

2020-2026年中国工程机械 市场发展态势与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2020-2026年中国工程机械市场发展态势与投资前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/jixie/B88477JWND.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

工程机械是装备工业的重要组成部分。概括地说，凡土石方施工工程、路面建设与养护、流动式起重装卸作业和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，称为工程机械。

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国工程机械市场发展态势与投资前景分析报告》共十八章。首先介绍了工程机械行业市场发展环境、工程机械整体运行态势等，接着分析了工程机械行业市场运行的现状，然后介绍了工程机械市场竞争格局。随后，报告对工程机械做了重点企业经营状况分析，最后分析了工程机械行业发展趋势与投资预测。您若想对工程机械产业有个系统的了解或者想投资工程机械行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 工程机械行业相关概述

1.1 工程机械定义及分类

1.1.1 工程机械概念界定

1.1.2 工程机械产品分类

1.2 工程机械行业特性

1.2.1 行业周期性短且强

1.2.2 产品销售具有季节性

1.3 工程机械投资特征

1.3.1 资本密集

1.3.2 技术密集

1.3.3 劳动密集

第二章 2014-2019年国际工程机械行业发展分析

2.1 2014-2019年全球工程机械行业发展分析

2.1.1 全球工程机械行业规模

2.1.2 全球工程机械市场复苏

- 2.1.3 工程机械行业并购动态
- 2.1.4 全球工程机械进出口格局
- 2.2 欧洲
 - 2.2.1 欧洲市场整体企稳
 - 2.2.2 德国工程机械市场规模
 - 2.2.3 意大利工程机械销售
 - 2.2.4 俄罗斯工程机械市场需求
 - 2.2.5 欧洲市场发展预测
- 2.3 北美
 - 2.3.1 美国工程机械规模
 - 2.3.2 工程机械行业发展热点
 - 2.3.3 美国工程机械销售规模情况
 - 2.3.4 美国工程机械未来出口预测
- 2.4 日本
 - 2.4.1 工程机械发展历程
 - 2.4.2 工程机械产量规模
 - 2.4.3 工程机械企业发展
 - 2.4.4 核心零部件销售分析
 - 2.4.5 工程机械产品结构
- 2.5 其他国家工程机械市场分析
 - 2.5.1 巴西
 - 2.5.2 印尼
 - 2.5.3 印度
 - 2.5.4 泰国
 - 2.5.5 马来西亚
 - 2.5.6 土耳其

第三章 2014-2019年中国工程机械行业发展环境分析

- 3.1 经济环境分析
 - 3.1.1 国际经济形势
 - 3.1.2 工业经济运行
 - 3.1.3 基建投资增长

3.1.4 经济运行态势

3.2 政策环境分析

3.2.1 工程机械规划

3.2.2 中国制造新机遇

3.2.3 一带一路战略机遇

3.2.4 金融服务政策

3.3 社会环境分析

3.3.1 人口红利拐点

3.3.2 新型城镇化建设

3.4 技术环境分析

3.4.1 产品技术全面升级

3.4.2 3D打印引领变革大潮

3.4.3 新品技术发展动态

第四章 2014-2019年中国工程机械行业分析

4.1 中国工程机械行业发展概况

4.1.1 行业发展阶段

4.1.2 行业发展成就

4.1.3 行业走向国际化

4.1.4 两化融合现状

4.1.5 企业兼并重组

4.1.6 行业发展热点

4.2 2014-2019年工程机械行业发展规模

4.2.1 企业收入结构

4.2.2 产品收入差异

4.2.3 产品周期反应

4.3 2014-2019年中国工程机械行业转型升级

4.3.1 工程机械转型阶段

4.3.2 机械产品转型升级

4.3.3 工程机械转型进展

4.3.4 工程机械转型方向

4.3.5 工程机械转型思路

- 4.3.6 工程机械转型策略
- 4.4 2014-2019年工程机械行业的节能减排发展
 - 4.4.1 行业节能减排现状
 - 4.4.2 行业节能减排核心
 - 4.4.3 节能减排技术手段
 - 4.4.4 产品环保设计解析
- 4.5 中国工程机械行业存在的问题
 - 4.5.1 工程机械行业面临的挑战
 - 4.5.2 工程机械行业需要强势品牌
 - 4.5.3 工程机械再制造业发展瓶颈
 - 4.5.4 工程机械行业存结构性问题
- 4.6 发展工程机械行业的策略建议
 - 4.6.1 工程机械行业的突破方向
 - 4.6.2 工程机械行业的措施建议
 - 4.6.3 中国工程机械行业发展路径
 - 4.6.4 加强工程机械国际竞争力建议
 - 4.6.5 工程机械企业二手机发展策略

