

中国“一带一路”战略下工程机械行业发展前景及投资趋势分析报告(2026-2031版)

报告简介

“一带一路”助力发展

“一带一路”从倡议变为现实，6年来，中国已与100余个国家和国际组织签署了近120份共建“一带一路”合作协议，涵盖基础设施、产能、投资、经贸、金融、科技、社会等合作领域。“一带一路”为中国工程机械企业“走出去”搭建了重要平台，通过借船出海、海外并购、海外投资建厂等方式，让越来越多的工程机械企业走出国门，主动参与全球竞争，为唱响工程机械民族品牌，推动中国工程机械实现可持续发展创造了条件。

改革开放41年来，中国工程机械企业数量从改革开放之初的几百家发展到2000余家，企业规模从名不见经传的地方小企业发展到在国际上拥有重要影响力的跨国企业集团，销售收入从几十亿元发展到超5000亿元。如今，中国工程机械行业已经形成了完整的制造业体系，包括20大类、109组、450种机型、1090个系列、上万个型号的产品设备。中国已成为工程机械产品类别、产品品种最齐全的国家之一，同时其市场销售量与销售额也赶超美、日，成为世界最大的市场，国内龙头企业在国外市场占有率不断提升。

市场容量

2019年，工程机械行业在历经五年之久的发展低潮以及2017年至2018年快速恢复和增长后，迎来了稳定发展的2019年，面对更加复杂的国际环境和国内经济下行压力较大的局面，工程机械行业借助稳定向好的宏观经济和持续稳定的固定资产投资，行业转型升级的成果进一步显现，在市场二手设备加快更新、大气污染防治环保政策对市场产生的积极作用、“一带一路”建设拉动出口增长，以及建设施工领域新技术新工法的推广应用等众多因素叠加影响下，工程机械市场再现高速增长。经协会统计汇总，在扣除不可比因素、重复数据和非工程机械产业营业收入之后，2019年全行业实现营业收入6681亿元，比2018年增长12%。

2020年1-

4月,我国工程机械进出口贸易额为75.92亿美元,同比下降17%。其中进口金额11.93亿美元,同比下降22.2%;出口金额63.99亿美元,同比下降16%。2020年4月,工程机械产品出口18.31亿美

元,同比下降11.2%;进口3.74亿美元,同比下降14.9%。2020年1-

4月,工程机械产品进出口受国内外新冠肺炎疫情及国内市场的影响,进口额在2019年持续下降的基础上,继续惯性加速下滑。1、2月进口额累计下降 25.2%, 1-3月降幅仍保持在 25%, 4月份降幅低于 15%,使1-4月增幅略有收窄。

2020年1季度,中国对外承包工程新签合同额553.8亿美元,同比增长9.4%,其中新签大项目增多,1亿美元以上项目114个,较上年增长22个;完成营业额279.9亿美元,同比下降15.3%,受新冠疫情影响,建筑物资中断和中国输入人力短缺等问题致使部分项目停工或延迟。

市场形势

(一)存量设备的更新换代。2017-

2019年是工程机械设备进入淘汰和更新迭代的高峰阶段。据统计,目前工程机械行业老旧设备约有240万台面临淘汰,这为新机销售提供市场空间,进一步拉动行业需求。(二)基建“补短板”及环保政策驱动,预计后续下游需求仍将稳步提升:政策不断加强“基建补短板”预期,地方专项债额度分配时也将考虑资金需求等,预计后续我国基建投资增速有望触底回升,对相关工程设备需求周期延长。环保政策趋严将继续推动存量设备更新换代,2020年底非道路移动机械的环保排放要求再升级,加速存量设备的更新周期。(三)采矿投资复苏提供新增长动力。2019年1-

12月,采矿业增加值同比增长5%,采矿业投资增长24.1%,增速回落1.2个百分点。采矿业的稳定增长对提振矿山设备的需求有重要意义。(四)综合实力提升出口稳步增长。我国工程机械行业整体水平的提升,不仅使国内市场的占有率有所提升,在开辟海外市场上也有着显著成效。而在海外市场的开拓上,一带一路沿线国家则成为我国工程机械企业最重要的目标市场。

