

中国工程机械行业深度分析及发展战略研究咨询报告(2026-2031版)

报告简介

行业概况

我国工程机械种类繁多，是全球工程机械产品类别、产品品种最齐全的国家之一，拥有20大类，109组，450种机型，1090个系列，上万个型号的产品设备。正因为我国工程机械品类齐全，系列化、成套化优势突出，为国家经济建设提供了工程机械装备保障。90年代初，我国主要以政府投资为主导拉动经济增长、推进经济发展，其中基础设施建设投资占据了当时极大的比重，此后很长一段时间，虽然投资资金来源不断变化，但是基础设施建设的比重基本没有下滑。随着社会主义市场经济的深入，个人住房需求越发迫切，房地产投资需求持续旺盛，政府不得不出台政策抑制房地产过热。总结来看，房地产和基建投资成为推动固定资产投资的重要力量，有力的拉动了工程机械需求。2019年是中国工程机械行业实现“十三五”规划的攻坚之年，在国家基建投资力度加大、“一带一路”战略持续推进以及存量设备更新需求、环保升级等多重利好因推进下，市场整体保持稳中上升态势，国际化进程再提速，出口平稳增长。

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-

6月我国工程机械进出口贸易额为115.75亿美元，同比下降18.6%。其中进口金额18.45亿美元，同比下降18%；出口金额97.3亿美元，同比下降18.7%。

2020年上半年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，进口额在去年持续下降的基础上，持续下降超过20%。一二月份进口额累计下降25.2%，三月份累计仍下降25%，四月份累计降幅为22.2%，五月份累计降幅20.3%，六月份当月进口额降幅不足5%，上半年下降18%。显示全国工程机械需求持续恢复，发达国家也在尽力恢复生产经营，使进口降幅略有缩小，预计2020年下半年进口下降，且降幅缓慢收窄态势将持续。上半年出口在疫情的影响下，出现两位数的降幅，前四个月呈现出降幅逐月收窄趋势，然而五六月份连续出现2020年单月最大降幅，使累计出口降幅又呈扩大态势。

竞争形势

2020年，中央多次提到新基建，国家高层对新基建的重视程度显著提升，全国各省市也纷纷加速新基建项目建设。受下游基建投资加码需求拉动、存量设备更新等因素驱动，工程机械需求增长加快。数据显示，2020年全球工程机械制造商50强企业，总销售额达到1972.51亿美元，同比增长3.27%，连续数年保持增长，但增幅明显放缓。利润方面，2020年全球工程机械制造商50强营业利润总额为220.03亿美元，同比微幅下滑。面对全球以及中国市场不断加剧的竞争，中国工程机械制造商的品牌影响力和产业地位，继续提升。

工程机械行业是中国装备制造业中最具国际竞争力的行业，涌现出一批世界知名的、有实力的优秀中国工程机械制造企业，创造了许多工程机械的世界纪录。2019年中国工程机械销售收入达6600亿人民币，并有9家中国工程机械企业跻身全球工程机械制造商50强。2020年全球工程机械制造商50强中，11家中国企业入榜。其中徐工集团位居全球第4位，三一重工、中联重科同时进入全球10强。此外入榜的中国工程机械制造商还包括：柳工、铁建重工、龙工、山河智能、山推股份、雷沃工程机械集团、厦工机械、北方股份。

前景预测

“十三五”期间，随着全球经济与产业运行进一步趋稳趋好，以及中国经济政策利好的落地，各种基础设施建设和城镇化建设仍然处于发展阶段，中国工程机械行业上一轮高增长可以追溯至2008年政府“四万亿”的投资刺激，以挖掘机为代表的工程机械产品产销量大幅提升，在2011年挖掘机年销量一度攀升至17.8万台。2012年行业需求急速下滑，并随之进入长达连续5年的深度调整期。自2016年底开始，工程机械行业逐步走出低谷，主要受益于房地产、基建投资需求的拉动，大量存量设备进入更新换代高峰期和“一带一路”沿线国家出口需求的拉动。历经三年的快速发展，工程机械行业景气度持续高涨。

