

2015-2020年中国工程机械市场发展现状及战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国工程机械市场发展现状及战略咨询报告》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://www.huaon.com/detail/181372.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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。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。

在世界各国，对这个行业的称谓基本雷同，其中美国和英国称为建筑机械与设备，德国称为建筑机械与装置，俄罗斯称为建筑与筑路机械，日本称为建设机械。在中国部分产品也称为建设机械，而在机械系统根据国务院组建该行业批文时统称为工程机械，一直延续到现在。各国对该行业划定产品范围大致相同，中国工程机械与其他各国比较还增加了铁路线路工程机械、叉车与工业搬运车辆、装修机械、电梯、风动工具等行业。

中国工程机械行业产品范围主要从通用设备制造专业和专用设备制造业大类中分列出来。1979年由国家计委和第一机械工业部对中国工程机械行业发展编制了“七五”发展规划，产品范围涵盖了工程机械大行业18大类产品，并在“七五”发展规划后的历次国家机械工业行业规划都确认了工程机械这18大类产品，其产品范围一直延续至今。

这18大类产品，包括挖掘机械，铲土运输机械，工程起重机械，工业车辆，压实机械，桩工机械，混凝土机械，钢筋及预应力机械，装修机械，凿岩机械，气动工具，铁路路线机械，军用工程机械，电梯与扶梯，工程机械专用零部件等。

我国工程机械行业经过几十年的发展，已形成能生产18大类、4500多种规格型号的产品，基本能满足国内市场需求、具有相当规模和蓬勃发展活力的重要行业。尤其是本世纪前十年，我国工程机械更是进入黄金发展期，数据显示，2012年1-10月，全国工程机械行业完成工业总产值5016.33亿元，累计同比增长1.53%；完成销售产值4922.63亿元，累计同比增长2.5%。产销率为98.13%。全国工程机械行业累计完成出口交货值290.13亿元，同比增长21.44%。其中，海洋工程专用设备制造的出口保持较高增长，增速为44.49%；建筑材料生产专用机械制造最低，为11.8%。

2013年1季度，由于市场保有量庞大，下游基建投资刺激作用有限，工程机械新机市场需求依然不振。为控制成本、减少产成品资金占用，主要企业仍将去库存化作为首要任务，组织生产相对谨慎。以挖掘机、装载机为例，1季度累计产量分别为38225台、47199台，同比分别下降32.3%、14.4%，其中挖掘机产量降幅较上年同期扩大10.7个百分点，装载机产量降幅较上年同期收窄6.3个百分点。

2011年1月—2013年3月主要工程机械产品月度产量增速

中国工程机械行业，经过50年的发展，已形成能生产18大类、4500多种规格型号的产品，基本能满足国内市场需求、具有相当规模和蓬勃发展活力的重要行业。2005年中国生产工程机械产品规模以上的企业约有1000家，其中外商独资合资企业130家；年销售额1000

万以上企业有300家；亿元以上企业有100家，年销售额940亿元，占全行业的75%；10亿元以上的企业有23家，年销售额占全行业的50%。

对于工程机械行业，在发展中调整产品结构是关键，首先要围绕国内市场需求进行，同时发展在国际市场上有竞争力的产品。对于原已占有市场的优势产品，要增加新品种，以满足多种多样的不同地区和不同气候的工作环境。在产品开发上，要着眼于国际市场水平和国内建设项目以及农村发展的需要，多做用户调研和市场分析。另外就是应特别注重工程机械配套发动机和关键零部件产品的结构调整及发展，提高配套件水平是产品上水平的关键之一。

工程机械产品需求及增长幅度与GDP、基本建设投资规模具有较强的相关性，行业景气度与固定资产投资的增幅基本上呈同步正相关的关系。“十五”期间中国工程机械消费额平均每年占全社会固定资产额的1.9%，“十一五”固定资产投资增速变缓，市场容量扩充相对不足，行业的发展将逐步趋于理性。

2008年爆发了全球性的金融危机，国内工程机械行业受到了不同程度的影响，然而中国政府随后出台了十大投资措施和4万亿元投资规划，再一次表明了政府通过加大投资促进经济增长的决心，有利于工程机械的国内需求。在四万亿投资计划的刺激下，预计2009年工程机械将恢复增长。

