

2020年中国工程机械市场调研报告- 市场深度调研与投资前景预测

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年中国工程机械市场调研报告-市场深度调研与投资前景预测》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/516229516229.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

工程机械，是指各种建筑工程所需的综合性机械化施工工程所必需的机械装备，是装备工业的重要组成部分。工程机械产业链上游主要为提供制造工程机械产品提供原材料的钢铁行业、发动机行业；中游包括挖掘机、起重机、等类型的工程机械制造企业；下游应用广阔，主要应用于房地产采矿业等领域。

工程机械行业产业链

资料来源：公开资料整理

上游方面：工程机械的主要原材料为钢材，主要零部件为发动机、轴承等。在钢材方面，2013-2019年，我国钢材产量总体呈波动增长态势，2019年达到12.05亿吨，同比增长8.95%；2020年1-8月产量为8.45亿吨，同比增长4.8%。在零部件方面，2015-2018年，我国轴承制造行业产量保持增长，2018年实现产量215亿套，同比增长2.38%。2019年我国轴承产量出现下滑，产量为196亿套，同比下降8.83%。

2013年-2020年1-8月我国钢材产量数据来源：中国钢铁工业协会

2015-2019年我国轴承产量数据来源：中国轴承工业协会

现阶段，我国工程机械行业上游相关企业主要有宝钢股份、中信特钢、艾迪精密等。我国工程机械行业上游相关企业情况

企业名称

主营业务

企业竞争优势

宝山钢铁股份有限公司

钢铁冶炼、加工，电力、煤炭、工业气体生产、码头、仓储、运输等与钢铁相关业务

1、技术优势：公司全部装备技术建立在当代钢铁冶炼、冷热加工、液压传感、电子控制、计算机和信息通讯等先进技术的基础上，具有大型化、连续化、自动化的特点。通过引进并对其不断进行技术改造，保持世界最先进的技术水平。

2、质量优势：公司采用国际先进的质量管理，主要产品均获得国际权威机构认可，得到中国、法国、美国、英国、德国、挪威、意大利等七国船级社认可。

3、市场优势：宝钢股份在成为中国市场主要钢材供应商的同时，产品出口日本、韩国、欧美四十多个国家和地区。

中信泰富特钢集团股份有限公司

钢铁冶炼、钢材轧制、金属改制、压延加工、钢铁材料检测；钢坯、钢锭、钢材、金属制品制造；港口码头经营和建设；机械及仪表电器制造和修理

市场优势：是全球最大的特钢制造集团和中国最大的高标准轴承钢、齿轮钢、汽车用钢、弹簧钢、合金管坯钢、高精度中厚壁无缝钢管、高合金钢、易切削非调质钢等优特钢材生产基地。

烟台艾迪精密机械股份有限公司

建筑工程用机械设备及属具、液压动力机械及液压件、切削工具及硬质合金相关产品、机器人及相关产品、液压凿岩机、汽车关键零部件的研发、生产、销售及技术服务

认证优势：2005年，公司顺利通过了ISO9001:2008国际质量管理体系认证；2006年，公司产品通过欧盟CE安全认证。资料来源：公开资料整理

中游方面：目前我国工程机械行业已进入稳定发展阶段，近两年，得益于新基建热潮，我国工程机械行业市场需求增加，营业收入有所增长。2020年1-6月我国工程机械行业实现营业收入2124.18亿元，同比增长20.66%。

2016-2020年上半年我国工程机械行业营业收入与同比增长

数据来源：工程机械工业协会

现阶段，我国工程机械行业相关企业主要有三一重工、中联重科、徐工机械等。

我国工程机械行业相关企业情况

企业名称

主营业务

企业竞争优势

三一重工股份有限公司

生产建筑工程机械、起重机械、停车库、通用设备及机电设备（其中特种设备制造须凭本企业行政许可）、金属制品、橡胶制品、电子产品、钢丝增强液压橡胶软管和软管组合件、客车（不含小轿车）和改装车