第五章 2014-2019年中国工程机械市场分析

- 5.1 2014-2019年中国工程机械市场发展现状
 - 5.1.1 市场发展现状
 - 5.1.2 存量更新助行业发展
 - 5.1.3 市场新盈利点
- 5.2 2014-2019年工程机械市场需求分析
 - 5.2.1 市场销售分析
 - 5.2.2 市场需求变化
 - 5.2.3 市场发展潜力
 - 5.2.4 多功能产品需求
- 5.3 二手工程机械市场发展分析
 - 5.3.1 市场发展现状
 - 5.3.2 市场销售占比
 - 5.3.3 市场销售规模

- 5.3.4 发展关键因素
- 5.3.5 市场规范出台
- 5.3.6 市场发展瓶颈
- 5.3.7 企业面临的挑战
- 5.3.8 市场发展对策
- 5.4 中国工程机械技术服务市场分析
 - 5.4.1 技术服务市场构成
 - 5.4.2 市场主体格局分析
 - 5.4.3 市场模式创新方向
 - 5.4.4 创新发展的紧迫性

第六章 2014-2019年工程机械租赁发展分析

- 6.1 中国工程机械租赁行业壁垒分析
 - 6.1.1 专业性极强
 - 6.1.2 行业定价机制
 - 6.1.3 应收账款周期
- 6.2 2014-2019年中国工程机械租赁发展现状
 - 6.2.1 市场发展规模
 - 6.2.2 租赁设备利用率
 - 6.2.3 市场份额比较
 - 6.2.4 市场集中度分析
- 6.3 工程机械租赁服务的商业模式分析
 - 6.3.1 厂商租赁
 - 6.3.2 实体租赁
 - 6.3.3 杠杆与IRR
- 6.4 工程机械租赁发展存在的问题及建议
 - 6.4.1 租赁市场发展瓶颈
 - 6.4.2 机械租赁制约因素
 - 6.4.3 租赁行业发展建议
 - 6.4.4 融资租赁风险预测
 - 6.4.5 融资租赁对策建议