机遇与挑战

在对2019年中央经济工作会议的45条解读中，有17条是与工程机械行业直接相关，再次体现了工程机械行业在国民经济中的重要地位和作用。每年年底的中央经济工作会议都是第二年经济工作的“风向标”。从2019年中央经济工作会议内容中，我们收获了太多的好消息，这意味着2020年对工程机械行业来说，又是一个稳定增长，稳步向前的好年份！不仅如此，2020年对工程机械行业来说，还面临着诸多利好因素，如：基础建设有望稳定增长、国四排放标准即将实施、“一带一路”深入推进、扶贫攻坚进入决战阶段、一大批重大工程相继上马等等。

新冠肺炎疫情背景下，2020年拉动经济的三架马车中，“消费”对GDP增长的贡献率将出现较大幅度下降；“出口”贸易将继续放缓，甚至其贡献率或许还会进一步下降；“投资”因受到疫情影响相对较小，加上政府对投资的刺激有望加大，预计基建投资对GDP增长贡献度，很可能将大幅提升。加之我国城镇化率有着巨大的增长和提质优化空间，作为第三产业的基础设施投资也将会持续增加，进而将直接带动工程机械行业保持着又一阶段的不断发展。

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 行业环境透析

【工程机械发展环境如何?全球主要国家和“一带一路”地区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 世界经济环境分析

一、宏观经济形势分析

1、全球宏观经济形势分析

2、国内宏观经济形势分析

二、全球经济与工程机械销量的关系研究

三、中国工程机械行业面临的经济新环境

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、3d技术在工程机械领域的应用前景

六、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 国际工程机械行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球工程机械市场总体情况分析

- 一、全球工程机械行业景气度
- 二、全球工程机械行业投资现状
- 三、全球工程机械行业供需格局
- 四、全球工程机械行业市场规模
- 五、全球工程机械市场竞争分析
- 六、全球工程机械发展前景展望

第二节 全球主要地区市场分析

一、欧洲

- 1、工程机械行业发展概况
- 2、疫情对欧洲经济的冲击
- 3、行业市场结构及产销情况
- 4、2026-2031年工程机械行业发展前景预测

二、北美

- 1、工程机械行业发展概况
- 2、疫情对北美国家经济的冲击
- 3、行业市场结构及产销情况

4、2026-2031年工程机械行业发展前景预测

三、拉美

1、工程机械行业发展概况

2、疫情对拉美国家经济的冲击

3、行业市场结构及产销情况

4、2026-2031年工程机械行业发展前景预测

四、亚太

1、工程机械行业发展概况

2、疫情对亚太国家经济的冲击

3、行业市场结构及产销情况

4、2026-2031年工程机械行业发展前景预测

五、中东

1、工程机械行业发展概况

2、疫情对中东国家经济的冲击

3、行业市场结构及产销情况

4、2026-2031年工程机械行业发展前景预测

第三节 全球主要国家市场分析

一、美国

二、英国

三、日本

四、俄罗斯

五、印度

六、巴西

第二部分 行业深度分析

【中国工程机械行业如何?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、工程机械行业周期性特点
- 二、中国工程机械行业发展阶段
- 三、中国工程机械行业发展成就
- 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 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、国内工程机械行业细分产品产量
- 三、国内工程机械行业产品产销率

