

中国小型拖拉机市场分析与发展规划分析报告（2015-2020）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国小型拖拉机市场分析与发展规划分析报告（2015-2020）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/201368201368.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

经过长期的市场低迷，小轮拖销量出现首次回升。边远地区和丘陵山区的需求、局部地区补贴、产品升级、功能开发以及巨大的市场保有量更新等相互作用，小轮拖在未来几年内市场需求仍将维持一定的规模。

产业关联度是指产业与产业之间通过产品供需而形成的互相关联、互为存在前提条件的内在联系。

主要表现在两个方面：

在产品的供需方面，任何一个行业的生产以及任何一种产品，都会为其它或其它行业的生产作为其生产的投入要素（除最终消费品的生产外），同时，它也会以其它产品或其它行业的生产作为其生产的投入要素；

在产业的技术供给方面，一个产业的生产，需要其它产业为其提供技术水平层次相当的生产手段，同时，它的发展也推动了其它相互关联产业的技术进步，从而使整个产业的技术水平不断向更高层次推进。反映产业关联度可以利用投入产出表资料计算产业影响力系数和产业感应度系数。

产业影响力系数反映产业的后向联系程度，是指某产业的生产发生变化时使其它产业的生产发生相应变化的系数。如果某产业的影响力系数大于1，说明该产业的影响力较强，对其它产业的发展起较大推动作用。

产业感应度系数反映产业的前向联系程度，是指其它产业的生产发生变化使某产业的生产也发生相应变化的系数。如果某产业的感应度系数大于1，说明该产业感应程度高，容易受各产业部门影响的程度较大。在经济快速增长时，感应度系数较高的产业其发展速度一般都比较快。

从我国小型拖拉机行业市场发展状况来看，该行业产业之间关联度较高。

影响需求的关键因素

小型拖拉机，包括小四轮和手扶拖拉机，总体趋于稳定，呈现小幅增减波浪式发展。主要是用于旧机更新换代、不发达地区的新增市场和出口。根据专家对农村经济预期和小型拖拉机减少排放、提高性能、农具配套技术发展、新增市场空间的理性分析以及近几年的走势判断，“十二五”期间小型拖拉机生产仍是起伏式变化，年产量总体基本保持稳定在200万~230万台左右。

我国农业机械产品需求主要受以下几个因素推动：（1）得益于国家政策。今年国家继续加大对农机购置财政补贴，补贴资金达到了200亿元的历史新高。近70%的购买者源自补贴政策的驱动，农机补贴是影响农机行业发展的不可忽视的重要力量，逐步加大的补贴力度是拉动农机需求的重要因素。（2）农村劳动力结构性短缺、农民消费能力日渐提高；（3）中国农业机械化率低，未来成长潜力巨大；（4）农村土地集约化经营趋势已现。

国内和国际市场

从国内市场看：我国小型拖拉机区域市场需求依然呈现刚性增长。众所周知，我国国土面积是以丘陵、山地为主，现有耕地存在的问题，田块零散狭小、耕地细碎化、使用权分散、交通不便导致机械无法下地等，这种现状决定了我国小型农业机械在相当长时间内依然占据主导地位。

在平原地区基本实现耕作机械化的情况下，众多的丘陵山地依然处于“人畜耕种”的状态，这些区域成为拉动市场需求的主要力量。尤其是近年随着我国农机购置补贴力度的不断加大，机械化水平低的山地丘陵区域成为推动小型拖拉机市场的主要力量。

我国小型拖拉机中的小四轮拖拉机因为没有农机购置补贴，加之其使用功能与作业环境与大中拖具有相似之处，随着大中拖市场需求能量的释放，小拖增长空间将被压缩。但手扶拖拉机早已纳入国家购置补贴，具有大中拖无法取得的使用功能和使用环境，其发展潜力巨大。

从国外市场看：随着国际市场回暖，2010年以来拖拉机产品出口回升，呈现出小“V”型的恢复式发展趋势，产品主要出口到东欧、独联体区域和非洲等国家和地区。

五、主要竞争因素

随着市场需求的逐步扩大，以及国家一系列扶持政策的出台，国内企业不断提高竞争意识，开始逐渐在市场崭露头角。通过对技术的不断改进以及生产能力的逐渐提高，来增强竞争力。

中国报告网《中国小型拖拉机市场分析与发展规划分析报告（2015-2020）》主要研究行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术的发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

