

2026-2031年中国地下空间建设行业市场全景调研与发展前景预测报告

报告简介

地下空间建设是指对地表以下空间资源进行科学规划、工程开发、综合利用及智慧化运维的综合性产业，涵盖地下交通、市政管廊、商业设施、人防工程、综合防灾及深层特种空间等全链条环节。作为破解城市土地资源约束、提升城市安全韧性、实现“平急两用”战略目标的关键路径，地下空间建设已从传统意义上的“基础设施建设”演进为支撑城市可持续发展的三维立体空间战略体系。在“十五五”时期国土空间开发保护格局优化、城市更新行动深化、极端气候频发倒逼城市防灾能力升级的宏观背景下，地下空间建设不仅是物理空间的延伸，更是城市功能重构、资源集约利用与生态系统修复的重要载体，其发展质量直接关系到新型城镇化进程的安全性和可持续性。

当前，中国地下空间建设行业正处于技术体系成型与规模化应用突破的关键窗口期。政策层面，自然资源部《关于探索推进城市地下空间开发利用的指导意见》明确将地下空间纳入国土空间规划体系，要求实行竖向分层、立体综合开发，并探索在不改变地表用地类型的前提下设立地下国有建设用地使用权，为深层空间开发破除制度壁垒。技术层面，行业已形成“调查—评估—建模—应用”的全流程技术框架，以上海为代表的城市通过十六年探索建成覆盖近10万个地下建构筑物的三维数字化调查体系，实现从宏观概览到微观精准、从项目式普查到全生命周期动态维护的跨越；BIM、GIS与物联网技术融合应用，支撑地下工程从规划、设计、建造到运维的全周期智慧化管理，雄安新区的综合管廊智慧运维平台已实现24小时实时监测与状态分析。应用层面，地下空间开发从单一功能向复合利用转型，济南新旧动能转换起步区将地下一层规划为商业人行层、二层为车行交通层、三层为停车库，构建集交通、商业、停车于一体的立体城市基盘；深层排水隧道、地下物流系统、平急两用人防工程等新兴场景加速落地，标志着地下空间利用从浅层开发迈向50米以下的深层空间。然而，行业仍面临地质条件复杂多变导致建设成本高昂、三维确权登记与分层出让政策细则尚不完善、跨部门协同机制薄弱、高端施工装备国产化率不足等结构性挑战。

未来，地下空间建设行业将沿深层化、智慧化、标准化三条主线加速演进。技术维度，深层空间开发将成为战略焦点，借鉴吉隆坡、东京等国际经验，建设深度向地下50米以下延伸，通过大深度竖井与隧道系统实现市政基础设施的系统性重构，预留城市长远发展弹性；钻爆法、盾构法、顶管法等传统工法将与智能建造技术深度融合，数字孪生技术实现地下工程施工过程的全仿真推演与风险预演，AI驱动的地质风险识别与支护结构优化将显著提升工程安全性与经济性。政策维度，三维确权登记与分层出让制度将从试点探索走向全国推广，自然资源部将建立地下空间使用权定价模型与差别化地价支持政策，推动地下建设用地使用权市场化配置；跨区域、跨层级的地下空间规划协同机制将逐步建立，城市群、都市圈统一编制地下空间专项规划成为趋势。应用维度，“平急两用”理念将贯穿地下空间规划设计始终，深层隧道排水系统兼顾日常排污与极端暴雨应急调蓄，人防工程平时作为地下商业与停车设施、急时转为应急避难与物资储备中心，功能复合化将大幅提升空间利用效率与城市韧性。

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、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及地下空间建设行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国地下空间建设行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外地下空间建设行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了地下空间建设行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于地下空间建设产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国地下空间建设行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 地下空间建设行业发展概述

第一节 地下空间建设行业概述

一、定义

二、分类

三、产业链与价值挖掘

第二节 最近3-5年中国地下空间建设行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 中国地下空间建设行业宏观环境分析（pest）

第一节 中国地下空间建设行业政策(policy)环境分析

一、地下空间建设行业监管体系及机构介绍

1、地下空间建设行业主管部门

2、地下空间建设行业自律组织

二、地下空间建设行业标准体系建设现状

1、地下空间建设标准体系建设

2、地下空间建设现行标准汇总

3、地下空间建设即将实施标准

4、地下空间建设重点标准解读

三、地下空间建设行业发展相关政策规划汇总及解读

1、地下空间建设行业发展相关政策汇总

2、地下空间建设行业发展相关规划汇总

四、地下空间建设行业相关“十五五”规划解读

1、规划内容(地下空间建设主要内容)

