

中国工程机械行业市场深度分析及前景趋势与发展战略研究报告(2024-2029版)

报告简介

工程机械是指用于工程建设项目的一系列施工机械的总称。工程机械一般由动力装置、传动装置、行走装置、工作装置和操纵系统组成。从建设项目的用途来看，这些机械广泛用于铁路和道路建设、飞机场建造、水利工程、电力供给铺设、房屋建筑、隧道桥梁建造、矿山开采、港口运输、国防军事等工程领域。

工程机械是中国装备工业的重要组成部分。根据中国工程机械工业协会完成制定并于2012年6月1日正式发布、实施的中道泰和规定，凡土石方工程、流动起重装卸工程、人货升降输送工程、市政环卫及各种建设工程、综合机械化施工以及同上述工程相关的生产过程机械化所应用的机械设备，统称为工程机械。它主要用于国防建设工程、交通运输建设，能源工业建设和生产、矿山等原材料工业建设和生产、农林水利建设、工业与民用建筑、城市建设、环境保护等领域。按具体功能划分，工程机械主要分为二十大类，包括挖掘机械、铲土运输机械、起重机械、工业车辆、压实机械、路面施工与养护机械、混凝土机械、掘进机械、桩工机械、市政与环卫机械、混凝土制品机械、高空作业机械、装修机械、钢筋及预应力机械、凿岩机械、气动工具、军用工程机械、电梯及扶梯、工程机械配套件和其他专用工程机械。

我国工程机械行业在2009-

2013年发展迅速且达到了第一个高峰5663亿元;随之开始了长达5年的低落期，而在2019年重新迎来了一个小高峰。根据中国工程机械工业协会统计汇总，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%。2021年实现收入9065亿元，同比增长16.95%。2022-2023年行业收入下滑。

本报告最大的特点就是前瞻性和适时性。报告根据工程机械相关行业的发展轨迹及多年的实践经验，对行业未来的发展趋势做出审慎分析与预测，是工程机械相关企业、科研单位、销售企业、投资企业准确了解行业当前最新发展动态，把握市场机会，做出正确经营决策和明确企业发展方向不可多得的精品，也是业内第一份对行业上下游产业链以及行业重点企业进行全面系统分析的重量级报告。本报告将帮助工程机械相关企业、科研单位、销售企业、投资企业准确了解行业当前最新发展动向，及早发现行业市场的空白点，机会点，增长点和盈利点，前瞻性的把握行业未被满足的市场需求和趋势，形成企业良好的可持续发展优势，有效规避行业投资风险，更有效率地巩固或者拓展相应的战略性目标市场，牢牢把握行业竞争的主动权。

报告目录

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

三、行业产业链下游相关行业分析

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

二、全球经济与工程机械销量的关系研究

三、2019-2023年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
 - 二、北美
 - 三、拉美
 - 四、亚太
 - 五、中东
- 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、国内工程机械子行业产品产量

三、国内工程机械行业产品产销率

第四节 各大工程机械企业智能化部署与应用

一、卡特彼勒

二、徐工集团

三、三一集团

四、中联重科

五、沃尔沃

六、小松

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规模分析
- 二、2019-2023年国内二手工程机械市场销售分析
- 三、我国的工程机械二手设备出口规模预测
- 四、后疫情时代二手工程机械行业市场迎来新发展

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

第七章 2024-2029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

二、工程机械行业出口市场分析

三、工程机械行业进口市场分析

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

第八章 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

第六节 挖掘机各部件用钢类型及其用量

一、斗杆油缸用钢类型及其用量

二、销轴用钢类型及其用量

三、动臂用钢类型及其用量

四、铲斗油缸用钢类型及其用量

五、连杆用钢类型及其用量

六、斗齿用钢类型及其用量

七、铲斗用钢类型及其用量

八、动臂油缸用钢类型及其用量

九、驾驶室用钢类型及其用量

十、履带板用钢类型及其用量

十一、导向轮用钢类型及其用量

十二、支重轮用钢类型及其用量

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、2019-2023年中国起重机产销状况
- 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、2019-2023年中国履带起重机市场销售情况
- 三、履带起重机市场销量预测
- 四、后疫情时代本土履带起重机企业竞争战略研究
- 五、“十四五”时期履带式起重机发展趋势

第四节 随车起重机行业市场分析

- 一、2019-2023年中国随车起重机销量状况
- 二、随车起重机销量率先回暖
- 三、中国随车起重机竞争格局
- 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

第六节 塔式起重机各部件用钢类型及其用量

- 一、起重臂用钢类型及其用量
- 二、上连接台用钢类型及其用量
- 三、立柱用钢类型及其用量
- 四、转台用钢类型及其用量
- 五、底盘用钢类型及其用量

第十章 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、中国压路机新技术进展
- 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

第四节 压路机各部件用钢类型及其用量

- 一、碾轮用钢类型及其用量
- 二、驾驶室用钢类型及其用量
- 三、发动机用钢类型及其用量

第十一章 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
- 五、中国铲土运输机械常用钢类型及用量

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、中国桩工机械常用钢类型及用量

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

五、中国路面机械常用钢类型及用量

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

五、中国混凝土机械常用钢类型及用量

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

五、中国凿岩机械常用钢类型及用量

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

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

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、2019-2023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