趋势预测

(1)连续3年近50%的复合增长，高空作业设备是新风口。除吉尼、JLG、鼎力、星邦、美通、运想等众多老玩家之外，具备工程机械综合型制造商背景的品牌——临工、徐工、中联、三一等企业，不仅强势杀入，更迅速建立地位甚至开始控局。(2)挖掘机板块的存在感依旧极强。整体而言，熬过了“淘汰期”、度过了“生死线”的中国品牌，已经开始在“市占率”上大秀肌肉。(3)装载机板块，正在触发几十年来最实质性的变化。尽管中国装载机行业最后的机会窗已经关上，但传统参与者的洗牌整合，仍未完成；市场份额还在进一步被重新分配。(4)通用型矿山设备行业不仅回暖，而且成为巨头未来之战的重点。随着中国力量的生长，通用型矿山设备领域，比如超大型挖掘机、刚性矿车甚至铰接式矿车领域，国外巨头“躺赢”的时代已经一去不返。(5)中国专业化矿山设备行业，以往在凿岩台车、高端钻机上“一马平川”的国外品牌，如今只剩下安百拓一家，仍在中国不断深入，不断推出新品；而临工、新筑、志高，甚至此前不见经传的品牌——鑫通、坚兵，却产品齐整，气势昂然。

机遇与挑战

机遇：近年来，工程机械出口量在以“一带一路”为代表的新兴市场增长迅猛。以挖掘机为例，根据中国工程机械工业协会挖掘机械分会行业统计数据，2018年全年纳入统计的25家挖掘机主机制造企业，共计销售大中小型挖掘机械产品203420台，同比涨幅45%。其中，国内市场销量184190台，同比涨幅41.1%；出口销量19100台，同比涨幅97.5%。2019年，“一带一路”倡议持续深化，为中国工程机械企业带来更多机遇。近年来，徐工产品已覆盖全球183个国家和地区，徐工集团连续29年保持中国工程机械行业第一位，位居全球工程机械行业第六位。特别是“一带一路”沿线出口已占徐工集团出口总金额的70%，徐工已覆盖沿线63个国家和地区。

挑战：2020年是“十三五”的收官之年，也是决胜小康之年，在紧张的疫情过后，工程机械行业势必迎来爆发期；“一带一路”沿线市场仍将保持快速增长，在国内市场受到抑制的同时，海外市场或将成为企业重点开拓的增长点。

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、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国机械工业联合会、中国工程机械

工业协会、中国机电产品进出口商会、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，对中国工程机械及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、竞争替代产品、发展趋势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国工程机械行业发展状况和特点，以及中国工程机械行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的工程机械行业发展态势作了详细分析，并对工程机械行业进行了趋向研判，是工程机械生产、经营企业、投资机构等单位准确了解目前工程机械行业发展动态，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 “一带一路” 建设

【工程机械发展环境如何？“一带一路” 国家工程机械市场增长怎样？】

第一章 工程机械行业综述

第一节 工程机械行业定义及分类

一、工程机械行业定义

二、工程机械产品分类

三、工程机械行业经济性

第二节 工程机械行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、行业产业链上游相关行业分析

1、工程机械产品成本构成

2、机械板材行业发展状况及影响

3、车床行业发展状况及影响

4、机械零部件行业发展状况及影响

三、行业产业链下游相关行业分析

- 1、工程机械下游行业分布
- 2、建筑行业发展状况及影响
- 3、能源开发行业发展状况及影响
- 4、公路及轨道建设行业发展状况及影响

第二章 工程机械行业市场环境及影响分析

第一节 工程机械行业政策环境分析(p)

- 一、工程机械行业标准分析
- 二、国内行业主要法律法规
- 三、国外工程机械行业相关法律
- 四、“一带一路”国家政策动向跟踪
- 五、政策环境对行业的影响

第二节 国际经济环境分析

- 一、宏观经济形势分析
 - 1、国际宏观经济形势分析
 - 2、国内宏观经济形势分析
- 二、“一带一路”国家经济分析
 - 1、“一带一路”国家经济总量
 - 2、“一带一路”主要国家经济指标
 - 3、“一带一路”国家经济形势预测