2、对地下空间建设影响分析

五、“碳中和、碳达峰”愿景对地下空间建设行业的影响分析

六、政策环境对地下空间建设行业发展的影响分析

第二节 中国地下空间建设行业经济(economy)环境分析

一、中国宏观经济发展现状

二、中国宏观经济发展展望

三、中国地下空间建设行业发展与宏观经济相关性分析

第三节 中国地下空间建设行业社会(society)环境分析

第四节 中国地下空间建设行业技术(technology)环境分析

第三章 中国地下空间建设行业发展现状

第一节 中国地下空间建设行业发展分析

一、中国地下空间建设行业发展历程

二、我国地下空间建设行业发展特点分析

三、中国地下空间建设行业发展面临问题

四、中国地下空间建设行业发展趋势分析

第二节 中国地下空间建设行业运行分析

一、地下空间建设行业运行规模分析

二、地下空间建设行业运营状况分析

第三节 中国地下空间建设行业竞争分析

一、区域竞争情况分析

二、行业竞争梯队分析

第四章 中国地下空间建设行业市场发展分析及预测

第一节 2023-2025年中国地下空间建设行业供需分析

一、市场供给分析

二、市场需求分析

第二节 2023-2025年中国地下空间建设价格走势及影响因素分析

一、2026-2031年地下空间建设未来价格走势预测

二、地下空间建设市场价格区域性影响因素分析

第三节 对中国地下空间建设市场的分析及思考

一、地下空间建设市场分析

二、地下空间建设市场变化的方向

三、中国地下空间建设产业发展的新思路

四、对中国地下空间建设产业发展的思考

第四节 2026-2031年地下空间建设行业市场发展预测

一、2026-2031年地下空间建设行业市场竞争研判

二、2026-2031年地下空间建设行业市场发展趋势

第五章 2025年中国地下空间建设行业营销渠道分析

第一节 地下空间建设销售渠道分类及对比

一、地下空间建设行业销售渠道分类

二、地下空间建设行业渠道优劣对比

三、2025年地下空间建设营销渠道选择研究

第二节 各类渠道对地下空间建设行业的影响

第三节 主要地下空间建设企业渠道策略研究

第六章 地下空间建设行业主要品牌分析

第一节 地下空间建设行业品牌构成

第二节 主要品牌区域市场占有率分析

第三节 品牌满意度分析

第七章 地下空间建设行业上、下游产业链分析

第一节 地下空间建设行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 地下空间建设上游行业分析

一、地下空间建设成本构成

二、2023-2025年上游行业发展现状

三、2026-2031年上游行业发展趋势

四、上游行业对地下空间建设行业的影响

第三节 地下空间建设下游行业分析

一、地下空间建设下游行业分布

二、2023-2025年下游行业发展现状

三、2026-2031年下游行业发展趋势

四、下游需求对地下空间建设行业的影响

第八章 地下空间建设行业区域市场调研

第一节 华北地区地下空间建设市场调研

- 一、华北地区地下空间建设市场规模分析
- 二、华北地区地下空间建设市场竞争现状分析
- 三、华北地区地下空间建设市场需求特征分析
- 四、华北地区地下空间建设市场趋势预测分析

第二节 东北地区地下空间建设市场调研

- 一、东北地区地下空间建设市场规模分析
- 二、东北地区地下空间建设市场竞争现状分析
- 三、东北地区地下空间建设市场需求特征分析
- 四、东北地区地下空间建设市场趋势预测分析

第三节 华东地区地下空间建设市场调研

- 一、华东地区地下空间建设市场规模分析
- 二、华东地区地下空间建设市场竞争现状分析
- 三、华东地区地下空间建设市场需求特征分析
- 四、华东地区地下空间建设市场趋势预测分析

第四节 华中地区地下空间建设市场调研

- 一、华中地区地下空间建设市场规模分析
- 二、华中地区地下空间建设市场竞争现状分析
- 三、华中地区地下空间建设市场需求特征分析
- 四、华中地区地下空间建设市场趋势预测分析