扩内需促工程机械发展态势回暖

金融危机之下，工程机械行业采取积极应对措施，在保增长、扩内需、调结构相关政策的推动下，转变发展方式、寻求新的经济增长点，工程机械行业呈现回暖态势。

为应对经济危机，去年年底国家投资4万亿资金以拉动内需，改善经济发展。在国家经济政策的支持之下，国内各类工程项目大规模开工建设，工程机械的需求明显回升，特别是内销需求，形势好于出口。4月份，起重机日均产量比3月份增长4.1%，装载机、输送机、挖掘机、压实机械增幅在12.6%-50.6%。据相关数据显示，工程机械行业销量持续回升，其中表现最为突出的是挖掘机。其2月份销量同比增长36%，环比增长2.9倍；3月份总销量13314台，环比增长61%。其中履带式挖掘机是最具代表性的挖掘机产品，一季度，中国共进口履带式挖掘机3903台，同比下降56.2%；出口701台，同比下降57.2%，挖掘机行业呈现出的稳定增长的态势向我们展示了机械行业较好的市场前景，内需表现出了明显的回升。公路、铁路、城轨等相关建设工程的招标、中标信息在相关网站的公布明显增多，专注于公路铁路工程建疫的“筑路网”每日发布的招标、中标信息可达上百条，可见工程机械行业建设项目之多，那么国内工程机械销量也将必然增多。

经济危机之下，出口下滑，而部分企业对外出口依赖程度高，在国内寻求市场，成为工程机械行业的一个主要发展渠道，在此种情况下，工程机械内需回升趋势势如破竹，工程机械发展回暖迹象明显。

随着市场需求与变化，工程机械操作技术需求提升，工程机械无线控制系统普及化，而大力神工业无线遥控器，成为工程机械行业的一个主要控制配套产品。

经过2009年的大衰退后，2011年全球工程机械迎来第二年的强劲增长，2011年全球工程

机械前50强企业的销售额较2010年增长25%，达1820亿美元，创行业最高纪录，超过了2008年全球金融危机前的1680亿美元的纪录，显示了全球销售旺盛的势头。

10年来，我国工程机械行业在发展方式转变、经济结构调整方面取得明显成效，综合实力迅速增强，国际竞争力和产业地位大大提升。我国工程机械行业各类产品的技术水平及可靠性大多已达到甚至超过了国际先进水平，在世界工程机械领域有了诸多响当当的中国品牌。

2012年1-10月，全国工程机械行业完成工业总产值5016.33亿元，累计同比增长1.53%；完成销售产值4922.63亿元，累计同比增长2.5%。产销率为98.13%。全国工程机械行业累计完成出口交货值290.13亿元，同比增长21.44%。其中，海洋工程专用设备制造的出口保持较高增长，增速为44.49%；建筑材料生产专用机械制造最低，为11.8%。

“十二五”期间，稳健向上的中国经济将为工程机械行业的发展提供重要而持续的动力，受益于此，加之企业创新能力及综合竞争力的不断提升，我国工程机械行业将继续保持高位运行。根据中国工程机械行业“十二五”发展规划，到“十二五”期末，我国工程机械行业销售规模将达到9000亿元，年平均增长率约为17%，相比于过去5年27.5%的平均增速以及过去10年23.8%的平均增速而言，未来随着行业总体规模的不断增长，增速将逐步回落，行业中长期将进入稳健增长。

到2015年，我国工程机械市场需求将达到8370亿元-8510亿元。随着进出口顺差进一步扩大，产品技术附加值进一步提高，“十二五”规划预测，到2015年全行业销售规模将达到9000亿元水平，年平均增长率约为17%。其中，出口目标为260亿美元，分别为挖掘机3万台、装载机4万台、推土机6000台、平地机3000台、建筑起重机1万台、叉车8万台、压路机1.1万台、摊铺机800台、轮式起重机1.6万台，履带式起重机1500台、混凝土搅拌车1万台，混凝土泵车1500台和旋挖钻机800台。

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。

报告目录：

第一部分 工程机械产业环境透视

第一章 工程机械行业发展综述

第一节 工程机械行业定义及特征

一、行业定义

二、行业产品分类

三、行业特征分析

第二节 工程机械行业统计标准

- 一、统计部门和统计口径
- 二、行业主要统计方法介绍
- 三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 工程机械行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期