第七章 2014-2019年工程机械产量数据分析

7.1 2014-2019年全国挖掘、铲土运输机械产量分析

7.1.1 2014-2019年全国挖掘、铲土运输机械产量趋势

7.1.2 2017年全国挖掘、铲土运输机械产量情况

7.1.3 2019年全国挖掘、铲土运输机械产量情况

7.1.4 2019年全国挖掘、铲土运输机械产量情况

7.1.5 2019年挖掘、铲土运输机械产量分布情况

7.2 2014-2019年全国混凝土机械产量分析

7.2.1 2014-2019年全国混凝土机械产量趋势

7.2.2 2017年全国混凝土机械产量情况

7.2.3 2019年全国混凝土机械产量情况

7.2.4 2019年全国混凝土机械产量情况

7.2.5 2019年混凝土机械产量分布情况

7.3 2014-2019年全国起重机产量分析

7.3.1 2014-2019年全国起重机产量趋势

7.3.2 2017年全国起重机产量情况

7.3.3 2019年全国起重机产量情况

7.3.4 2019年全国起重机产量情况

7.3.5 2019年起重机产量分布情况

7.4 2014-2019年全国压实机械产量分析

7.4.1 2014-2019年全国压实机械产量趋势

7.4.2 2017年全国压实机械产量情况

7.4.3 2019年全国压实机械产量情况

7.4.4 2019年全国压实机械产量情况

7.4.5 2019年压实机械产量分布情况

第八章 2014-2019年挖掘机行业分析

8.1 挖掘机行业总体概况

8.1.1 行业发展地位

8.1.2 行业发展阶段

8.1.3 行业发展新常态

8.1.4 混合动力技术发展

8.2 2014-2019年中国挖掘机所属行业运行分析

8.2.1 产品销售规模

8.2.2 吨位结构分析

8.2.3 地区结构分析

8.2.4 市场竞争格局

8.2.5 市场集中度分析

8.3 小型挖掘机

8.3.1 行业发展特征

8.3.2 市场发展优势

8.3.3 市场发展形势

8.3.4 市场发展风险

8.3.5 市场发展建议

8.3.6 技术发展趋势

8.4 液压挖掘机

8.4.1 国外市场发展概况

8.4.2 国内市场发展概况

8.4.3 液压挖掘机市场规模

8.4.4 液压挖掘机生产企业

8.4.5 节能控制发展方向

8.5 挖掘机零部件市场分析

8.5.1 零配件市场现状

8.5.2 市场参与主体

8.5.3 液压件市场规模

8.5.4 液压油缸市场格局

8.5.5 液压系统发展分析

8.5.6 零配件市场前景

8.6 挖掘机行业存在的问题及建议

8.6.1 挖掘机行业存在的问题

8.6.2 挖掘机市场潜在的隐患

8.6.3 挖掘机行业面临的挑战

8.6.4 挖掘机行业转型策略

8.6.5 挖掘机行业发展建议

8.6.6 挖掘机行业创新对策

第九章 2014-2019年起重机行业分析

9.1 起重机行业概况

9.1.1 行业发展综述

9.1.2 行业发展地位

9.1.3 行业核心竞争力

9.1.4 发展趋势分析

9.2 2014-2019年起重机市场运行分析

9.2.1 市场销售规模

9.2.2 市场销量结构

9.2.3 市场竞争格局

9.3 汽车起重机市场

9.3.1 产品发展进程

9.3.2 市场销售情况

9.3.3 市场竞争格局

9.3.4 市场发展预测

9.4 履带起重机市场

9.4.1 市场发展壮大

9.4.2 市场销售情况

9.4.3 企业竞争战略

9.4.4 发展前景分析

9.5 随车起重机

9.5.1 市场销售规模

9.5.2 企业发展动态分析

9.5.3 存在的主要问题

9.6 塔式起重机

9.6.1 市场发展概况

9.6.2 行业运行特点

9.6.3 重点企业介绍

9.6.4 企业发展动态

9.6.5 制约因素分析

9.6.6 未来发展趋势

9.6.7 市场前景展望

第十章 2014-2019年压路机行业分析

10.1 压路机行业发展概况

10.1.1 产品发展特点

10.1.2 市场格局分布

10.1.3 品牌发展态势

10.2 2014-2019年中国压路机市场规模

10.2.1 市场销售规模

10.2.2 产品销售结构

10.2.3 竞争格局变化

10.2.4 市场发展前景

10.3 压路机行业存在的问题及对策

10.3.1 中外压实机械技术水平差异

10.3.2 压路机行业发展面临的挑战

10.3.3 压路机行业的发展对策

10.3.4 压路机行业未来发展方向

第十一章 2014-2019年其他细分产品的发展

11.1 装载机

11.1.1 市场销量分析

11.1.2 市场进出口状况

11.1.3 市场竞争格局

11.1.4 市场需求预测

11.1.5 存在的问题及建议

11.2 推土机

11.2.1 市场销售规模

11.2.2 行业集中度分析

11.2.3 行业存在的问题

11.2.4 发展方向分析

11.2.5 市场前景展望

11.3 平地机