第五节 华南地区地下空间建设市场调研

一、华南地区地下空间建设市场规模分析

二、华中地区地下空间建设市场竞争现状分析

三、华南地区地下空间建设市场需求特征分析

四、华南地区地下空间建设市场趋势预测分析

第六节 西部地区地下空间建设市场调研

一、西部地区地下空间建设市场规模分析

二、西部地区地下空间建设市场竞争现状分析

三、西部地区地下空间建设市场需求特征分析

四、西部地区地下空间建设市场趋势预测分析

第九章 地下空间建设重点企业分析

第一节 中国中铁股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第二节 中国铁建股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第三节 上海隧道工程股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第四节 中国交建股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第五节 宏润建设集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第六节 中化岩土集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第七节 腾达建设集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第八节 隧道股份城建投资发展有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第九节 山东路桥集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第十节 浙江交科股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第十章 中国地下空间建设行业竞争状态及市场格局分析

第一节 中国地下空间建设行业投资、兼并与重组状况

一、中国地下空间建设行业投资现状分析

1、中国地下空间建设行业投资主体分析

2、中国地下空间建设行业投资切入方式

3、中国地下空间建设行业投资规模分析

4、中国地下空间建设行业成功投资案例

二、中国地下空间建设行业兼并与重组状况

第二节 中国地下空间建设行业波特五力模型分析

一、地下空间建设行业现有竞争者之间的竞争状况

二、地下空间建设行业关键要素的供应商议价能力分析

三、地下空间建设行业消费者议价能力分析

四、地下空间建设行业潜在进入者分析

五、地下空间建设行业替代品风险分析

六、地下空间建设行业竞争情况总结

第三节 中国地下空间建设行业市场格局及集中度分析

一、中国地下空间建设行业市场竞争格局

二、中国地下空间建设行业市场集中度分析

第四节 中国地下空间建设企业发展状况分析

一、地下空间建设企业主要类型

二、地下空间建设企业资本运作分析

三、地下空间建设企业国际竞争力分析

第五节 地下空间建设行业竞争趋势分析

一、地下空间建设行业未来竞争格局和特点

二、国内地下空间建设企业竞争能力提升途径

第十一章 中国地下空间建设市场痛点及产业转型升级发展布局

第一节 中国地下空间建设行业经营效益分析

一、中国地下空间建设行业营收状况

二、中国地下空间建设行业利润水平

二、中国地下空间建设行业成本管控

第二节 中国地下空间建设行业商业模式分析

第三节 中国地下空间建设行业市场痛点分析

第四节 中国地下空间建设产业结构优化与转型升级发展路径

第十二章 中国地下空间建设行业投资机遇分析

第一节 行业发展机遇

一、行业经营模式突破

二、行业市场营销创新

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、盈利模式分析

第三节 2026-2031年地下空间建设行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第四节 2026-2031年地下空间建设行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

二、产业发展方向分析

三、投资回报率比较高的投资方向

第十三章 中国地下空间建设行业投资风险及对策分析

第一节 行业投资风险分析

一、政策风险分析

二、技术风险分析

三、市场风险分析

四、经济波动风险

第二节 中道泰和专家行业投资机会与建议

一、行业投资机会分析

二、行业主要投资建议

第十四章 中国地下空间建设行业发展潜力评估及市场前景预判

第一节 中国地下空间建设产业链布局诊断

第二节 中国地下空间建设行业swot分析

第三节 中国地下空间建设行业发展潜力评估

第四节 中国地下空间建设行业发展前景预测

第五节 中国地下空间建设行业发展趋势预判

第十五章 中道泰和投资的建议及观点

第一节 地下空间建设行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第三节 市场的重点客户战略实施

- 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

- 图表：2023-2025年中国地下空间建设资产规模分析
- 图表：2024-2025年中国地下空间建设行业供给情况
- 图表：2024-2025年中国地下空间建设行业市场规模
- 图表：2025年中国地下空间建设行业负债规模分析
- 图表：2024-2025年中国地下空间建设行业市场产品价格走势
- 图表：2026-2031年中国地下空间建设行业市场产品价格趋势预测
- 图表：2024-2025年中国地下空间建设行业利润规模及增长速度
- 图表：2024-2025年中国地下空间建设行业销售收入
- 图表：2024-2025年中国地下空间建设行业销售利润率
- 图表：2023-2025年中国地下空间建设行业总资产利润率
- 图表：2024-2025年中国地下空间建设行业净资产利润率

图表：2023-2025年中国地下空间建设行业总资产增长率

图表：2024-2025年中国地下空间建设行业净资产增长率

图表：2024-2025年中国地下空间建设行业资产负债率

图表：2024-2025年中国地下空间建设行业速动比率

图表：2024-2025年中国地下空间建设行业流动比率

图表：2023-2025年中国地下空间建设行业总资产周转率

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：4064823

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20251209/4064823.shtml>

在线订购：[点击这里](#)