2021年中国叉车行业分析报告-产业发展现状与发展动向前瞻

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《2021年中国叉车行业分析报告-产业发展现状与发展动向前瞻》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：https://baogao.chinabaogao.com/qiche/546584546584.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: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

叉车是工业搬运车辆，是指对成件托盘货物进行装卸、堆垛和短距离运输作业的各种轮式搬运车辆。国际标准化组织ISO/TC110称为工业车辆。常用于仓储大型物件的运输，通常使用燃油机或者电池驱动。叉车通常可以分为三大类：内燃叉车、电动叉车和仓储叉车。

叉车分类

类别

主要内容

内燃叉车

普通内燃叉车

一般采用柴油、汽油、液化石油气或天然气发动机作为动力，载荷能力1.2～8.0吨，作业通道宽度一般为3.5～5.0米，考虑到尾气排放和噪音问题，通常用在室外、车间或其他对尾气排放和噪音没有特殊要求的场所。由于燃料补充方便，因此可实现长时间的连续作业，而且能胜任在恶劣的环境下（如雨天）工作。

重型叉车

采用柴油发动机作为动力，承载能力 10.0～52.0吨，一般用于货物较重的码头、钢铁等行业的户外作业。

集装箱叉车

采用柴油发动机作为动力，承载能力 8.0～45.0吨，一般分为空箱堆高机、重箱堆高机和集装箱正面吊。应用于集装箱搬运，如集装箱堆场或港口码头作业。

侧面叉车

采用柴油发动机作为动力，承载能力3.0～6.0吨。在不转弯的情况下，具有直接从侧面叉取货物的能力，因此主要用来叉取长条型的货物，如木条、钢筋等。

电动叉车

以电动机为动力，蓄电池为能源。承载能力1.0～8.0吨，作业通道宽度一般为3.5～5.0米。由于没有污染、噪音小，因此广泛应用于室内操作和其它对环境要求较高的工况，如医药、食品等行业。随着人们对环境保护的重视，电动叉车正在逐步取代内燃叉车。由于每组电池一般在工作约8小时后需要充电，因此对于多班制的工况需要配备备用电池。

仓储叉车

仓储叉车主要是为仓库内货物搬运而设计的叉车。除了少数仓储叉车（如手动托盘叉车）是采用人力驱动的，其他都是以电动机驱动的，因其车体紧凑、移动灵活、自重轻和环保性能好而在仓储业得到普遍应用。在多班作业时，电机驱动的仓储叉车需要有备用电池。资料来源：观研天下整理

与国外相比，我国叉车行业发展较晚，大致可分为三个阶段：起步阶段、探索与发展阶段、高速发展阶段。目前我国叉车行业正处于高速发展阶段，中国企业凭借技术创新以及高

质量产品逐步提升了自身在国际上的地位。

我国叉车行业发展历程 资料来源：观研天下整理

叉车行业的上游是原材料（钢铁、有色金属以及石化等）、汽车零部件（橡胶、机械、电子、纺织、玻璃等），下游应用为批发和零售业、交通运输业、物流行业、制造业等方面。

叉车行业产业链 资料来源：观研天下整理

目前我国制造业和物流业快速发展，叉车市场需求快速增长。根据数据显示，2015-2019年我国叉车销量逐年递增，由2015年32.76万台增长至2019年的60.83万台，较2018年同比增长1.9%；2020年1-11月累计销量达到72.56万台，与2019年同期相比增长30.3%。

2015-2020年1-11月我国叉车销量及增速 数据来源：观研天下整理

一、 供应商的议价能力'

供应商讨价还价能力指的是供应商提高投入价格或通过降低投入和服务的品质来增加产业成本的能力。目前，我国叉车行业供应商主要是的是原材料（钢铁、有色金属以及石化等）、汽车零部件（橡胶、机械、电子、纺织、玻璃等）等生产厂家。其中，机械和电子由于生产厂家数量较少，其议价能力较强，而原材料以及纺织玻璃发展时间较早，生产厂家数量众多，其议价能力较弱。