1、产品优势：泵车、拖泵、挖掘机、履带起重机、旋挖钻机等产品已成为中国第一品牌

2、技术优势：2012年荣获“国家技术发明奖二等奖”，成为建国以来工程机械行业获得的国家级最高荣誉，共拥有授权有效专利3310项。

3、品牌优势：自1994年成立以来，三一重工以年均50%以上速度增长，已经发展为中国最大、全球第五的工程机械制造商，也是全球最大的混凝土机械制造商。

中联重科股份有限公司

开发、生产、销售工程机械、农业机械、环卫机械、汽车起重机及其专用底盘、消防车辆及其专用底盘、高空作业机械、其它机械设备

1、产品优势：公司生产具有完全自主知识产权的10大类别、56个产品系列，600多个品种的主导产品，为全球产品链最完备的工程机械企业。

2、市场优势：塔式起重机和环卫机械市场占有率均居国内第一。汽车起重机年产过万台，市场占有率国内第二位。

徐州工程机械集团有限公司

起重设备、汽车及改装车、建筑施工机械、矿山机械、环卫机械、动力机械、港口专用机械、通用基础、风动工具、工程机械成套设备、工程机械散件及零部件的研发、制造、销售

、租赁、售后服务及相关技术的研究和试验发展

1、位置优势：位于江苏省徐州，是国家重要的交通要道、军事战略要地，享有较高的历史地位和政治地位。同是省内重要的工商业、金融和对外贸易中心。

2、研发优势：建立了以国家级技术中心和江苏徐州工程机械研究院为核心的研发体系，徐工技术中心在国家企业技术中心评价中持续名列行业首位。

3、技术优势：徐工诞生了一批代表中国乃至全球先进水平的产品：两千吨级全地面起重机，四千吨级履带式起重机，12吨级中国最大的大型装载机，百米级亚洲最高的高空消防车，第四代智能路面施工设备等，在全球工程机械行业产生了颠覆式影响，打破了国外企业的全球垄断。资料来源：公开资料整理

下游方面：工程机械的下游应用十分广阔，主要应用于房地产、基础设施建设以及采矿业等领域。在房地产方面，2020年1-8月全国房地产开发投资88454亿元，同比增长4.6%，增速比1—7月份提高1.2%。

2019-2020年1-8月我国房地产开发投资增速

数据来源：公开资料整理

现阶段，我国工程机械行业下游相关企业主要有碧桂园、万科、中国恒大等。

我国工程机械行业下游相关企业情况

企业名称

主营业务

企业竞争优势

碧桂园集团

物业发展、建安、装修、物业管理、物业投资、酒店开发和管理，以及现代农业、机器人。

1、品牌优势：2019年8月，入选2019年中国最佳董事会50强；“一带一路”中国企业100强榜单排名第11位；2019年12月，碧桂园集团入选2019中国品牌强国盛典榜样100品牌；2019年12月18日，人民日报发布中国品牌发展指数100榜单，碧桂园排名第15位。

2、产品优势：碧桂园提供多元化的产品以切合不同市场的需求。各类产品包括联体住宅及洋房等住宅区项目以及车位及商铺。同时亦开发及管理若干项目内的酒店，提升房地产项目的升值潜力。

万科企业股份有限公司

住宅开发和物业服务

1、市场优势：万科连续六年蝉联中国第一地产公司

2、产品优势：在巩固住宅开发和物业服务固有优势的基础上，业务已延伸至商业、长租公寓、物流仓储、冰雪度假、教育等领域，为更好地服务人民美好生活需要、实现可持续发展奠定了良好基础。

恒大地产集团有限公司

房地产开发经营；房地产咨询服务；室内装饰、设计；制冷、空调设备制造；园林绿化工程

服务；企业管理咨询服务

1、规模优势：是集地产、金融、健康、旅游及体育为一体的世界500强企业集团，总资产达万亿，年销售规模超4000亿，员工8万多人，解决就业130多万人。

2、市场优势：在全国180多个城市拥有地产项目500多个，已成为全球第一房企。资料来源：公开资料整理（shz）

本文根据互联网公开资料整理而成。我们保持中立立场，与文中提及的公司之间不存在业务往来，不涉及利益。文章仅作参考，不构成任何投资及应用建议。

中国报告网是观研天下集团旗下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年中国工程机械市场调研报告-市场深度调研与投资前景预测》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年中国工程机械行业发展概述

第一节 工程机械行业发展情况概述

一、工程机械行业相关定义

二、工程机械行业基本情况介绍

三、工程机械行业发展特点分析

第二节 中国工程机械行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、工程机械行业产业链条分析

三、中国工程机械行业上游环节分析

四、中国工程机械行业下游环节分析

第三节 中国工程机械行业生命周期分析

一、工程机械行业生命周期理论概述

二、工程机械行业所属的生命周期分析

第四节 工程机械行业经济指标分析

一、工程机械行业的赢利性分析

二、工程机械行业的经济周期分析

三、工程机械行业附加值的提升空间分析

第五节 中国工程机械行业进入壁垒分析

一、工程机械行业资金壁垒分析

二、工程机械行业技术壁垒分析

三、工程机械行业人才壁垒分析

四、工程机械行业品牌壁垒分析

五、工程机械行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球工程机械行业市场发展现状分析

第一节 全球工程机械行业发展历程回顾

第二节 全球工程机械行业市场区域分布情况

第三节 亚洲工程机械行业地区市场分析

一、亚洲工程机械行业市场现状分析

二、亚洲工程机械行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲工程机械行业市场前景分析

第四节 北美工程机械行业地区市场分析

一、北美工程机械行业市场现状分析

二、北美工程机械行业市场规模与市场需求分析

三、北美工程机械行业市场前景分析

第五节 欧盟工程机械行业地区市场分析

一、欧盟工程机械行业市场现状分析

二、欧盟工程机械行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟工程机械行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界工程机械行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球工程机械行业市场规模预测

