

2026-2031年工业机器人产业现状及未来发展趋势分析报告

报告简介

工业机器人产业是以多关节机械臂、移动机器人及协作机器人为核心产品，集精密减速器、伺服电机、控制器及智能感知系统于一体，为制造业提供自动化生产、柔性制造及智能协作服务的先进装备制造业。作为智能制造的核心支撑和制造业转型升级的关键使能技术，其产业链条横跨核心零部件、本体制造、系统集成及行业应用服务等多个环节，技术体系涵盖运动控制、轨迹规划、力觉感知、视觉识别及人机协作等多元领域，具有显著的技术密集度高、研发投入大、应用场景专及产业带动性强等特征。当前，工业机器人产业正从传统的汽车、电子行业向全制造业领域渗透、从单一自动化设备向智能协作伙伴深刻转型，成为制造强国建设、新型工业化及新质生产力培育的战略性支柱产业。

当前，中国工业机器人产业正处于由跟跑并跑向并跑领跑跨越的关键攻坚期。一方面，我国已成为全球最大的工业机器人应用市场和重要的生产国，工业机器人装机量稳居世界第一，部分本土企业在SCARA机器人、协作机器人、AGV移动机器人及特定行业解决方案上形成较强竞争力，产业集群在长三角、珠三角及环渤海地区集聚发展，产业规模与供应链完整性显著增强；但另一方面，产业深层瓶颈依然突出，精密减速器、高性能伺服电机及高端控制器等核心零部件自主化率仍需提升，高速重载、高精度及高可靠性本体设计与国际顶尖品牌存在差距，高端应用领域外资品牌仍占主导地位，同质化竞争与价格战压缩企业盈利空间，专业人才结构性短缺与跨学科复合型人才匮乏制约创新突破。与此同时，人工智能大模型突破、人形机器人技术成熟及制造业数字化转型加速，正在重塑产业技术路线与竞争格局，战略机遇窗口期已然开启。

展望未来，工业机器人产业将在制造强国战略与人工智能+行动双重驱动下，呈现三大演进趋势：一是智能化与自主化成为核心竞争力，具身智能、多模态感知及认知决策技术突破，机器人从“执行预设程序”向“理解环境、自主决策、协同作业”进化，人形机器人在工业制造、商业服务及特种场景的应用示范推广，产业从“自动化工具”向“智能体”的根本转变；二是协作化与柔性化应用全面渗透，人机协作安全标

准与柔性生产模式成熟，机器人从隔离的工业场景向与人共享的工作空间延伸，中小制造企业及多品种小批量生产的机器人应用门槛降低，产业从“大型车企专属”向“千行百业普惠”转变；三是生态构建与产业融合深度拓展，开源机器人操作系统与开发者社区繁荣，机器人即服务(RaaS)与订阅制商业模式兴起，工业机器人与人工智能、物联网、云计算及先进制造的协同创新，从单一产品销售向全生命周期服务与行业解决方案转型。

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工业机器人行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国工业机器人行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外工业机器人行业的发展现状、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。报告还综合了工业机器人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。报告对于工业机器人产品生产企业、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，对于研究我国工业机器人行业发展规律、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 工业机器人产业市场概述