根据数据显示，2014-2020年我国钢材产量总体呈波动增长的趋势，2019年突破12亿吨大关，达到12.05亿吨，同比增长8.95%。截止至2020年我国钢材产量13.2489亿吨；同比增长7.7%。

2014-2020年我国钢材产量及增速 数据来源：观研天下整理

二、 购买者的议价能力

一般来说，购买者主要通过其压价与要求提供较高的产品或服务质量的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力。目前叉车已经被广泛应用于生活。下游客户多为消费者，随着产品不断升级，购买者的议价能力也会不断降低。

我国叉车应用于港口、车站、机场、货场、工厂车间、仓库、流通中心和配送中心等，其中物流业和电气机械行业的应该占比最大，市场占比分别为20.5%和12.4%。

2019年我国叉车行业应用市场分布情况 数据来源：观研天下整理

三、 新进入者的威胁

根据数据显示，近10年我国汽车制造相关企业注册量呈波动增长趋势。2014年增长率出现小高峰，同比增长41%，注册量达2.2万家。2020年注册量和增长率均为近10年来最高，共新增9.87万家，同比增长100%。

2014-2020年我国汽车制造相关企业注册量及增速 数据来源：观研天下整理

从地域上来看，我国汽车制造相关企业数量排名前三的省份分别是浙江、江苏以及山东，数量分别为8.33万家、5.71万家和3.58万家。

2021年H1汽车制造相关企业地域分布TOP10 数据来源：观研天下整理

四、 替代品的威胁

目前叉车行业的产品本身并无外在的替代品威胁，行业主要体现为各种叉车产品内部不同材料和工艺产品之间的替代威胁。从内燃式与电动式叉车的各自优缺点来看。内燃叉车价格较低，采购方便，柴油发动机较为可靠、动力强劲，但其加柴油使用成本高，排放烟尘容易造成环境污染；电动叉车价格约为内燃叉车的两倍，但其噪声小，满足环保要求，使用成本较低。

从我国叉车销售分类占比情况来看，电动式叉车的销量占比逐年提升，从2015年的36.7%提升至2020年1-11月份的50.3%。

2015-2020年1-11月我国叉车销量分类占比情况 数据来源：观研天下整理

五、 同业紧竞争者的竞争程度

根据数据显示，日本丰田叉车在2019年共销售28.2万台叉车，占到全球销量总比重的18.9%，实现收入133.6亿美元，稳居世界第一。

2019年全球叉车企业销售占比情况 数据来源：观研天下整理

目前世界前十叉车日、德、美、中、韩各占其二。叉车发展已有百年历史，行业初期各国车辆及机械设备制造商纷纷入行探索。随着行业不断成熟，龙头企业凭借资源优势积极并购扩张，逐渐拉开差距，部分国家叉车业已由多家企业竞争演变为寡头格局。（TJL）

全球叉车行业主要制造企业概述

公司名称

国家

概述

丰田工业公司

日本

日本丰田成立于1926年，总部位于日本爱知县，旗下拥有ToYOTA，BT，RAYMOND、CESAB和台励福品牌和全系列产品线。丰田自2000年收购欧洲著名叉车制造商瑞典BT公司以来，已经连续19年位居全球销量领先地位，在全球拥有100多个总.代理商，超过750个经销商和9个生产基地。2019年叉车收入为133.6亿美元，同比增长0.5%。

凯傲集团

德国

凯傲集团成立于1904年，总部位于德国威斯巴登，包括林德、Still、宝骊、Fenwick和和OM Voltas等品牌，在全球100多个国家设有分支机构。2019年叉车收入为71.7亿美元，同比增长8%。