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、新形势下工程机械海外市场营销新策略

四、工程机械企业营销建议

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

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

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、工程起重机市场竞争格局分析

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、利用差异化服务保障竞争优势

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

九、企业“一带一路”战略布局、

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

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

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

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 2024-2029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 2024-2029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 2024-2029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

第三节 2024-2029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

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

二、基于“一带一路”的工程机械企业融资策略的探讨

第五节 中国工程机械行业投资建议

一、工程机械行业未来发展方向

二、工程机械行业主要投资建议

第十七章 2024-2029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

二、工程机械行业发展的建议对策

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

二、工程机械行业并购重组失败案例分析

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

二、工程机械行业营销失败案例分析

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、2024-2029年工程机械行业投资战略

四、2024-2029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

三、“一带一路”建设与中国区域发展战略的关系

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：挖掘机械分类

图表：铲土运输机械

图表：起重机械分类

图表：工业车辆分类

图表：压实机械分类

图表：工程机械行业在国民经济中的地位

图表：工程机械行业产业链结构

图表：工程机械行业强制性执行标准

图表：近年年涉及工程机械行业部分重要产业政策

图表：2019-2023年国内生产总值及其增长率

图表：主要企业专利数量排名

图表：专利技术分布领域

图表：徐工集团工程机械股份有限公司专利分布领域

图表：2021-2023年工程机械盈利能力指标

图表：2021-2023年工程机械偿债能力指标

图表：2021-2023年工程机械营运能力指标

图表：2021-2023年工程机械发展能力

图表：2021-2023年工程机械行业营收规模(单位：亿元)

图表：企业经营性租赁业务流程

图表：企业售后回租业务流程

图表：2023年工程机械出口到各大洲统计

图表：2023年我国工程机械出口国别(地区)前二十

图表：2023年工程机械行业出口产品结构

图表：中国挖掘机市场结构分析

图表：斗杆油缸用钢类型及其用量

图表：斗杆油缸用钢类型及其用量

图表：斗杆油缸用钢类型及其用量

图表：斗杆油缸用钢类型及其用量

图表：斗杆油缸用钢类型及其用量

图表：斗齿用钢类型及其用量

图表：铲斗用钢类型及其用量

图表：动臂油缸用钢类型及其用量

图表：驾驶室用钢类型及其用量

图表：履带板用钢类型及其用量

图表：导向轮用钢类型及其用量

图表：支重轮用钢类型及其用量

图表：2019-2023年中国起重机产量(台)

图表：2019-2023年中国履带起重机市场销量(台)

图表：2019-2023年中国随车起重机销量状况(台)

图表：起重臂用钢类型及其用量

图表：上连接台用钢类型及其用量

图表：立柱用钢类型及其用量

图表：转台用钢类型及其用量

图表：底盘用钢类型及其用量

图表：碾轮用钢类型及其用量

图表：驾驶室用钢类型及其用量

图表：发动机用钢类型及其用量

图表：其他细分行业用钢类型及其用量

图表：中国桩工机械常用钢类型及用量

图表：中国路面机械常用钢类型及用量

图表：中国混凝土机械常用钢类型及用量

图表：凿岩机械常用钢类型及用量

图表：各种营销模式的适用范围

图表：工程机械企业营销建议

图表：2019-2023年三一重工产销情况

图表：2019-2023年徐工机械产销情况

图表：2019-2023年中联重科产销情况

图表：2019-2023年柳工机械产销情况

图表：山东临工工程机械有限公司海外销售网点分布

- 图表：山东临工项目投资情况
- 图表：2019-2023年山河智能产销情况
- 图表：2019-2023年山推股份产销情况
- 图表：神钢建机(中国)有限公司经营理念
- 图表：现代机械企业销售网点
- 图表：2019-2023年厦门厦工产销情况
- 图表：国机重工集团常林有限公司经济指标分析
- 图表：国机重工以企业销售网点
- 图表：国机重工国机合作情况
- 图表：方圆集团有限公司国内销售网络
- 图表：福建晋工机械有限公司组织架构
- 图表：士力德部分营销网络
- 图表：河钢资源销售网点分析
- 图表：小松(山东)企业简介
- 图表：小松(山东)销售网点分布
- 图表：小松(山东)竞争力情况
- 图表：马尼托瓦克起重设备(中国)有限公司简介
- 图表：2019-2023年千里马业绩情况
- 图表：2019-2023年千里马业务板块收入情况
- 图表：2019-2023年安徽合力产销情况
- 图表：利勃海尔机械(大连)有限公司主要产品
- 图表：科泰重工销售网点
- 图表：2024-2029年中国工程机械市场规模预测(亿元)
- 图表：工程机械行业产业链模型

图表：工程机械主要销售模式对比

图表：六大经济走廊示意图

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Emai : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20240313/563492.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)