第三节 工程机械技术环境

- 一、国外工程机械技术现状与优势分析
- 二、中国工程机械技术水平与国外差距

三、中国工程机械行业技术创新的成果

四、中国领先企业先进制造技术的应用

五、中国高端产品技术发展及竞争分析

第四节 工程机械行业的节能减排发展

一、中国工程机械行业节能减排的现状

二、工程机械产品节能减排的技术实现手段

三、中国工程机械企业大步迈向低碳经济轨道

四、工程机械产品的环保设计解析

第三章 “一带一路” 国家工程机械行业前景预测

第一节 全球工程机械市场总体情况分析

一、全球工程机械行业发展现状

二、全球工程机械行业发展特点

三、全球工程机械行业市场规模

四、全球工程机械行业竞争格局

五、全球工程机械市场区域分布

第二节 “一带一路” 沿线国家工程机械市场分析

一、东盟

1、人口状况、国土面积、经济水平

2、近几年进出口状况

3、“一带一路” 对其影响

4、“一带一路” 投资状况

5、工程机械需求分析

6、市场规模及前景预测

二、西亚

1、人口状况、国土面积、经济水平

2、近几年进出口状况

3、“一带一路”对其影响

4、“一带一路”投资状况

5、工程机械需求分析

6、市场规模及前景预测

三、南亚

1、人口状况、国土面积、经济水平

2、近几年进出口状况

3、“一带一路”对其影响

4、“一带一路”投资状况

5、工程机械需求分析

6、市场规模及前景预测

四、中亚

1、人口状况、国土面积、经济水平

2、近几年进出口状况

3、“一带一路”对其影响

4、“一带一路”投资状况

5、工程机械需求分析

6、市场规模及前景预测

五、独联体

- 1、人口状况、国土面积、经济水平
- 2、近几年进出口状况
- 3、“一带一路”对其影响
- 4、“一带一路”投资状况
- 5、工程机械需求分析
- 6、市场规模及前景预测

六、中东欧

- 1、人口状况、国土面积、经济水平
- 2、近几年进出口状况
- 3、“一带一路”对其影响
- 4、“一带一路”投资状况
- 5、工程机械需求分析
- 6、市场规模及前景预测

第二部分 行业深度分析

【中国工程机械行业如何?“一带一路”国家工程机械市场如何?中国工程机械进出口有哪些重大机遇?】

第四章 中国工程机械行业发展分析

第一节 中国工程机械行业发展概况

- 一、中国工程机械行业发展阶段
- 二、中国工程机械行业发展成就
- 三、中国工程机械行业发展特点
- 四、中国工程机械行业结构调整

五、中国工程机械六大生产基地

六、中国工程机械智能化发展现状

第二节 中国工程机械行业财务指标

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

第三节 工程机械行业商业模式的变与不变

一、工程机械市场发展的三阶段

1、一机难求阶段

2、买方市场阶段

3、租方市场阶段

二、工程机械商业模式的三阶段

1、直租垄断阶段

2、品牌/价格战阶段

3、服务导向阶段

三、工程机械行业商业模式的变与不变

1、工程机械行业商业模式的变化

2、工程机械行业商业模式的不变

第四节 各大工程机械企业智能化部署与应用

一、卡特彼勒

1、数字与智能技术并用的创新制造工艺

2、电气化与智能化并驾齐驱的创新产品

3、轻量级远程信息处理工具

二、徐工集团

1、产品智能化

2、制造智能化

3、研发智能化

三、三一集团

1、智能+制造智能厂房

2、智能+服务根云平台

3、智能+业务三一重卡打造升级样本

四、中联重科

1、以智能制造实现高质量

2、智能化发展铺开“4.0产品”

3、实现从“设备生产商”向“服务提供商”的快速转型

五、沃尔沃

1、大数据助力燃油效率提升

2、智能化应用推动生产率提升

3、全新预防性监测服务activecare

六、小松

1、第一阶段——设备运行管理系统komtrax

2、第二阶段——智能施工解决方案

3、第三阶段——智能施工互联平台landlog

第五章 中国工程机械市场分析

第一节 工程机械市场概况

- 一、中国工程机械市场运行分析
- 二、中国工程机械保有量及需求量
- 三、中国存量工程机械市场发展特点
- 四、中国工程机械巨头扩大产品范围寻求增长空间
- 五、中国工程机械在东盟市场发展势头强劲

