

2020年中国装备制造行业分析报告- 市场规模现状与发展前景预测

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《2020年中国装备制造行业分析报告-市场规模现状与发展前景预测》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/jixie/482185482185.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

近年来随着社会经济的发展，我国装备制造行业迅速增长。但在2020年春节期间，肺炎疫情迅速蔓延，对我国各行各业均产生了明显的影响。装备制造企业也不例外，也受到了一定的影响。

疫情对装备制造企业的不利影响

第一，生产无法正常复工，影响生成进度。对于绝大部分装备制造企业来说，生产活动都是集中在企业的生产基地完成的。这一场传染性很强的疫情，让大量人员集中进行生产活动变得风险很大、不宜实施。正常的生产进度，很容易受到影响。

第二，产品无法按原计划交付，影响客户收到和使用产品。产品无法按原计划生产，向客户的交货自然也将受到影响。虽然客户能够理解，但毕竟会影响客户的生产、经营活动。

第三，售后服务与支持无法按时、及时开展，影响客户的经营活动。装备行业的产品，大多需要可靠的售后服务。疫情影响售后服务人员的复工与现场维护活动的开展，一旦客户在使用中的设备出现故障，售后服务人员无法如常地排除故障，就会影响客户企业生产活动的正常开展。比如，生产抗“疫”物资（口罩、防护服等）的生产设备如果此时出现故障，维修人员因为疫情的影响又无法及时排除故障的话，不但会影响该企业的生产，还会进一步影响“疫”物资的及时供应。

第四，营销与销售活动无法开展，影响企业的订单和后续的经营活动。受疫情的影响，装备制造企业的营销与销售活动无法正常地复工、开展营销工作，产品销售、新的订单就会受到影响。等疫情结束、生产员工完全复工以后，订单的缺乏，会进一步影响企业的生产。特别是，许多装备制造企业的客户是来自全球各地，其他国家的同行竞争企业可能利用中国企业受疫情的影响，抢走中国企业的订单。资料来源：互联网

而对于2020年春节疫情带来的不利影响，有相关人士从短期、长期两个角度来进行相对应的对策。

短期和长期的应对策略

短期对策

全面采用基于互联网技术的远程办公、工作协同、业务管控的平台，对企业办公和工作协同进行全方位升级。

我国的许多装备制造企业在这方面有很大的提升空间，特别是与全球性的公司相比。我国装备制造行业的许多企业，都还是单一中心的企业，双中心的不多，多中心的更少。这种单一中心为主的结构，使得企业采用远程办公、多地协同的工具和机制的动力不足。在目前这样的大疫情下，员工无法集中起来，许多工作就难以开展。

虽然这样的疫情多年才遇一次，而且我们坚信不会太久就会被有效地控制。但是，在装备制造企业日益走向全球以后，在全世界范围内，各种自然灾害、疫情、重大事故、动乱、局部战争等，综合起来，就不是偶发事件了。

因此，我国的装备制造企业在这一次大疫情的影响下，应该全方位地升级企业的办公、协同和业务管控系统，使得员工的工作尽可能地不受制于空间和时间，尽可能做到随时随地都能工作；只要有互联网，就能多地、远程地进行沟通和协同。

长期对策

大力发展和运用工业互联网技术，打造资源优化平台和资源配置平台，加快装备制造企业的数字化、智能化转型。

第一，在装备制造企业内部，运用工业互联网技术能打造资源优化平台。在该平台上，能在设备资产的管理和运营方面，利用大数据、人工智能等技术及行业经验对设备运行状态与性能状况进行智能分析，为生产与决策提供相应的智能化服务。这样，企业内部的生产、经营活动，能极大地摆脱对员工等资源的时间、空间的依赖。同时，这种系统的后台都在云端，因此，也不会对所部署的物理位置产生依赖，具有极大的可靠性、灵活性。

第二，在装备制造企业与商业伙伴企业之间的深度联结方面，运用工业互联网技术能打造资源配置平台。该平台主要体现在要素资源的组织与调度方面，优化企业的资源管理、业务流程、生产过程、供应链管理等环节，实现装备制造企业与外部用户需求、创新资源以及生产能力的对接，有效促进产能优化以及区域协同。资料来源：互联网（ww）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国装备制造行业分析报告-市场规模现状与发展前景预测》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深

分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国装备制造行业发展概述

第一节 装备制造行业发展情况概述

- 一、装备制造行业相关定义
- 二、装备制造行业基本情况介绍
- 三、装备制造行业发展特点分析

第二节 中国装备制造行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、装备制造行业产业链条分析
- 三、中国装备制造行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国装备制造行业生命周期分析