第一节 行业定义

第二节 行业属性

第三节 行业关键成功要素

第四节 产业链分析

第二章 中国工业机器人产业链发展状况分析

第一节 上游行业发展状况

第二节 下游行业发展状况

第三节 相关行业发展状况

第三章 中国工业机器人产业发展分析

第一节 中国工业机器人产业发展现状

第二节 中国工业机器人产业经济运行现状

第三节 中国工业机器人产业存在的问题及发展障碍分析

第四章 中国工业机器人市场现状及发展趋势

第一节 中国工业机器人市场供给状况

第二节 中国工业机器人市场需求状况

第三节 中国工业机器人市场发展潜力及发展趋势

第五章 中国工业机器人产业基本竞争战略

第一节 成本领先战略

一、竞争战略的类型

二、竞争战略的适用条件及组织要求

三、竞争战略的收益及风险

第二节 差异化竞争战略

第三节 集中化竞争战略

第六章 中国工业机器人产业市场竞争策略分析

第一节 工业机器人产业市场五种竞争动力模式结构

一、行业内现有企业的竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品的威胁

四、供应商的讨价还价能力

五、购买者的讨价还价能力

第二节 工业机器人产业市场核心竞争力的塑造要素

一、反应速度

二、一贯性

三、弹性

四、敏锐性

五、创造性

第七章 中国工业机器人产业市场营销策略竞争分析

第一节 市场产品策略

第二节 市场渠道策略

第三节 市场价格策略

第四节 广告媒体策略

第五节 客户服务策略

第八章 2025年中国工业机器人产业竞争格局分析

第一节 2025年中国工业机器人产业竞争现状分析

一、技术竞争分析

二、成本竞争分析

三、价格竞争分析

第二节 2025年中国工业机器人产业集中度分析

一、工业机器人企业分布分析

二、工业机器人市场集中度分析

第九章 领先企业在中国工业机器人产业市场竞争策略研究

第一节 南京埃斯顿自动化股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司未来发展策略分析

第二节 深圳市汇川技术股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司未来发展策略分析

第三节 沈阳新松机器人自动化股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司未来发展策略分析

第四节 安徽埃夫特智能装备股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司未来发展策略分析

第五节 广东拓斯达科技股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第六节 上海新时达电气股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第七节 广州数控设备有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第八节 上海发那科机器人有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第九节 库卡机器人(上海)有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第十节 安川电机(中国)有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第十章 中国工业机器人产业市场发展预测

第一节 中国工业机器人产业发展环境预测

一、经济环境预测

二、社会环境预测

三、政策环境预测

四、技术环境预测

第二节 中国工业机器人产业发展预测

一、产业竞争要素预测

二、产业结构预测

三、产业转移趋势

四、产业一体化预测

五、产业运营模式预测

第三节 中国工业机器人市场发展预测

一、2026-2031年中国工业机器人市场需求预测

二、2026-2031年中国工业机器人市场结构预测

三、2026-2031年中国工业机器人市场集中度预测

四、2026-2031年中国工业机器人市场供给预测

五、2026-2031年中国工业机器人市场价格预测

第十一章 中国工业机器人产业市场投资机会与风险

第一节 中国工业机器人产业市场投资优势分析

第二节 中国工业机器人产业市场投资劣势分析

第三节 中国工业机器人产业市场投资机会分析

第四节 中国工业机器人产业市场投资风险分析

第十二章 中国工业机器人产业市场竞争策略建议

第一节 中国工业机器人产业竞争战略建议

一、竞争战略选择建议

二、产业升级策略建议

三、产业转移策略建议

四、价值链定位建议

第二节 中国工业机器人产业竞争策略建议

一、核心竞争力塑造建议

二、并购重组策略建议

三、经营模式策略建议

四、产业资源整合建议

五、产业联盟策略建议

第十三章 2026-2031年中国工业机器人行业企业经营战略建议

第一节 2026-2031年工业机器人行业企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第二节 2026-2031年工业机器人行业企业的资本运作模式

一、工业机器人行业企业国内资本市场的运作建议

1、工业机器人行业企业的兼并及收购建议

2、工业机器人行业企业的融资方式选择建议

二、工业机器人行业企业海外资本市场的运作建议

第三节 2026-2031年工业机器人行业企业营销模式建议

一、工业机器人行业企业的国内营销模式建议

1、工业机器人行业企业的渠道建设

2、工业机器人行业企业的品牌建设

二、工业机器人行业企业海外营销模式建议

1、工业机器人行业企业的海外细分市场选择

2、工业机器人行业企业的海外经销商选择

第十四章 中道泰和投资的建议及观点

第一节 工业机器人行业发展战略研究

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年中国工业机器人资产规模分析

图表：2024-2025年中国工业机器人行业供给情况

图表：2024-2025年中国工业机器人行业市场规模

图表：2025年中国工业机器人行业负债规模分析

图表：2024-2025年中国工业机器人行业市场产品价格走势

图表：2026-2031年中国工业机器人行业市场产品价格趋势预测

图表：2024-2025年中国工业机器人行业利润规模及增长速度

图表：2024-2025年中国工业机器人行业销售收入

图表：2024-2025年中国工业机器人行业销售利润率

图表：2023-2025年中国工业机器人行业总资产利润率

图表：2024-2025年中国工业机器人行业净资产利润率

图表：2023-2025年中国工业机器人行业总资产增长率

图表：2024-2025年中国工业机器人行业净资产增长率

图表：2024-2025年中国工业机器人行业资产负债率

图表：2024-2025年中国工业机器人行业速动比率

图表：2024-2025年中国工业机器人行业流动比率

图表：2023-2025年中国工业机器人行业总资产周转率

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：4066919

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20260328/4066919.shtml>

在线订购：[点击这里](#)