第三章 中国工程机械产业发展环境分析

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、全社会消费品工程机械总额

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 中国工程机械行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国工程机械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 中国工程机械行业运行情况

第一节 中国工程机械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

四、行业发展动态

第二节 中国工程机械行业市场规模分析

第三节 中国工程机械行业供应情况分析

第四节 中国工程机械行业需求情况分析

第五节 中国工程机械行业供需平衡分析

第六节 中国工程机械行业发展趋势分析

第五章 中国工程机械所属行业运行数据监测

第一节 中国工程机械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 中国工程机械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 中国工程机械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年中国工程机械市场格局分析

第一节 中国工程机械行业竞争现状分析

一、中国工程机械行业竞争情况分析

二、中国工程机械行业主要品牌分析

第二节 中国工程机械行业集中度分析

一、中国工程机械行业市场集中度分析

二、中国工程机械行业企业集中度分析

第三节 中国工程机械行业存在的问题

第四节 中国工程机械行业解决问题的策略分析

第五节 中国工程机械行业竞争力分析

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

第六节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国工程机械行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 2017-2020年中国工程机械行业需求特点与动态分析

第一节 中国工程机械行业消费者基本情况

第二节 中国工程机械行业消费者属性及偏好调查

第三节 工程机械行业成本分析

第四节 工程机械行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国工程机械行业价格现状分析

第六节 中国工程机械行业平均价格走势预测

一、中国工程机械行业价格影响因素

二、中国工程机械行业平均价格走势预测

三、中国工程机械行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国工程机械行业区域市场现状分析

第一节 中国工程机械行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区工程机械市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区工程机械市场规模分析

四、华东地区工程机械市场规模预测

第三节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区工程机械市场规模分析

四、华北地区工程机械市场规模预测

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、华南地区工程机械市场规模分析

四、华南地区工程机械市场规模预测

第九章 2017-2020年中国工程机械行业竞争情况

第一节 中国工程机械行业竞争结构分析（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 中国工程机械行业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 中国工程机械行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 工程机械行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

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

第二节 企业

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

第三节 企业

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

第四节 企业

- 一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第一节 中国工程机械行业未来发展前景分析

一、工程机械行业国内投资环境分析

二、中国工程机械行业市场机会分析

三、中国工程机械行业投资增速预测

第二节 中国工程机械行业未来发展趋势预测

第三节 中国工程机械行业市场发展预测

一、中国工程机械行业市场规模预测

二、中国工程机械行业市场规模增速预测

三、中国工程机械行业产值规模预测

四、中国工程机械行业产值增速预测

五、中国工程机械行业供需情况预测

第四节 中国工程机械行业盈利走势预测

一、中国工程机械行业毛利润同比增速预测

二、中国工程机械行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国工程机械行业投资机遇、风险与营销分析

第一节 工程机械产业投资面临的机遇

一、政策机遇

二、技术创新机遇

三、市场机遇

四、其他机遇

第二节 工程机械行业投资风险分析

一、工程机械行业政策风险分析

二、工程机械行业技术风险分析

三、工程机械行业竞争风险

四、工程机械行业其他风险分析

第三节 工程机械行业企业经营发展分析及建议

一、工程机械行业经营模式

二、工程机械行业销售模式

三、工程机械行业创新方向

第四节 工程机械行业应对策略

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年中国工程机械行业发展战略及规划建议

第一节 中国工程机械行业品牌战略分析

- 一、工程机械企业品牌的重要性
- 二、工程机械企业实施品牌战略的意义
- 三、工程机械企业品牌的现状分析
- 四、工程机械企业的品牌战略
- 五、工程机械品牌战略管理的策略

第二节 中国工程机械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 中国工程机械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年中国工程机械行业发展策略及投资建议

第一节 中国工程机械行业产品策略分析

- 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 中国工程机械行业定价策略分析

第三节 中国工程机械行业营销渠道策略

- 一、工程机械行业渠道选择策略
- 二、工程机械行业营销策略

第四节 中国工程机械行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国工程机械行业重点投资区域分析
- 二、中国工程机械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/516229516229.html>