第二节 工程机械新能源应用现状与发展趋势

- 一、纯电动
- 二、油电混合动力
- 三、氢燃料电池
- 四、lng燃气发动机
- 五、未来发展趋势

第三节 中国工程机械市场需求分析

- 一、中国工程机械市场整体需求概况
- 二、中国多功能工程机械需求不断增长
- 三、中国农用工程机械市场需求形势
- 四、中国工程机械市场需求趋势预测

第四节 二手工程机械市场发展分析

- 一、中国二手工程机械市场发展沿革
- 二、中国二手工程机械市场规模分析
- 三、国家出台标准规范二手工程机械市场状况

四、二手工程机械行业发展的关键因素

第五节 中国工程机械技术服务市场分析

一、工程机械技术服务市场的构成

二、工程机械技术服务市场主体格局

第六节 中国工程机械产品贸易研究

一、中国工程机械产品贸易现状

二、中国工程机械产品贸易区域结构

三、中国工程机械企业影响力逐步提升

四、促进中国工程机械产品贸易对策建议

第七节 重点地区工程机械市场发展动态

一、华北地区

二、华南地区

三、华中地区

四、东北地区

五、西部地区

第六章 中国工程机械租赁发展概况

第一节 工程机械租赁发展形势

一、租赁促进工程机械行业的发展

二、中国工程机械租赁业发展综述

三、中国工程机械租赁的主要方式

四、中国工程机械品牌租赁时代来临

五、“一带一路”为租赁业带来的新机遇

六、外资品牌进入给工程机械租赁带来挑战

第二节 工程机械融资租赁分析

一、工程机械厂商掀起融资租赁风潮

二、工程机械融资租赁发展潜力分析

三、工程机械设备融资租赁存在问题

四、工程机械设备融资租赁的原则

五、工程机械设备融资租赁的对策

第三节 工程机械租赁风险及建议

一、工程机械租赁安全使用中的问题

二、制约中国施工机械租赁发展的因素

三、工程机械租赁市场的债权风险

四、中国工程机械租赁业发展建议

第七章 工程机械行业“一带一路”发展分析

第一节 “一带一路”国家工程机械行业总体运行情况

一、“一带一路”国家工程机械发展规模

二、“一带一路”国家工程机械市场规模

三、“一带一路”销售规模对出口的贡献比重

四、“一带一路”国家购买力指数研究

第二节 中国工程机械标准化与“一带一路”