第四节 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 工程机械租赁基本状况及发展形势

一、工程机械租赁的主要形式

二、工程机械租赁发展的必然性

三、工程机械租赁业发展综述

四、租赁促进工程机械行业的发展

五、中国工程机械品牌租赁时代来临

六、“一带一路”为租赁业带来的新机遇

七、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

第八章 2026-2031年工程机械行业进出口结构及面临的机遇与挑战

第一节 工程机械行业进出口市场分析

一、工程机械行业进出口综述

- 1、中国工程机械进出口的特点分析
- 2、中国工程机械进出口地区分布状况
- 3、中国工程机械进出口政策与国际化经营

二、工程机械行业出口市场分析

- 1、行业出口整体情况
- 2、行业出口总额分析
- 3、行业出口产品结构

三、工程机械行业进口市场分析

- 1、行业进口整体情况
- 2、行业进口总额分析
- 3、行业进口产品结构

第二节 中国工程机械出口面临的挑战及对策

- 一、中国工程机械出口面临的挑战
- 二、中国工程机械行业未来出口展望
- 三、中国工程机械行业外贸转型新趋势

四、工程机械行业进出口前景及建议

第三节 “一带一路”建设为工程机械出口带来机遇

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

第三部分 市场全景调研

【挖掘机、起重机、压路机.....工程机械各细分市场情况如何?新形势下工程机械行业营销方式有何变化?】

第八章 疫情影响下挖掘机行业市场运行分析

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、中国挖掘机行业竞争分析

四、中国挖掘机行业发展趋势预测

五、疫情对挖掘机行业的影响分析

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 疫情影响下起重机行业市场运行分析

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、我国工程起重机产销两旺

四、中国起重机行业在国际市场地位提升

五、中国工程起重机行业竞争分析

六、中国工程起重机发展趋势预测

七、疫情对起重机行业的影响分析

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、2021-2026年中国履带起重机市场销售情况

三、开始履带起重机销量恢复平稳增长

四、本土履带起重机强势企业竞争战略

五、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、2021-2026年中国随车起重机销量状况

二、随车起重机是2021-2026年销量率先回暖的机型

三、中国随车起重机竞争格局

四、中国随车起重机行业存在的问题

五、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、国外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、中国塔式起重机发展方向

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 疫情影响下压路机行业市场运行分析

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形势分析

五、“一带一路”沿线国家需求状况

六、疫情对压路机行业的影响分析

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 疫情影响下其他细分行业发展分析

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、“新常态”下工程机械行业的营销策略
- 三、工程机械海外市场营销新策略
 - 1、代表企业新策略运用情况
 - 2、营销新策略研究
- 四、工程机械企业营销建议

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?工程机械行业发展战略部署怎样?】

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、新时期工程机械产品竞争形势

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、叉车市场竞争格局分析

二、装载机市场竞争格局分析

三、挖掘机市场竞争格局分析

四、压路机市场竞争格局分析

五、工程起市场竞争格局分析

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、企业发展目标

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、企业发展目标

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、企业发展目标

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、企业发展目标

第五节 山东临工工程机械有限公司

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、企业发展目标

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、企业发展目标

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、企业发展目标

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、企业发展目标

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、企业发展目标

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、企业发展目标

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、企业发展目标

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、企业发展目标

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、企业发展目标

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、企业发展目标

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、企业发展目标

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、企业发展目标

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、企业发展目标

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、企业发展目标

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、企业发展目标

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、企业发展目标

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、企业发展目标

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、企业发展目标

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、企业发展目标

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、企业发展目标

第二十五节 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、企业发展目标

第二十六节 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、企业发展目标

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、企业发展目标

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、企业发展目标

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、企业发展目标

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、企业发展目标

第五部分 发展前景展望

【未来五年工程机械行业发展前景怎样?重点领域的趋势如何?行业的投资机会在哪里?风险有哪些?】

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 工程机械重点细分行业前景分析

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、国外市场投资环境风险评估

五、新冠肺炎疫情对行业发展造成的风险

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、后疫情时代工程机械行业投资战略
- 二、后疫情时代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、“一带一路”战略下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：2021-2026年全球工程机械50强销售额统计

图表：全球工程机械销售额占比

图表：全球经济与工程机械销量的走势关系图

图表：国外市场需求与房地产行业的发展呈正比

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：中美工程机械租赁市场差异对比

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：工程机械上市企业营收规模总和

图表：工程机械上市企业净利润总和

图表：工程机械上市企业净利率排名

图表：国内工程机械行业工业总产值

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：193065

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20201216/193065.shtml>

在线订购：[点击这里](#)