

2019年中国物流装备市场分析报告- 市场竞争格局与未来趋势研究

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《2019年中国物流装备市场分析报告-市场竞争格局与未来趋势研究》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/wuliu/414287414287.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

物流装备是指在整个物流领域内用于物流各个环节的设备和器材。物流装备企业按照产品类型划分，包括搬运设备、输送分拣设备、仓储设备、机器人等物流装备生产与系统集成企业。

受益于下游市场的持续发展给我国物流装备行业提供了持续增长的发展空间，有利于物流装备行业市场规模的扩张和发展。根据数据显示，2017年我国物流装备市场规模2036.2亿元，同比2016年的1865.9亿元增长了9.13%。预计到2024年我国物流装备行业市场规模将达到4424.3亿元。

2012-2017年中国物流装备行业市场规模情况

数据来源：交通局

2018-2024年中国物流装备市场规模预测

数据来源：交通局

目前来看，我国物流装备行业发展的主要领域集中于电商物流、智能制造、冷链物流以及大量升级改造项目等方面。

物流装备的四个发展阶段

物流装备的四个发展阶段

第一阶段是研发试验起步阶段（1978~1990年），主要是物流设备示范及在特殊行业的应用。标志性事件为：第一座自动化立体仓库在北京汽车厂诞生，以及第一台堆垛机（15米高）、第一台无轨堆垛机、第一台AGV相继诞生。

第二阶段是跟随、发展阶段（1990~2000年），以制造业、烟草行业技改推动物流装备技术发展为显著特征。标志性事件为：第一台LGV、第一台垂直货柜、第一座组合式货架立体库、第一座航空货运立体库诞生，烟草行业物流系统建设项目大量出现。

第三阶段是全面发展阶段（2000~2012年），物流装备技术在各行各业推广应用。主要体现在：第一座配送中心诞生；国产穿梭车、高速滑靴式分拣机交叉带分拣机等相继研发成功；物流技术装备在医药、鞋服、食品、汽车、烟酒、零售、制造业、纺织等各行业广泛应用。

第四阶段为发展、提高阶段（2012年至今），电商的爆发式增长使我国物流装备从跟随向领跑转变。主要体现在：智能制造为物流装备提供了用武之地；大规模电商物流分拨中心诞生，京东“亚洲一号”等项目落地；无人仓、密集存储、货到人拣选、高速分拣、“小黄人”AGV分拣等新型物流技术设备不断涌现。资料来源：互联网

未来中国物流技术装备市场的热点主要集中在六个方面

未来中国物流技术装备市场的热点主要集中在六个方面

- 一是物流装备业市场需求热点，还将主要集中在电商（新零售）和智能制造领域。
- 二是物流新技术开发热点，集中在人工智能、搬运机器人、无人机配送、无人仓储、大数据与云计算等领域。

三是技术装备应用的市场热点，将集中在全自动化立体库、新型的快速分拣技术、智能搬运车、智能穿梭车与货架系统、智能自提终端、自动装车等方面。

四是智能物流装备将迎来大发展机遇。随着“互联网+”、人工智能的发展，互联网成为控制各种终端智能设备的核心。物流系统的控制将通过物联网、大数据、云计算技术控制智能终端物流设备；这将转变智能物流终端设备的开发理念。

五是互连互通给标准化、模块化的物流技术应用带来了市场机遇；信息技术成为物流装备控制核心与枢纽，给识别、跟踪、交互、定位、大数据分析、智能控制技术带来发展空间。

六是随着物流装备市场规模扩大，物流技术装备的租赁、养护、维修、升级、共享、管理、操作等市场需求即将进入爆发期，物流技术装备的管理与操作的服务后市场也将获得巨大发展。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。《2019年中国物流装备市场分析报告-市场竞争格局与未来趋势研究》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 2016-2018年中国物流装备行业发展概述

第一节 物流装备行业发展情况概述

- 一、物流装备行业相关定义
- 二、物流装备行业基本情况介绍
- 三、物流装备行业发展特点分析

第二节 中国物流装备行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、物流装备行业产业链条分析
- 三、中国物流装备行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国物流装备行业生命周期分析

- 一、物流装备行业生命周期理论概述
- 二、物流装备行业所属的生命周期分析

第四节 物流装备行业经济指标分析

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

第五节 中国物流装备行业进入壁垒分析

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

第二章 2016-2018年全球物流装备行业市场发展现状分析

第一节 全球物流装备行业发展历程回顾

第二节 全球物流装备行业市场区域分布情况

第三节 亚洲物流装备行业地区市场分析

- 一、亚洲物流装备行业市场现状分析
- 二、亚洲物流装备行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲物流装备行业市场前景分析