一、“一带一路”战略下工程机械标准化国际推广现状

1、产能合作对工程机械标准化的推动

2、中国标准在国外市场的认可度

二、中国工程机械标准走出去的策略

- 1、科学的标准解释与全面的售后服务
- 2、与相关机构进行认证合作
- 3、基于工程建设实际情况研发新标准与新技术

三、“一带一路”背景下中国工程机械标准化发展的建议

第三节 “一带一路”背景下国有工程机械企业的发展

一、当前国有工程机械企业的发展现状

- 1、国内机械的核心技术不稳定
- 2、核心产品的质量参差不齐
- 3、国有工程机械企业的竞争力不足
- 4、企业化模式的问题日益突出

二、“一带一路”战略推进国有工程机械企业的发展

- 1、国家助力机械工程研发
- 2、跨国合作增强技术研讨
- 3、“走出去”模式提升产品质量
- 4、增强企业自身的管理

第四节 “一带一路”建设为工程机械企业带来机遇

一、工程机械出口“一带一路”迎来开门红

二、中国工程机械助建“一带一路”标志性工程

三、全球市场需求整体进入新的增长阶段

四、海外市场正成为龙头企业的竞争要略

五、中国工程机械国际影响力趋强

六、中国工程机械企业加快海外布局

第五节 中国工程机械行业产销情况分析

一、国内工程机械行业工业总产值

二、龙头工程机械企业在国外工业产值

三、中国工程机械对“一带一路”国家销售量

第三部分 市场全景调研

【挖掘机、起重机、压路机.....各细分市场情况如何?工程机械营销方式有何变化?】

第八章 挖掘机行业市场分析

第一节 挖掘机行业总体概况

一、中国挖掘机行业发展概况

二、中国挖掘机主要企业类型

三、中国挖掘机行业发展形势

四、中国挖掘机行业参与“一带一路”建设

第二节 中国挖掘机市场概况

一、中国挖掘机市场规模

二、中国挖掘机市场结构

三、中国挖掘机市场竞争

四、中国挖掘机市场趋势

第三节 小型挖掘机市场分析

一、小型挖掘机市场主要优势

二、中国小型挖掘机市场发展现状

三、中国小型挖掘机市场格局

四、中国小型挖掘机行业存在的风险

五、促进国内小型挖掘机市场发展的建议

六、小型挖掘机的技术发展趋势

第四节 液压挖掘机市场分析

一、国外大型液压挖掘机发展概况

二、国内大型液压挖掘机发展概况

三、国内超大型液压挖掘机生产企业介绍

四、液压挖掘机节能控制发展方向剖析

第五节 挖掘机行业存在的问题及建议

一、挖掘机行业存在的问题

二、中国挖掘机市场发展面临的挑战

三、中国挖掘机市场潜在的隐患

四、中国挖掘机行业的发展建议

五、推进中国挖掘机行业节能与创新发展的对策

第九章 起重机行业市场分析

第一节 起重机行业市场概况

一、中国起重机市场发展回顾

二、中国起重机市场发展现状

三、中国起重机市场竞争形势

四、中国起重机行业参与“一带一路”建设

五、中国起重机行业在国际市场地位提升

六、中国工程起重机行业竞争分析

七、中国工程起重机市场趋势分析

第二节 汽车起重机行业市场分析

一、中国汽车起重机行业技术分析

二、中国汽车起重机市场状况分析

三、中国汽车起重机市场销售情况

四、中国汽车起重机产品发展趋向

第三节 履带式起重机行业市场分析

一、中国履带起重机行业发展概况

二、中国履带起重机市场销售情况

三、本土履带起重机强势企业竞争战略

四、履带式起重机未来发展趋势

第四节 随车起重机行业市场分析

一、中国随车起重机销量状况

二、中国随车起重机竞争格局

三、中国随车起重机行业存在的问题

四、中国随车起重机“一带一路”市场发展前景

第五节 塔式起重机行业市场分析

一、国际塔式起重机市场发展概况

二、中国塔式起重机市场发展概况

三、全球塔式起重机重点企业介绍

四、中国塔式起重机发展存在问题

五、中国塔式起重机发展前景分析

六、中国塔式起重机行业发展趋势

第十章 压路机行业市场分析

第一节 压路机行业发展概况

一、世界压路机产品发展特点

二、中国压路机产业发展态势

三、中国压路机行业发展格局

四、中国压路机行业竞争趋势

五、“一带一路”沿线国家需求状况

第二节 中国压路机市场分析

一、中国压路机市场技术分析

二、中国压路机市场发展分析

三、中国压路机市场销售情况

第三节 压路机行业存在的问题及发展方向

一、中国压实机械与国际水平的差异

二、国内压路机行业发展面临的挑战

三、未来中国压路机行业的发展方向

第十一章 其他细分产品的发展分析

第一节 铲土运输机械行业市场分析

一、中国铲土运输机械市场发展概况

二、中国铲土运输机械市场销量数据

三、中国铲土运输机械工业存在问题

四、中国铲土运输机械工业发展建议

第二节 桩工机械行业市场分析

- 一、中国桩工机械技术发展分析
- 二、中国桩工机械市场运行情况
- 三、中国桩工机械市场竞争格局
- 四、智能化桩工机械的发展概况
- 五、中国桩工机械行业前景展望

