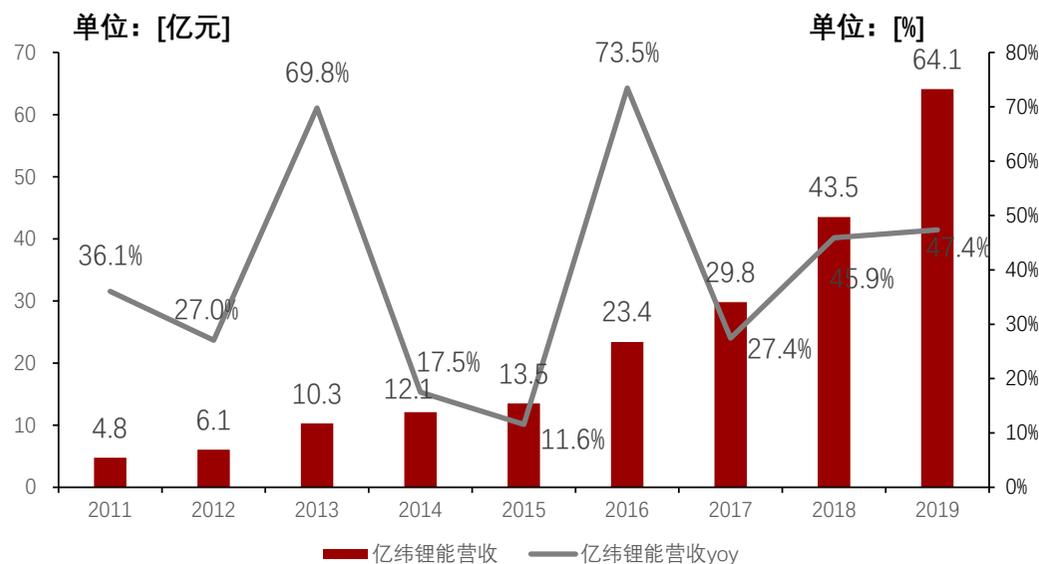
 **头豹** 400-072-5588
LeadLeo

www.leadleo.com

中国电动工具行业上游企业推荐——亿纬锂能[300014] (2/2)

亿纬锂能依靠锂离子电池进行营收的二次爆发，并依靠自身研发实力迅速做大做强，从2017年开始，营收增长曲线陡峭

亿纬锂能的营收及增长率，2011-2019年

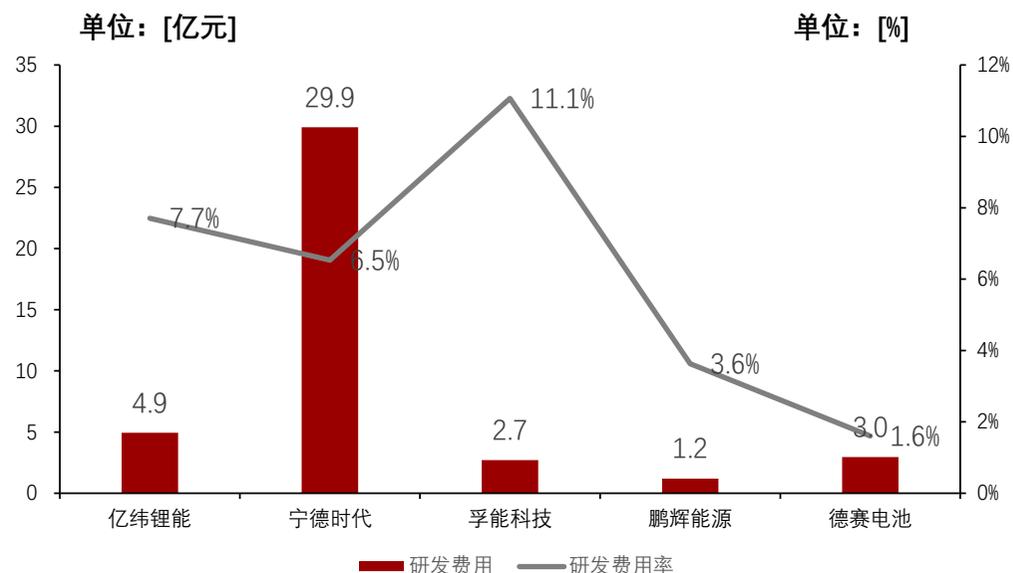


- 亿纬锂能在2019年的营收达到了**64.1亿元**，与2018年的营收额相比，增速达到47.4%，处于高速发展期。
- 亿纬锂能的锂离子电池业务为主要营收来源也是营收增长的爆点，锂离子电池业务从2017年开始飞速增长，占总营收的比例从2017年的46%提升到了2019年的70%。