第四节 北美物流装备行业地区市场分析

- 一、北美物流装备行业市场现状分析
- 二、北美物流装备行业市场规模与市场需求分析

三、北美物流装备行业市场前景分析

第五节 欧盟物流装备行业地区市场分析

一、欧盟物流装备行业市场现状分析

二、欧盟物流装备行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟物流装备行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界物流装备行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球物流装备行业市场规模预测

第三章 中国物流装备产业发展环境分析

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、全社会消费品物流装备总额

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 中国物流装备行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国物流装备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 中国物流装备行业运行情况

第一节 中国物流装备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 中国物流装备行业市场规模分析

第三节 中国物流装备行业供应情况分析

第四节 中国物流装备行业需求情况分析

第五节 中国物流装备行业供需平衡分析

第六节 中国物流装备行业发展趋势分析

第五章 中国物流装备所属行业运行数据监测

第一节 中国物流装备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 中国物流装备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 中国物流装备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 2016-2018年中国物流装备市场格局分析

第一节 中国物流装备行业竞争现状分析

一、中国物流装备行业竞争情况分析

二、中国物流装备行业主要品牌分析

第二节 中国物流装备行业集中度分析

一、中国物流装备行业市场集中度分析

二、中国物流装备行业企业集中度分析

第三节 中国物流装备行业存在的问题

第四节 中国物流装备行业解决问题的策略分析

第五节 中国物流装备行业竞争力分析

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 2016-2018年中国物流装备行业需求特点与动态分析

第一节 中国物流装备行业消费市场动态情况

第二节 中国物流装备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 物流装备行业成本分析

第四节 物流装备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 中国物流装备行业价格现状分析

第六节 中国物流装备行业平均价格走势预测

一、中国物流装备行业价格影响因素

二、中国物流装备行业平均价格走势预测

三、中国物流装备行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国物流装备行业区域市场现状分析

第一节 中国物流装备行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地物流装备市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区物流装备市场规模分析

四、华东地区物流装备市场规模预测

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、华中地区物流装备市场规模分析

四、华中地区物流装备市场规模预测

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、华南地区物流装备市场规模分析

第九章 2016-2018年中国物流装备行业竞争情况

第一节 中国物流装备行业竞争结构分析（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 中国物流装备行业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 中国物流装备行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 物流装备行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国物流装备行业发展前景分析与预测

第一节 中国物流装备行业未来发展前景分析

- 一、物流装备行业国内投资环境分析
- 二、中国物流装备行业市场机会分析
- 三、中国物流装备行业投资增速预测

第二节 中国物流装备行业未来发展趋势预测

第三节 中国物流装备行业市场发展预测

- 一、中国物流装备行业市场规模预测
- 二、中国物流装备行业市场规模增速预测
- 三、中国物流装备行业产值规模预测
- 四、中国物流装备行业产值增速预测
- 五、中国物流装备行业供需情况预测

第四节 中国物流装备行业盈利走势预测

- 一、中国物流装备行业毛利润同比增速预测
- 二、中国物流装备行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国物流装备行业投资风险与营销分析

第一节 物流装备行业投资风险分析

- 一、物流装备行业政策风险分析

二、物流装备行业技术风险分析

三、物流装备行业竞争风险分析

四、物流装备行业其他风险分析

第二节 物流装备行业企业经营发展分析及建议

一、物流装备行业经营模式

二、物流装备行业销售模式

三、物流装备行业创新方向

第三节 物流装备行业应对策略

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 2019-2025年中国物流装备行业发展策略及投资建议

第一节 中国物流装备行业品牌战略分析

一、物流装备企业品牌的重要性

二、物流装备企业实施品牌战略的意义

三、物流装备企业品牌的现状分析

四、物流装备企业的品牌战略

五、物流装备品牌战略管理的策略

第二节 中国物流装备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 中国物流装备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 2019-2025年中国物流装备行业发展策略及投资建议

第一节 中国物流装备行业产品策略分析

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 中国物流装备行业定价策略分析

第三节 中国物流装备行业营销渠道策略

一、物流装备行业渠道选择策略

二、物流装备行业营销策略

第四节 中国物流装备行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国物流装备行业重点投资区域分析

二、中国物流装备行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wuliu/414287414287.html>