第三节 路面机械行业市场分析

- 一、中国路面机械市场销售状况
- 二、中国路面机械积极拓展海外市场
- 三、中国路面机械企业发展策略
- 四、路面机械行业发展方向

第四节 混凝土机械行业市场分析

- 一、中国混凝土机械技术发展分析
- 二、中国混凝土机械产业发展概述
- 三、中国混凝土机械行业市场竞争
- 四、中国混凝土机械市场发展前景

第五节 凿岩机械行业市场分析

- 一、中国凿岩机械行业发展综述
- 二、中国凿岩机械行业存在问题
- 三、中国凿岩机械市场销售情况
- 四、推进中国凿岩机械行业持续发展的建议

第十二章 工程机械行业营销分析

第一节 工程机械营销概况

一、中国工程机械营销的发展转变

二、工程机械营销模式常见的种类

三、工程营销模式的优缺点及选择

1、决定营销模式的因素

2、各种营销模式的适用范围

四、工程机械市场“团队营销”模式介绍

五、工程机械行业营销方式趋于多样化

六、2021-2026年工程机械营销案例分析

七、工程机械企业的事件营销实践分析

八、工程机械营销模式的风险控制

1、直销模式的风险控制

2、代理模式的风险控制

3、建立风险管理机制

第二节 工程机械细分产品营销分析

一、装载机市场的营销特点分析

二、装载机企业的营销路径选择

三、挖掘机市场营销模式有待突破

四、解析小型工程机械产品的营销困惑

第三节 工程机械企业营销案例分析

一、山东临工的体育营销

二、徐工集团的电子商务营销

三、三一重工的展会营销

四、河南通冠典型营销事件

第四节 工程机械营销策略

一、工程机械市场营销策略

二、工程机械企业营销建议

三、工程机械营销“返利”分析

第四部分 竞争格局分析

【工程机械市场竞争程度怎样?主要企业发展规模如何?“一带一路”发展战略部署怎样?】

第十三章 工程机械行业竞争分析

第一节 工程机械行业国际竞争分析

一、中国工程机械业国际竞争力状况

二、国内工程机械市场中外企业竞争

三、“一带一路”建设带来的市场格局变化

四、中国工程机械企业应对国际竞争的策略

第二节 工程机械行业竞争形势

一、“一带一路”下工程机械产品发展格局

二、工程机械行业步入多重竞争格局

三、中国工程机械行业掀起服务竞争高潮

四、中国工程机械企业需要确立核心竞争力

第三节 工程机械行业主要细分市场竞争格局

一、叉车行业参与“一带一路”地区建设竞争分析

二、装载机参与“一带一路”地区建设竞争分析

三、挖掘机参与“一带一路”地区建设竞争分析

四、压路机参与“一带一路”地区建设竞争分析

五、工程起重机参与“一带一路”地区建设竞争分析

第四节 工程机械差异化竞争策略分析

一、在同质化竞争中发现差异化机会

二、利用差异化产品获取竞争优势

三、利用差异化销售落实竞争优势

四、利用差异化服务保证竞争优势

第十四章 工程机械行业领先企业经营形势分析

第一节 三一重工股份有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第二节 徐工集团工程机械股份有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第三节 中联重科股份有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第四节 广西柳工机械股份有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第五节 山东临工机械有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第六节 中国龙工控股有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第七节 山河智能装备股份有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第八节 山推工程机械股份有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第九节 神钢建机(中国)有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第十节 卡特彼勒(中国)投资有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第十一节 现代(江苏)工程机械有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第十二节 厦门厦工机械股份有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第十三节 雷沃重工股份有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第十四节 中国国机重工集团有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第十五节 方圆集团有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第十六节 福建晋工机械有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第十七节 力士德工程机械股份有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第十八节 四川成都成工工程机械股份有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第十九节 河钢资源股份有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第二十节 小松(山东)工程机械有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第二十一节 斗山工程机械(中国)有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第二十二节 马尼托瓦克起重设备(中国)有限公司

- 一、企业发展概述
- 二、企业经营情况
- 三、企业产销情况
- 四、企业销售网点
- 五、企业出口情况
- 六、企业竞争能力
- 七、企业市场地位
- 八、企业“一带一路”布局

第二十三节 山东鸿达建工集团有限公司

- 一、企业发展概述
- 二、企业经营情况
- 三、企业产销情况
- 四、企业销售网点
- 五、企业出口情况
- 六、企业竞争能力
- 七、企业市场地位
- 八、企业“一带一路”布局

第二十四节 千里马机械供应链股份有限公司

- 一、企业发展概述
- 二、企业经营情况
- 三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第二十五章 安徽合力股份有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第二十六章 江苏华通动力重工有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第二十七节 利勃海尔机械(大连)有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第二十八节 沈阳北方交通重工集团有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第二十九节 青岛科泰重工机械有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第三十节 洛阳路通重工机械有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业产销情况

四、企业销售网点

五、企业出口情况

六、企业竞争能力

七、企业市场地位

八、企业“一带一路”布局

第五部分 发展前景展望

【未来工程机械行业发展前景怎样?“一带一路”国家投资机会在哪里?】

第十五章 未来五年工程机械行业趋势与前景分析

第一节 中国工程机械行业趋势预测

一、管理智能化

二、产品智能化

三、设备智能化

第二节 2026-2031年工程机械业发展前景展望

- 一、全球及中国工程机械市场前景分析
- 二、疫情过后工程机械行业发展前景展望
- 三、中国工程机械市场规模预测

第三节 “一带一路”背景下工程机械细分行业前景分析

- 一、特种工程机械行业市场前景分析
- 二、小型挖掘机行业市场前景分析
- 三、工程起重机行业发展前景分析
- 四、农用工程机械行业发展前景分析

第十六章 2026-2031年工程机械行业投资分析

第一节 工程机械行业投融资情况

- 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、行业投资现状分析

第二节 2026-2031年工程机械行业投资机会

- 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、工程机械行业投资机遇
 - 1、“一带一路”机遇
 - 2、更新换代周期性机遇