永恒力集团

德国

德国永恒力成立于1953年，总部位于德国汉堡，在全球30多个国家和地区设有销售和售后服务公司。2019年收入为45.8亿美元，同比增长5%。

三菱Logisnext
日本
公司总部位于日本东京，由三菱力至优叉车株式会社与UniCarriers
Corp合并而成，2019年公司收入为41.5亿美元，同比下降3%。
科朗设备集团
美国
美国科朗成立于1946年，总部位于美国俄亥俄州，是北美地区最大的电动叉车供应商，在全球的服务和分销网络超过500个零售地点，遍布80多个国家。2019年收入为37.2亿美元，同比增长7%。
海斯特-耶鲁物料搬运设备公司
美国
公司总部位于美国克利夫兰，是海斯特和耶鲁品牌叉车的母公司。2019财年收入为32.9亿美元，同比增长4%。
安徽合力
中国
安徽合力始建于1958年，总部位于安徽合肥，在线生产产品型号达1700多种。安徽合万在国内建立了23个省级营销网络和近400家销售网点,在海外70多个国家地区建立了海外代理关系，主要产品销往世界150多个国家和地区。2019年收入14.5亿美元同比增长5%。
杭叉集团
中国
杭叉集团始建于1956年，总部位于浙江杭州，在国内有70多家控股子公司，300多家销售网点;在海外有5家分公司，230多家代理商，产品远销俄罗斯、巴西、波兰、法国、土耳其、美国等150多个国家和地区。2019年收入12.7亿美元，同比增长5%。
斗山工业车辆公司
韩国
斗山工业车辆公司1968年推出韩国首款叉车，至今已发展成为韩国最大的工亚车辆制造广商。2019年收入11.7亿美元，同比增长4%。
克拉克物料搬运公司
韩国
克拉克制造了全球第一台叉车,有超过100年的历史。2019年收入为7.8亿美元，略低于2018年的7.9亿美元。资料来源：观研天下整理

观研报告网发布的《2021年中国叉车行业分析报告-产业发展现状与发展动向前瞻》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国叉车行业发展概述
第一节 叉车行业发展情况概述
一、叉车行业相关定义
二、叉车行业基本情况介绍
三、叉车行业发展特点分析
四、叉车行业经营模式
1、生产模式
2、采购模式
3、销售模式
五、叉车行业需求主体分析
第二节 中国叉车行业上下游产业链分析
一、产业链模型原理介绍
二、叉车行业产业链条分析
三、产业链运行机制
（1）沟通协调机制
（2）风险分配机制
（3）竞争协调机制
四、中国叉车行业产业链环节分析
1、上游产业

2、下游产业
第三节 中国叉车行业生命周期分析
一、叉车行业生命周期理论概述
二、叉车行业所属的生命周期分析
第四节 叉车行业经济指标分析
一、叉车行业的赢利性分析
二、叉车行业的经济周期分析
三、叉车行业附加值的提升空间分析
第五节 中国叉车行业进入壁垒分析
一、叉车行业资金壁垒分析
二、叉车行业技术壁垒分析
三、叉车行业人才壁垒分析
四、叉车行业品牌壁垒分析
五、叉车行业其他壁垒分析
第二章 2017-2021年全球叉车行业市场发展现状分析
第一节 全球叉车行业发展历程回顾
第二节 全球叉车行业市场区域分布情况
第三节 亚洲叉车行业地区市场分析
一、亚洲叉车行业市场现状分析
二、亚洲叉车行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲叉车行业市场前景分析
第四节 北美叉车行业地区市场分析
一、北美叉车行业市场现状分析
二、北美叉车行业市场规模与市场需求分析
三、北美叉车行业市场前景分析
第五节 欧洲叉车行业地区市场分析
一、欧洲叉车行业市场现状分析
二、欧洲叉车行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲叉车行业市场前景分析
第六节 2021-2026年世界叉车行业分布走势预测
第七节 2021-2026年全球叉车行业市场规模预测
第三章 中国叉车产业发展环境分析
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、全社会消费品叉车总额
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 中国叉车行业政策环境分析
一、行业监管体制现状
二、行业主要政策法规
第三节 中国叉车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 中国叉车行业运行情况
第一节 中国叉车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
1、行业技术发展现状
2、行业技术专利情况
3、技术发展趋势分析
三、行业发展特点分析
第二节 中国叉车行业市场规模分析
第三节 中国叉车行业供应情况分析
第四节 中国叉车行业需求情况分析
第五节 我国叉车行业进出口形势分析
1、进口形势分析
2、出口形势分析
3、进出口价格对比分析
第六节、我国叉车行业细分市场分析
1、细分市场一
2、细分市场二
3、其它细分市场
第七节 中国叉车行业供需平衡分析
第八节 中国叉车行业发展趋势分析