11.3.1 市场销量分析

11.3.2 海外市场发展状况

11.3.3 国内企业发展策略

11.3.4 行业发展方向分析

第十二章 2014-2019年工程机械相关产品市场分析

12.1 混凝土机械

12.1.1 产业发展概述

12.1.2 产业发展现状

12.1.3 行业转型升级

12.1.4 发展形势展望

12.1.5 市场需求预测

12.2 工业车辆

12.2.1 行业发展概述

12.2.2 行业发展现状

12.2.3 行业发展集中度

12.2.4 需求叠加技术升级

12.2.5 后市场业务崛起

12.3 工程机械专用零配件

12.3.1 专用零件分类

12.3.2 国外行业发展

12.3.3 国内行业发展

12.3.4 进出口贸易分析

12.3.5 行业发展困境

12.3.6 行业发展建议

12.3.7 行业发展趋势

第十三章 2014-2019年工程机械进出口分析

13.1 2014-2019年中国工程机械进出口规模

13.1.1 进出口贸易总额

13.1.2 进出口贸易特征

- 13.1.3 进出口品类分析
- 13.1.4 进出口区域市场
- 13.1.5 进出口企业性质
- 13.1.6 进出口趋势分析
- 13.2 中国工程机械产品出口“一带一路”机遇分析
 - 13.2.1 沿线国家经贸地位显著
 - 13.2.2 沿线国家基建投资需求强烈
 - 13.2.3 “一带一路”蓝图落地
 - 13.2.4 工程机械行业发展机遇
- 13.3 中国挖掘机、推土机、平地机等进出口总量数据分析
 - 13.3.1 2014-2019年中国挖掘机、推土机、平地机等进口分析
 - 13.3.2 2014-2019年中国挖掘机、推土机、平地机等出口分析
 - 13.3.3 2014-2019年中国挖掘机、推土机、平地机等贸易现状分析
 - 13.3.4 2014-2019年中国挖掘机、推土机、平地机等贸易顺逆差分析
- 13.4 2014-2019年主要贸易国挖掘机、推土机、平地机等进出口情况分析
 - 13.4.1 2014-2019年主要贸易国挖掘机、推土机、平地机等进口市场分析
 - 13.4.2 2014-2019年主要贸易国挖掘机、推土机、平地机等出口市场分析
- 13.5 2014-2019年主要省市挖掘机、推土机、平地机等进出口情况分析
 - 13.5.1 2014-2019年主要省市挖掘机、推土机、平地机等进口市场分析
 - 13.5.2 2014-2019年主要省市挖掘机、推土机、平地机等出口市场分析
- 13.6 中国起重机进出口总量数据分析
 - 13.6.1 2014-2019年中国起重机进口分析
 - 13.6.2 2014-2019年中国起重机出口分析
 - 13.6.3 2014-2019年中国起重机贸易现状分析
 - 13.6.4 2014-2019年中国起重机贸易顺逆差分析
- 13.7 2014-2019年主要贸易国起重机进出口情况分析
 - 13.7.1 2014-2019年主要贸易国起重机进口市场分析
 - 13.7.2 2014-2019年主要贸易国起重机出口市场分析
- 13.8 2014-2019年主要省市起重机进出口情况分析
 - 13.8.1 2014-2019年主要省市起重机进口市场分析
 - 13.8.2 2014-2019年主要省市起重机出口市场分析
- 13.9 中国叉车进出口总量数据分析

- 13.9.1 2014-2019年中国叉车进口分析
- 13.9.2 2014-2019年中国叉车出口分析
- 13.9.3 2014-2019年中国叉车贸易现状分析
- 13.9.4 2014-2019年中国叉车贸易顺逆差分析
- 13.10 2014-2019年主要贸易国叉车进出口情况分析
- 13.10.1 2014-2019年主要贸易国叉车进口市场分析
- 13.10.2 2014-2019年主要贸易国叉车出口市场分析
- 13.11 2014-2019年主要省市叉车进出口情况分析
- 13.11.1 2014-2019年主要省市叉车进口市场分析
- 13.11.2 2014-2019年主要省市叉车出口市场分析
- 13.12 中国工程机械出口面临的挑战及对策
- 13.12.1 工程机械出口存在的问题
- 13.12.2 工程机械出口面临的风险
- 13.12.3 工程机械贸易摩擦成因及对策
- 13.12.4 扩大工程机械产品出口的策略

第十四章 2014-2019年工程机械行业营销分析

- 14.1 工程机械营销概况
- 14.1.1 营销发展转变
- 14.1.2 营销模式选择
- 14.1.3 “团队营销”模式
- 14.1.4 海外营销情况分析
- 14.1.5 国内营销情况分析
- 14.2 工程机械营销策略
- 14.2.1 市场营销方式
- 14.2.2 企业营销建议
- 14.2.3 营销返利分析
- 14.2.4 营销风险控制
- 14.3 工程机械细分产品营销分析
- 14.3.1 装载机市场营销特点
- 14.3.2 装载机企业营销路径
- 14.3.3 挖掘机市场营销模式