第二章 中国工程机械行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

- 一、国家宏观经济环境
- 二、行业宏观经济环境

第二节 政策环境分析

- 一、行业法规及政策
- 二、行业发展规划

第三节 技术环境分析

- 一、主要生产技术分析
- 二、技术发展趋势分析

第三章 国际工程机械行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球工程机械市场总体情况分析

- 一、全球工程机械市场结构
- 二、全球工程机械行业发展分析
- 三、全球工程机械行业竞争格局

第二节 美国工程机械行业发展经验借鉴

- 一、美国工程机械行业发展历程分析
- 二、美国工程机械行业市场现状分析
- 三、美国工程机械行业发展趋势预测
- 四、美国工程机械行业对中国的启示

第三节 日本工程机械行业发展经验借鉴

- 一、日本工程机械行业发展历程分析

- 二、日本工程机械行业市场现状分析
- 三、日本工程机械行业发展趋势预测
- 四、日本工程机械行业对中国的启示
- 第四节 德国工程机械行业发展经验借鉴
- 一、德国工程机械行业发展历程分析
- 二、德国工程机械行业市场现状分析
- 三、德国工程机械行业发展趋势预测
- 四、德国工程机械行业对中国的启示

第二部分 工程机械市场深度调研

第四章 中国工程机械行业运行现状分析

第一节 中国工程机械行业发展状况分析

- 一、中国工程机械行业发展阶段
- 二、中国工程机械行业发展总体概况
- 三、中国工程机械行业发展特点分析

第二节 2013-2014年工程机械行业发展现状

- 一、中国工程机械行业市场规模
- 二、中国工程机械行业发展分析
- 三、中国工程机械企业发展分析

第三节 2013-2014年工程机械市场情况分析

- 一、中国工程机械市场总体概况
- 二、中国工程机械产品市场发展分析
- 三、中国工程机械市场发展趋势分析

第五章 中国工程机械市场供需形势分析

第一节 工程机械行业生产分析

- 一、国内产品及原材料生产基地分布
- 二、产品及原材料产业集群发展分析
- 三、2013-2014年原材料产能情况分析

第二节 中国工程机械市场供需分析

- 一、2013-2014年中国工程机械行业供给情况
- 1、中国工程机械行业供给分析
- 2、中国工程机械行业产品产量分析
- 3、重点企业产能及占有份额
- 二、2013-2014年中国工程机械行业需求情况

- 1、工程机械行业需求市场
- 2、工程机械行业客户结构
- 3、工程机械行业需求的地区差异
- 三、2013-2014年中国工程机械行业供需平衡分析
- 第三节 工程机械产品市场应用及需求预测
- 一、工程机械产品应用市场总体需求分析
- 1、工程机械产品应用市场需求特征
- 2、工程机械产品应用市场需求总规模
- 二、2015-2020年工程机械行业领域需求量预测
- 1、工程机械行业需求产品功能预测
- 2、工程机械行业需求产品市场格局预测
- 三、重点行业工程机械产品需求分析预测

第六章 工程机械行业进出口结构及面临的机遇与挑战

第一节 工程机械行业进出口市场分析

- 一、工程机械行业进出口综述
- 1、中国工程机械进出口的特点分析
- 2、中国工程机械进出口地区分布状况
- 3、中国工程机械进出口的贸易方式及经营企业分析
- 4、中国工程机械进出口政策与国际化经营
- 二、工程机械行业出口市场分析
- 1、2013-2014年行业出口整体情况
- 2、2013-2014年行业出口总额分析
- 3、2013-2014年行业出口产品结构
- 三、工程机械行业进口市场分析
- 1、2013-2014年行业进口整体情况
- 2、2013-2014年行业进口总额分析
- 3、2013-2014年行业进口产品结构
- 第二节 中国工程机械出口面临的挑战及对策
- 一、中国工程机械出口面临的挑战
- 二、工程机械行业进出口前景
- 三、工程机械行业进出口发展建议

