

2016-2022年中国建筑机械 行业全景调研及发展前景预测报告

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

《2016-2022年中国建筑机械行业全景调研及发展前景预测报告》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/Q36189PHCG.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

建筑机械是我国装备工业的重要组成部分，是工程建设和城乡建设所用机械设备的总称，在中国又称为“建设机械”、“工程机械”等。据建筑机械行业发展了解，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。它主要用于国防建设工程、交通运输建设，能源工业建设和生产、矿山等原材料工业建设和生产、农林水利建设、工业与民用建筑、城市建设、环境保护等领域。

建筑机械行业是中国机械工业的主要支柱产业之一。按照中国工程机械工业协会统计，建筑机械可以分成铲土运输机械、挖掘机械、工程起重机械、工业车辆、路面机械、压实机械、凿岩机械、气动工具、混凝土机械、桩工机械、市政工程与环卫机械、装修机械、钢筋及预应力机械、线路机械、军用工程机械、电梯与扶梯、专用工程机械、工程机械专用零部件等十八大类。

建筑机械产业具有技术密集、劳动密集和传统产业的特点，经过几十年的发展，中国建筑机械产业目前已初具规模，各种各样的设备生产及零部件加工已能满足国内外一般市场的需求。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国建筑机械行业全景调研及发展前景预测报告》。内容严谨、数据翔实，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研究分析。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。

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一部分 建筑机械行业运行现状

第一章 建筑机械行业的基本介绍

第一节 行业界定

一、行业定义

二、范围界定

第二节 行业在国民经济中的地位

一、行业政策定位

二、对国民经济贡献度

三、对相关行业影响程度

四、相关行业分析对建筑机械行业影响

第二章 中国建筑机械行业竞争环境分析

第一节 政策环境分析

一、行业重点政策分析

二、行业发展规划分析

三、政策发展趋势分析

第二节 经济环境分析

一、中国经济运行现状

二、中国国民收入情况

三、中国经济发展趋势

第三节 社会环境分析

一、中国工业发展水平

二、中国人口规模现状

三、居民收入消费水平

四、房地产行业分析

第四节 技术环境分析

一、行业技术现状分析

二、行业技术发展趋势

第二部分 建筑机械行业深度分析

第三章 世界建筑机械产业竞争格局及经验借鉴

第一节 国际建筑机械产业的发展

一、世界建筑机械产业发展综述

二、全球建筑机械产业竞争格局

三、全球建筑机械产业发展特点

第二节 主要国家和地区建筑机械产业发展分析

一、欧洲

二、亚洲

三、美国

四、其它国家和地区

第三节 2016-2022年世界建筑机械产业竞争趋势及前景分析

一、建筑机械技术发展及趋势分析

二、建筑机械产业发展趋势分析

三、建筑机械产业竞争趋势分析

第四章 中国建筑机械市场发展现状综合分析

第一节 中国建筑机械市场销售情况分析经营现状分析

一、主要经营区域分析

第二节 行业容量分析及预测

一、市场容量现状

二、未来容量趋势预测

第三节 需求分析及预测

一、需求总量分析

二、南北需求结构差异分析

三、2016-2022年需求预测

第四节 市场分析及预测

一、供需平衡分析及预测

二、价格变化分析及预测

第五节 建筑机械市场发展驱动因素分析

一、产品优势

二、政策扶持

第五章 中国建筑机械行业经营状况分析

第一节 行业经营效益分析

第二节 行业盈利能力分析

第三节 行业营运能力分析

第四节 行业偿债能力分析

第三部分 建筑机械行业竞争格局分析

第六章 中国建筑机械行业分区域竞争格局分析

第一节 山东省建筑机械行业竞争分析

一、行业总体现状

二、企业竞争格局

三、产业区域发展前景

第二节 江苏省建筑机械行业竞争分析

一、行业总体现状

二、企业竞争格局

三、产业区域发展前景

第三节 河南省建筑机械行业竞争分析

一、行业总体现状

二、企业竞争格局

三、产业区域发展前景

第四节 D省建筑机械行业竞争分析

一、行业总体现状

二、企业竞争格局

三、产业区域发展前景

第七章 中国建筑机械市场品牌构成

第一节 中国建筑机械市场主要品牌分析

一、国外主要企业品牌分析

二、品牌数量及所占份额

第二节 主要品牌在华发展历程及经验分析

第三节 国内主要品牌分析

一、品牌数量及所占份额

二、主要品牌在华发展历程及经验分析

第八章 建筑机械行业市场竞争格局分析

第一节 建筑机械行业企业竞争整体状况

第二节 建筑机械行业企业竞争特点分析

第三节 企业构成及区域分布分析

一、企业数量规模

二、企业区域分布构成分析

第四节 建筑机械行业市场集中度分析

第五节 建筑机械行业企业兼并重组情况分析

第九章 建筑机械行业竞争结构分析

第一节 国际市场竞争格局

第二节 中国市场竞争结构

一、行业内现有企业的竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品的威胁

四、供应商的讨价还价能力

五、购买者的讨价还价能力

第十章 建筑机械企业营销调查

第一节 行业重点企业营销模式调查

一、直销式

二、区域总经销商式

三、区域多家经销商式

第二节 行业重点企业销售渠道调查

一、企业产品销售渠道架构及规模

二、各营销渠道销售份额对比

三、营销渠道建设规划

第三节 行业重点企业下游典型客户调查

一、客户分类特点

二、客户分类

三、客户需求特点

第四节 行业重点企业产品销售价格调查

第十一章 建筑机械企业综合评价

第一节 企业综合竞争力评价

第二节 企业价值评估

第三节 企业存在问题分析

第四节 与企业相关的投资机会

一、合作交流机会

二、并购机会

第五节 行业企业排名

第十二章 国内建筑机械业标杆企业竞争力分析

第一节 标杆企业整体对比分析

一、主营业务对比分析

二、经营状况对比分析

三、竞争优势对比分析

四、发展前景对比分析

第二节 三一重工股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、未来前景展望

第三节 中联重科股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、未来前景展望

第四节 广西柳工机械股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、未来前景展望

第五节 山推工程机械股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、未来前景展望

第六节 内蒙古北方重型汽车股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、未来前景展望

第七节 山河智能装备股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、未来前景展望

第八节 徐工集团工程机械股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、未来前景展望

第四部分 建筑机械行业发展前景展望

第十三章 企业竞争策略

第一节 企业竞争策略分析

一、提高企业核心竞争力的对策

二、影响企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高企业竞争力的策略

第二节 行业发展策略

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第十四章 2016-2022年中国建筑机械企业产销模式渠道竞争力提升对策

第一节 建筑机械行业企业经营发展分析及建议

一、建筑机械行业经营模式

第二节 行业主要销售渠道与策略

一、行业产品销售渠道存在的主要问题

二、行业产品销售渠道发展趋势与策略

第三节 建筑机械行业营销模式分析及建议

一、建筑机械行业营销模式

二、建筑机械行业营销策略

第四节 中国建筑机械市场销售品牌研究

一、行业热卖品牌

二、龙头企业动态

第五节 中国建筑机械市场标杆企业销售模式分析

一、国外品牌企业

二、国内龙头企业

第六节 影响中国建筑机械目标市场策略因素分析

一、企业的资源特点

二、产品及市场特点

三、竞争者策略选择

第七节 中国建筑机械目标市场营销策略

一、无差别性市场营销策略

二、差别性市场营销策略

三、集中性市场营销策略

图表目录（略）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jixie/Q36189PHCG.html>