14.3.4 小型工程机械营销困惑

14.4 工程机械企业营销案例分析

14.4.1 徐工集团的电子商务营销

14.4.2 沃尔沃客户体验营销

14.4.3 山东山推的公益营销

14.4.4 山东临工的体育营销

14.4.5 三一重工的网络营销

14.4.6 河南通冠典型营销事件

第十五章 2014-2019年工程机械行业竞争分析

15.1 工程机械行业国际竞争分析

15.1.1 国际竞争力状况

15.1.2 国际竞争力排名

15.1.3 中国工程机械的行业地位

15.1.4 国内市场中外企业竞争情况

15.1.5 企业应对国际竞争的策略

15.2 工程机械行业竞争结构

15.2.1 上游供应商

15.2.2 下游购买者

15.2.3 潜在竞争者进入

15.2.4 替代品的替代能力

15.2.5 行业内竞争者的竞争能力

15.3 2014-2019年工程机械行业竞争形势

15.3.1 企业竞争格局

15.3.2 产品竞争现状

15.3.3 国产品牌市场份额

15.3.4 市场产品动态

15.4 工程机械行业细分市场竞争格局

15.4.1 叉车市场

15.4.2 装载机市场

15.4.3 压路机市场

15.4.4 起重机市场

15.5 工程机械差异化竞争策略解析

15.5.1 在同质化竞争中发现差异化机会

15.5.2 利用差异化产品获取竞争优势

15.5.3 利用差异化销售落实竞争优势

15.5.4 利用差异化服务保障竞争优势

第十六章 2014-2019年工程机械行业重点企业经营状况

16.1 徐工集团工程机械股份有限公司

16.1.1 企业发展概况

16.1.2 高端市场布局

16.1.3 海外市场拓展

16.1.4 工业互联网化

16.1.5 经营效益分析

16.1.6 业务经营分析

16.1.7 财务状况分析

16.1.8 未来前景展望

16.2 三一重工股份有限公司

16.2.1 企业发展概况

16.2.2 海外市场布局

16.2.3 盘活存量资产

16.2.4 经营效益分析

16.2.5 业务经营分析

16.2.6 财务状况分析

16.2.7 未来前景展望

16.3 中联重科股份有限公司

16.3.1 企业发展概况

16.3.2 企业积极转型

16.3.3 业务模式优势

16.3.4 经营效益分析

16.3.5 业务经营分析

16.3.6 财务状况分析

16.3.7 未来前景展望

16.4 山推工程机械股份有限公司

16.4.1 企业发展概况

16.4.2 企业核心竞争力

16.4.3 经营效益分析

16.4.4 业务经营分析

16.4.5 财务状况分析

16.4.6 未来前景展望

16.5 常林股份有限公司

16.5.1 企业发展概况

16.5.2 经营效益分析

16.5.3 业务经营分析

16.5.4 财务状况分析

16.5.5 未来前景展望

16.6 广西柳工机械股份有限公司

16.6.1 企业发展概况

16.6.2 海外市场布局

16.6.3 经营效益分析

16.6.4 业务经营分析

16.6.5 财务状况分析

16.6.6 未来前景展望

16.7 河北宣化工程机械股份有限公司

16.7.1 企业发展概况

16.7.2 经营效益分析

16.7.3 业务经营分析

16.7.4 财务状况分析

16.7.5 未来前景展望

16.8 上市公司财务比较分析

16.8.1 盈利能力分析

16.8.2 成长能力分析

16.8.3 运营能力分析

16.8.4 偿债能力分析

第十七章 工程机械行业投资风险预警及策略建议

17.1 工程机械行业投资机遇分析

17.1.1 一带一路战略的投资契机

17.1.2 中国制造时期的投资机遇

17.1.3 京津冀“空降”新区机遇

17.1.4 固定资产基建投资机遇

17.2 工程机械行业投资壁垒分析

17.2.1 进入壁垒

17.2.2 退出壁垒

17.3 投资模式分析

17.3.1 经营模式

17.3.2 盈利模式

17.3.3 资金运作模式

17.4 投资风险预警

17.4.1 宏观政策调整风险

17.4.2 境外市场经营风险

17.4.3 国内市场经营风险

17.4.4 国内企业经营风险

17.4.5 产业链的运行风险

17.4.6 国际汇率变动风险

17.5 投资策略建议

17.5.1 投资方向选择

17.5.2 投资机会把握

17.5.3 国内投资建议

17.5.4 境外投资建议

第十八章 2020-2026年工程机械行业前景趋势分析

18.1 工程机械行业未来发展趋势（ ）

18.1.1 工程机械行业发展趋势

18.1.2 工程机械行业发展方向

18.1.3 工程机械的后市场趋势

18.1.4 工程机械市场需求趋势

18.2 工程机械行业发展前景预测

18.2.1 基建投资有望加速

18.2.2 工程机械行业景气度提升

18.2.3 一带一路提供出口催化

18.2.4 工程机械行业投资潜力大

18.3 工程机械细分行业前景趋势分析

18.3.1 挖掘机

18.3.2 小型挖掘机

18.3.3 工程起重机

18.3.4 农用工程机械

18.3.5 特种小型工程机械

18.4 2020-2026年中国工程机械行业预测分析（ ）

18.4.1 中国工程机械行业发展因素分析

18.4.2 2020-2026年中国工程机械行业销售额预测

18.4.3 2020-2026年中国挖掘机销量预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jixie/B88477JWND.html>