- 一、装备制造行业生命周期理论概述
- 二、装备制造行业所属的生命周期分析

第四节 装备制造行业经济指标分析

- 一、装备制造行业的赢利性分析
- 二、装备制造行业的经济周期分析
- 三、装备制造行业附加值的提升空间分析

第五节 中国装备制造行业进入壁垒分析

- 一、装备制造行业资金壁垒分析
- 二、装备制造行业技术壁垒分析
- 三、装备制造行业人才壁垒分析
- 四、装备制造行业品牌壁垒分析
- 五、装备制造行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球装备制造行业市场发展现状分析

第一节 全球装备制造行业发展历程回顾

第二节 全球装备制造行业市场区域分布情况

第三节 亚洲装备制造行业地区市场分析

- 一、亚洲装备制造行业市场现状分析

二、亚洲装备制造行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲装备制造行业市场前景分析

第四节 北美装备制造行业地区市场分析

一、北美装备制造行业市场现状分析

二、北美装备制造行业市场规模与市场需求分析

三、北美装备制造行业市场前景分析

第五节 欧盟装备制造行业地区市场分析

一、欧盟装备制造行业市场现状分析

二、欧盟装备制造行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟装备制造行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界装备制造行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球装备制造行业市场规模预测

第三章 中国装备制造产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品装备制造总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国装备制造行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国装备制造产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国装备制造行业运行情况

第一节 中国装备制造行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国装备制造行业市场规模分析

第三节 中国装备制造行业供应情况分析

第四节 中国装备制造行业需求情况分析

第五节 中国装备制造行业供需平衡分析

第六节 中国装备制造行业发展趋势分析

第五章 中国装备制造所属行业运行数据监测

第一节 中国装备制造所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国装备制造所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国装备制造所属行业财务指标分析

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

第六章 2017-2020年中国装备制造市场格局分析

第一节 中国装备制造行业竞争现状分析

一、中国装备制造行业竞争情况分析

二、中国装备制造行业主要品牌分析

第二节 中国装备制造行业集中度分析

一、中国装备制造行业市场集中度分析

二、中国装备制造行业企业集中度分析

第三节 中国装备制造行业存在的问题

第四节 中国装备制造行业解决问题的策略分析

第五节 中国装备制造行业竞争力分析

一、生产要素

- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国装备制造行业需求特点与动态分析

第一节 中国装备制造行业消费市场动态情况

第二节 中国装备制造行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 装备制造行业成本分析

第四节 装备制造行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国装备制造行业价格现状分析

第六节 中国装备制造行业平均价格走势预测

- 一、中国装备制造行业价格影响因素
- 二、中国装备制造行业平均价格走势预测
- 三、中国装备制造行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国装备制造行业区域市场现状分析

第一节 中国装备制造行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区装备制造市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区装备制造市场规模分析
- 四、华东地区装备制造市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区装备制造市场规模分析

四、华中地区装备制造市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区装备制造市场规模分析
- 四、华南地区装备制造市场规模预测

第九章 2017-2020年中国装备制造行业竞争情况

第一节 中国装备制造行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国装备制造行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国装备制造行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 装备制造行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国装备制造行业发展前景分析与预测

第一节 中国装备制造行业未来发展前景分析

一、装备制造行业国内投资环境分析

二、中国装备制造行业市场机会分析

三、中国装备制造行业投资增速预测

第二节 中国装备制造行业未来发展趋势预测

第三节 中国装备制造行业市场发展预测

一、中国装备制造行业市场规模预测

二、中国装备制造行业市场规模增速预测

三、中国装备制造行业产值规模预测

四、中国装备制造行业产值增速预测

五、中国装备制造行业供需情况预测

第四节 中国装备制造行业盈利走势预测

一、中国装备制造行业毛利润同比增速预测

二、中国装备制造行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国装备制造行业投资风险与营销分析

第一节 装备制造行业投资风险分析

一、装备制造行业政策风险分析

二、装备制造行业技术风险分析

三、装备制造行业竞争风险分析

四、装备制造行业其他风险分析

第二节 装备制造行业企业经营发展分析及建议

一、装备制造行业经营模式

二、装备制造行业销售模式

三、装备制造行业创新方向

第三节 装备制造行业应对策略

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

第十三章 2021-2026年中国装备制造行业发展战略及规划建议

第一节 中国装备制造行业品牌战略分析

一、装备制造企业品牌的重要性

二、装备制造企业实施品牌战略的意义

三、装备制造企业品牌的现状分析

四、装备制造企业的品牌战略

五、装备制造品牌战略管理的策略

第二节 中国装备制造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

第三节 中国装备制造行业战略综合规划分析

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

第十四章 2021-2026年中国装备制造行业发展策略及投资建议

第一节 中国装备制造行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国装备制造行业定价策略分析

第三节 中国装备制造行业营销渠道策略

一、装备制造行业渠道选择策略

二、装备制造行业营销策略

第四节 中国装备制造行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国装备制造行业重点投资区域分析

二、中国装备制造行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jixie/482185482185.html>