调研方式和数据来源：观研天下有自己独立研发部门。部门成员分别擅长在中国宏观经济、食品、医药、机械、IT通讯、能源化工等领域进行深入调查研究。定期不定期采访各行业资深人士，并进行约稿。各行业公开信息：业内企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；数据部分来自国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 中国小型拖拉机行业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2015年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国小型拖拉机行业政策环境分析

一、政府出台相关政策分析

二、产业发展标准分析

三、进出口政策分析

第二章 中国拖拉机市场发展状况分析

第一节 中国拖拉机市场发展概况

一、中国拖拉机发展的三个阶段

二、我国拖拉机行业总体发展分析

三、四大特征支撑中国拖拉机市场健康发展

第二节 中国拖拉机技术的发展

一、中国拖拉机技术发展概况

二、国内拖拉机行业技术发展的建议

三、中国拖拉机专利申请与授权发展概况

第三节 中国拖拉机行业存在的问题分析

一、拖拉机行业面临的主要问题

二、国内拖拉机管理中面临的突出问题

三、质量堪忧拖拉机行业投诉剧增

四、我国拖拉机市场遭遇的挑战

第四节 中国拖拉机行业发展的对策措施分析

一、浅析我国拖拉机行业发展的营销策略

二、促进我国拖拉机制造企业发展的建议

三、拖拉机生产企业进入国际市场的策略

五、中国拖拉机企业发展应把握四大机遇

第三章 中国小型拖拉机市场运行形势分析

第一节 中国小型拖拉机市场概况

一、中国小型轮式拖拉机市场发展简述

二、中国小型拖拉机市场平稳发展

三、中国小四轮拖拉机发展的特点

第二节 中国小型拖拉机产量统计分析

第三节 国内外小型拖拉机技术动态分析

一、国外小型拖拉机技术水平研究

二、国内小型拖拉机技术现状

三、中国小型拖拉机技术存在问题

第四章 中国小型拖拉机市场存在的问题分析

第一节 国内小型拖拉机市场存在的主要问题分析

第二节 中国小型拖拉机市场发展面临的挑战

一、中国小四轮拖拉机市场发展面临的挑战

二、国内小型拖拉机产品质量问题

三、制约小型轮式拖拉机发展的五大因素

第三节 中国小型拖拉机市场发展对策探讨

一、小型拖拉机和谐发展的措施

二、提高小型拖拉机质量安全水平和市场竞争力的建议

三、中国小四轮市场发展的对策

第五章 中国小型拖拉机市场竞争格局分析

第一节 中国小型拖拉机行业集中度分析

一、国内小四轮拖拉机市场竞争分析

二、小型拖拉机生产企业分布分析

三、小型拖拉机市场集中度分析

第二节 中国小型拖拉机行业竞争态势分析

一、小型拖拉机产品技术竞争分析

二、小型拖拉机市场价格竞争分析

三、小型拖拉机市场竞争力分析

第三节 中国小型拖拉机行业竞争策略分析

第六章 中国小型拖拉机行业优势企业竞争力分析

第一节 中国一拖集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 广西钦州力顺机械有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 福州大华机械有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 佳木斯骥驰拖拉机制造有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 洛阳亿农拖拉机制造有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七章 中国小型拖拉机市场营销策略分析

第一节 中国小型拖拉机市场环境分析

第二节 中国小型拖拉机市场营销策略

一、品牌策略

二、形象策略

三、产品策略

四、定价策略

五、促销策略

第三节 小型拖拉机企业经营战略建议

一、产业结构升级

二、产业地区转移

三、精益生产管理

第八章 2015-2020年中国小型拖拉机行业发展前景与投资预测分析

第一节 2015-2020年中国小型拖拉机产品发展趋势预测分析

一、小型拖拉机技术走势分析

二、小型拖拉机行业发展方向分析

第二节 2015-2020年中国小型拖拉机行业市场前景预测分析

一、小型拖拉机产量预测分析

二、小型拖拉机需求预测分析

第三节 2015-2020年中国小型拖拉机行业投资机会分析

第四节 2015-2020年中国小型拖拉机行业投资风险分析

第五节 中国小型拖拉机行业发展建议及投资策略分析

第九章2015-2020年中国小型拖拉机行业发展策略及投资建议

第一节小型拖拉机行业市场重点客户战略实施

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

第二节 观研天下投资建议

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/201368201368.html>