来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

亿纬锂能与竞争对手研发费用比较，2019年



- 与同业相比，亿纬锂能研发实力非常强大，其2019年专利数量达到941个，位于行业内前茅，尽管与宁德时代有一定的差距，但远高于行业其他竞争对手。
- 由于2020年的年报尚未公布，对比亿纬锂能与竞争对手在2019年的研发费用可以看出，亿纬锂能在研发上有较强的投入，**研发费用率达到7.7%**，高于宁德时代的6.5%。



头豹
LeadLeo

400-072-5588

www.leadleo.com

中国电动工具行业专家观点

电动工具的下游渠道主要以欧美市场为主，呈现高度集中格局，被国际巨头垄断，中国厂商所占市场份额较少；锂电无刷电动工具是未来电动工具的发展方向，多家国际巨头纷纷推出相关产品



专家介绍

此专家在电动工具行业深耕10余年。2009年加入国际电动工具企业团队，拥有对市场分析预测能力，能根据竞品信息 and 市场趋势即时制定相应策略。

专家观点

主流产品

中国电动工具市场主流产品还是以工业级为主，下游主要运用群体集中在建筑、制造以及专业维修行业

竞争格局

电动工具应用主要以欧美市场为主，市场呈现高度集中格局，国外大型跨国公司占据绝大部分市场份额。

发展趋势

锂电无刷电动工具是未来发展趋势，国际电动工具品牌纷纷推出相关产品，在发展大趋势下，中国本土电动工具厂商加快了锂电池电动工具发展的步伐。

议价权利

电动工具核心零部件为电池，上游议价权较低，多数市场份额被国际厂商所占据，但随着中国本土品牌的崛起，未来有望实现电池本土化。

技术壁垒

电动工具行业的技术壁垒主要存在于电动工具中的电池以及电芯技术，中国本土厂商与国际大厂还存在一定差距

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，从电动工具、锂电池、电机等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

头豹领航者计划介绍

头豹共建报告



每个季度，头豹将于网站、公众号、各自媒体公开发布**季度招募令**，每季公开**125个**招募名额

2021年度
特别策划



头豹诚邀各行业**创造者、颠覆者、领航者**，知识共享、内容共建

Project
Navigator
领航者计划



头豹诚邀**政府及园区、金融及投资机构、顶流财经媒体及大V**推荐共建企业

沙利文担任计划首席增长咨询官、江苏中科院智能院担任计划首席科创辅导官、财联社担任计划首席媒体助力官、无锋科技担任计划首席新媒体造势官、iDeals担任计划首席VDR技术支持官、友品荟担任计划首席生态合作官……



1

企业申请共建

2

头豹审核资质

3

确定合作细项

4

信息共享、内容共建

5

报告发布投放

备注：活动解释权均归头豹所有，活动细则将根据实际情况作出调整。

©2021 LeadLeo

 **头豹**
LeadLeo 400-072-5588

www.leadleo.com

头豹领航者计划与商业服务

研报服务

共建深度研报
撬动精准流量



传播服务

塑造行业标杆
传递品牌价值



FA服务

提升企业估值
协助企业融资



头豹以**研报服务**为切入点，
根据企业不同发展阶段的资本价值需求，依托**传播服务**、**FA服务**、**资源对接**、**IPO服务**、**市值管理**等，提供精准的商业管家服务解决方案

资源对接

助力业务发展
加速企业成长



IPO服务

建立融资平台
登陆资本市场



市值管理

提升市场关注
管理企业市值



扫描二维码
联系客服报名加入



读完报告有问题？ 快，问头豹！你的智能随身专家



扫描二维码即刻联系你的
智能随身专家