- 3、智能化成果促进产业调整的机遇
- 4、ppp项目带来旺盛的需求机遇
- 5、环保控制再升级，带来机械强制换代的机遇
- 6、基础设施领域补短板机遇
- 7、粤港澳大湾区建设

第三节 2026-2031年工程机械行业投资风险分析

- 一、政策风险分析
- 二、经济风险分析
- 三、供求风险分析
- 四、新冠肺炎疫情对行业发展造成的风险
- 五、“一带一路”国家投资环境风险评估

第四节 基于“一带一路”的工程机械企业融资策略探讨

- 一、工程机械企业融资过程中所存在的问题
 - 1、工程机械行业的特性明显
 - 2、融资的方式过于单一传统
 - 3、所用的融资策略太过于保守
- 二、基于“一带一路”的工程机械企业融资策略的探讨
 - 1、引用各种新型模式进行融资
 - 2、充分的将周边国际金融机构利用起来并进行融资
 - 3、扩宽融资渠道，开拓特殊债券市场

第五节 中国工程机械行业投资建议

第六部分 发展战略研究

【工程机械行业面临哪些困境?有哪些扶持政策?在发展战略、投融资方面需要注意哪些问题?】

第十七章 2026-2031年工程机械行业发展对策分析

第一节 环保高压、国四排放，新政已箭在弦上

- 一、大批量工程机械设备面临被淘汰、强制报废
- 二、二手机市场流通渠道或将持续收窄
- 三、国四新标发布在即，库存何去何从
- 四、监管力度再升级，联合监管呈常态
- 五、改与不改：机械加装颗粒捕集器(dpf)与烟度要求
- 六、“一带一路”持续增效，出口面临“同阶段、不同要求”挑战
- 七、牵一发而动全身，全产业链紧张备战
- 八、排放控制区域划定范围进一步扩大
- 九、环保要求升级也将促进工程机械再制造迎来新发展

第二节 工程机械企业面临的困境及对策

- 一、重点工程机械企业面临的困境及对策
- 二、中小工程机械企业发展困境及策略分析

第三节 中国工程机械行业存在的问题及对策

- 一、中国工程机械行业存在的问题
 - 1、中国工程机械行业发展存在的主要问题
 - 2、中国工程机械行业需要强势品牌
 - 3、中国工程机械再制造产业发展的主要瓶颈
 - 4、中国工程机械行业面临多重挑战
- 二、工程机械行业发展的建议对策

- 1、促进中国工程机械行业发展的对策
- 2、中国工程机械行业发展壮大的思路
- 3、提升中国工程机械国际竞争力的主要手段
- 4、工程机械企业二手机业务的发展策略分析

第十八章 工程机械行业案例分析研究

第一节 工程机械行业并购重组案例分析

一、工程机械行业并购重组成功案例分析

- 1、国外工程机械行业并购重组成功案例解析
- 2、国内工程机械行业并购重组成功案例解析

二、工程机械行业并购重组失败案例分析

- 1、国外工程机械行业并购重组失败案例解析
- 2、国内工程机械行业并购重组失败案例解析

三、经验借鉴

第二节 工程机械行业营销案例分析

一、工程机械行业营销成功案例分析

- 1、国外工程机械行业营销成功案例解析
- 2、国内工程机械行业营销成功案例解析

二、工程机械行业营销失败案例分析

- 1、国外工程机械行业营销失败案例解析
- 2、国内工程机械行业营销失败案例解析

三、经验借鉴

第十九章 工程机械行业“一带一路”发展战略研究

第一节 工程机械行业发展战略研究

一、“十四五”发展规划研究

二、产品技术创新战略

三、国内工程机械厂商的竞争策略

四、企业战略选择(营销、竞争)