第三部分 工程机械行业竞争格局分析

第七章 工程机械市场竞争格局及集中度分析

第一节 工程机械行业国际竞争格局分析

- 一、国际工程机械市场发展状况
- 二、国际工程机械市场竞争格局
- 三、国际工程机械市场发展趋势分析
- 四、国际工程机械重点企业竞争力分析

第二节 工程机械行业国内竞争格局分析

- 一、国内工程机械行业市场规模分析
- 二、国内工程机械行业竞争格局分析
- 三、国内工程机械行业竞争力分析

第三节 工程机械行业集中度分析

- 一、企业集中度分析
- 二、区域集中度分析
- 三、市场集中度分析

第八章 工程机械行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征分析

- 一、行业区域结构总体特征
- 二、行业区域集中度分析
- 三、行业区域分布特点分析
- 四、行业规模指标区域分布分析
- 五、行业效益指标区域分布分析
- 六、行业企业数的区域分布分析

第二节 华东地区工程机械行业发展分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

第三节 华南地区工程机械行业发展分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

第四节 华中地区工程机械行业发展分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第五节 华北地区工程机械行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第六节 东北地区工程机械行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第七节 西部地区工程机械行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第九章 中国工程机械行业重点企业经营分析

第一节 成都神钢建设机械有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第二节 太原重工股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第三节 宁波海迈克动力科技有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第四节 上海奥达科股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第五节 攀枝花钢城集团铁路设备修造有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第六节 北京华德液压工业集团有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第七节 湖南优力特重工有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第八节 奇瑞迪凯重科股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第九节 南京钢铁股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第十节 邦飞利传动设备（上海）有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析

第四部分 工程机械行业发展前景展望

第十章 2015-2020年工程机械行业前景及趋势预测

第一节 2015-2020年工程机械市场发展前景

- 一、工程机械市场发展潜力
- 二、工程机械市场发展前景展望
- 三、工程机械细分行业发展前景分析

第二节 2015-2020年工程机械市场发展趋势预测

- 一、工程机械行业发展趋势分析
 - 1、技术发展趋势分析
 - 2、产品发展趋势分析
- 二、工程机械行业市场规模预测
 - 1、工程机械行业市场容量预测
 - 2、工程机械行业销售收入预测
- 三、工程机械行业细分市场发展趋势预测

第十一章 2015-2020年工程机械行业投资机会与风险防范

第一节 中国工程机械行业投资特性分析

- 一、工程机械行业进入壁垒分析
- 二、工程机械行业盈利模式分析
- 三、工程机械行业盈利因素分析

第二节 中国工程机械行业投资情况分析

- 一、工程机械行业总体投资及结构
- 二、工程机械行业投资规模情况
- 三、工程机械行业投资项目分析

第三节 中国工程机械行业投资风险

- 一、工程机械行业供求风险
- 二、工程机械行业关联产业风险
- 三、工程机械行业产品结构风险
- 四、工程机械行业技术风险

第四节 工程机械行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、工程机械行业投资机遇

第五部分 工程机械行业发展战略研究

第十二章 工程机械行业发展战略研究

第一节 工程机械行业发展战略研究

- 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

第二节 对中国工程机械品牌的战略思考

- 一、工程机械品牌的重要性
- 二、工程机械实施品牌战略的意义
- 三、工程机械企业品牌的现状分析
- 四、中国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

第三节 工程机械行业经营策略分析

- 一、工程机械市场细分策略
- 二、工程机械市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、工程机械新产品差异化战略

第四节 工程机械行业投资战略研究

- 一、2015年工程机械行业投资战略
- 二、2015-2020年工程机械行业投资战略
- 三、2015-2020年细分行业投资战略

图表目录：

图表：工程机械行业生命周期

图表：工程机械行业产业链结构

图表：2012-2014年中国工程机械行业盈利能力分析

图表：2012-2014年中国工程机械行业运营能力分析

图表：2012-2014年中国工程机械行业偿债能力分析

图表：2012-2014年中国工程机械行业发展能力分析

图表：2012-2014年中国工程机械行业经营效益分析

图表：2012-2014年不同规模企业利润总额分布

图表：2012-2014年工程机械行业重要数据指标比较

图表：2012-2014年中国工程机械市场占全球份额比较

图表：2012-2014年工程机械行业工业总产值

图表：2012-2014年工程机械行业销售收入

图表：2012-2014年工程机械行业利润总额

图表：2012-2014年工程机械行业资产总计

图表：2012-2014年工程机械行业负债总计

图表：2012-2014年工程机械行业竞争力分析

图表：2012-2014年工程机械市场价格走势

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/181372.html>