第五章 中国叉车所属行业运行数据监测
第一节 中国叉车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 中国叉车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 中国叉车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 2017-2021年中国叉车市场格局分析
第一节 中国叉车行业竞争现状分析
一、中国叉车行业竞争情况分析
二、中国叉车行业主要品牌分析
第二节 中国叉车行业集中度分析
一、中国叉车行业市场集中度影响因素分析
二、中国叉车行业市场集中度分析
第三节 中国叉车行业存在的问题
第四节 中国叉车行业解决问题的策略分析
第五节 中国叉车行业钻石模型分析
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 2017-2021年中国叉车行业需求特点与动态分析
第一节 中国叉车行业消费市场动态情况
第二节 中国叉车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 叉车行业成本结构分析
第四节 叉车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 中国叉车行业价格现状分析
第六节 中国叉车行业平均价格走势预测
一、中国叉车行业价格影响因素
二、中国叉车行业平均价格走势预测
三、中国叉车行业平均价格增速预测
第八章 2017-2021年中国叉车行业区域市场现状分析
第一节 中国叉车行业区域市场规模分布
第二节 中国华东地区叉车市场分析
一、华东地区概述
二、华东地区经济环境分析
三、华东地区叉车市场规模分析
四、华东地区叉车市场规模预测
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、华中地区叉车市场规模分析
四、华中地区叉车市场规模预测
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、华南地区叉车市场规模分析
四、华南地区叉车市场规模预测
第九章 2017-2021年中国叉车行业竞争情况
第一节 中国叉车行业竞争结构分析（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 中国叉车行业SCP分析
一、理论介绍
二、SCP范式
三、SCP分析框架
第三节 中国叉车行业竞争环境分析（PEST）
一、政策环境
二、经济环境
三、社会环境
四、技术环境
第十章 叉车行业企业分析（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 2021-2026年中国叉车行业发展前景分析与预测
第一节 中国叉车行业未来发展前景分析
一、叉车行业国内投资环境分析
二、中国叉车行业市场机会分析
三、中国叉车行业投资增速预测
第二节 中国叉车行业未来发展趋势预测
第三节 中国叉车行业市场发展预测
一、中国叉车行业市场规模预测
二、中国叉车行业市场规模增速预测
三、中国叉车行业产值规模预测
四、中国叉车行业产值增速预测
五、中国叉车行业供需情况预测
第四节 中国叉车行业盈利走势预测
一、中国叉车行业毛利润同比增速预测
二、中国叉车行业利润总额同比增速预测
第十二章 2021-2026年中国叉车行业投资风险与营销分析
第一节 叉车行业投资风险分析
一、叉车行业政策风险分析
二、叉车行业技术风险分析
三、叉车行业竞争风险分析
四、叉车行业其他风险分析
第二节 叉车行业应对策略
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年中国叉车行业发展战略及规划建议
第一节 中国叉车行业品牌战略分析
一、叉车企业品牌的重要性

二、叉车企业实施品牌战略的意义
三、叉车企业品牌的现状分析
四、叉车企业的品牌战略
五、叉车品牌战略管理的策略
第二节 中国叉车行业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
第三节 中国叉车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年中国叉车行业发展策略及投资建议
第一节 中国叉车行业产品策略分析
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 中国叉车行业营销渠道策略
一、叉车行业渠道选择策略
二、叉车行业营销策略
第三节 中国叉车行业价格策略
第四节 观研天下行业分析师投资建议
一、中国叉车行业重点投资区域分析
二、中国叉车行业重点投资产品分析
图表详见报告正文·····
更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/qiche/546584546584.html