第二节 对中国工程机械品牌的战略思考

一、工程机械品牌的重要性

二、工程机械实施品牌战略的意义

三、工程机械企业品牌的现状分析

四、中国工程机械企业的品牌战略

五、徐工集团品牌战略的深度研究

第三节 工程机械行业经营战略思考

一、产品销售模式探讨

二、“新常态”下工程机械行业的营销策略

三、工程机械企业经营战略趋于多元化

第四节 工程机械行业投资战略研究

一、工程机械行业投资战略

二、工程机械再制造投资战略

三、2026-2031年工程机械行业投资战略

四、2026-2031年工程机械细分行业投资战略

第五节 “一带一路”建设与中国区域发展战略的关系

一、“一带一路”战略意义分析

二、“一带一路”与区域发展

1、“一带一路”倡议的核心内涵

2、“一带一路”建设的区域影响

三、“一带一路”建设与中国区域发展战略的关系

1、“一带一路”建设与区域发展总体战略的关系

2、“一带一路”建设与长江经济带建设战略的关系

3、“一带一路”建设与京津冀协同发展战略的关系

四、行业政策建议

五、借力“一带一路”，工程机械的机遇与挑战

第二十章 研究结论及发展建议

第一节 工程机械行业研究结论及建议

第二节 工程机械再制造行业研究结论及建议

第三节 工程机械行业“一带一路”发展建议

图表目录

图表：工程机械行业生命周期

图表：工程机械行业产业链结构图

图表：工程机械产品成本构成

图表：机械板材行业发展规模

图表：车床行业发展规模

图表：机械零部件行业发展规模

图表：工程机械产业链下游行业分布

图表：2021-2026年中国建筑业产值规模统计

图表：能源开发行业发展规模

图表：公路及轨道建设行业发展规模

图表：国际宏观经济形势分析

图表：国内宏观经济形势分析

图表：2021-2026年“一带一路”国家经济总量

图表：2021-2026年“一带一路”主要国家经济指标

图表：全球工程机械行业市场规模

图表：全球工程机械行业竞争格局

图表：全球工程机械市场区域分布

图表：2026-2031年东盟国家工程机械市场规模预测

图表：2026-2031年西亚国家工程机械市场规模预测

图表：2026-2031年南亚欧国家工程机械市场规模预测

图表：2026-2031年中亚国家工程机械市场规模预测

图表：2026-2031年独联体国家工程机械市场规模预测

图表：2026-2031年中东欧国家工程机械市场规模预测

图表：中国工程机械业发展的四个阶段

图表：中国工程机械六大生产基地介绍

图表：2021-2026年中国工程机械市场渗透率

图表：2021-2026年中国工程机械租赁市场规模及增速

图表：中国工程机械行业盈利能力分析

图表：中国工程机械行业偿债能力分析

图表：中国工程机械行业营运能力分析

图表：中国工程机械行业发展能力分析

图表：“一带一路”国家工程机械市场规模

图表：“一带一路”销售规模对出口的贡献比重

图表：“一带一路”国家购买力指数研究

图表：国内工程机械行业工业总产值

图表：中国工程机械对“一带一路”国家销售量

图表：2021-2026年中国月度进口增速

图表：2021-2026年中国月度出口增速

图表：2021-2026年中国塔机销量及增长率趋势图

图表：2021-2026年中国房地产开发完成投资额及增速

图表：2021-2026年中国压路机月度销量

图表：2021-2026年中国摊铺机销量变化趋势图

图表：2021-2026年中国同沿线国家的贸易总额

图表：2021-2026年“一带一路”沿线国家贸易份额

图表：2021-2026年60-179马力推土机产品销量

图表：2021-2026年70-119马力推土机产品销量

图表：2021-2026年中国挖掘机销量

图表：2021-2026年中国挖掘机出口量

图表：2021-2026年中国挖掘机产品销量结构

图表：2021-2026年中国装载机销量

图表：2021-2026年中国装载机出口量

图表：2021-2026年中国平地机销量

图表：2021-2026年中国平地机出口量

图表：2026-2031年工程机械行业资产总计预测

图表：2026-2031年工程机械行业负债总计预测

图表：2026-2031年工程机械市场利润预测

图表：2026-2031年工程机械行业工业产值预测

图表：2026-2031年工程机械行业销量预测

图表：2026-2031年工程机械行业再制造产量预测

图表：2026-2031年工程机械行业新市场预测

图表：2026-2031年工程机械行业出口量预测

图表：2026-2031年工程机械行业进口量预测

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

报告编号：175069

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20200716/175069.shtml>

在线订购：[点击这里](#)