

2016-2022年中国工程机械行业市场全景评估及发展趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国工程机械行业市场全景评估及发展趋势预测报告》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/281719.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。

2015年工程机械行业明显恶化，期待基建回暖订单改善。2015年实现营业收入443.32亿元，同比减少30%；归母净利润亏损1.42亿元，同比下降104%。全球经济增速低于预期，行业正面临产能过剩、需求不振、销售从紧以及利润大幅下滑的深度调整期。2010-2015年中国工程机械行业年度营业收入/归母净利润及增速（亿元）

2010-2015年中国工程机械行业净利率

2010-2015年中国工程机械行业毛利率

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 2014-2016年国际工程机械行业发展分析

2.1 2014-2016年全球工程机械行业发展综述

2.1.1 全球工程机械行业规模

2.1.2 全球工程机械企业格局

2.1.3 工程机械行业并购动态

2.2 欧洲

2.2.1 欧洲工程机械行业发展概况

2.2.2 德国工程机械行业发展优势

2.2.3 意大利建筑设备市场销售规模

2.2.4 俄罗斯工程机械市场需求分析

2.3 北美

2.3.1 美国工程机械对外贸易情况

2.3.2 美国工程机械销售规模情况

2.3.3 美国工程机械未来出口预测

2.4 日本

2.4.1 日本二手工程机械市场形态分析

2.4.2 2016年日本工程机械销售规模

2.4.3 日本工程机械行业的重点企业

2.4.4 日本工程机械对华的出口情况

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

第三章 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 宏观经济状况

3.1.3 工业经济运行

3.1.4 国际贸易情况

3.1.5 经济运行态势

3.2 政策环境分析

3.2.1 互联网+

3.2.2 智能制造

3.2.3 一带一路

3.2.4 金融服务政策

3.3 社会环境分析

3.3.1 节能环保

3.3.2 人口红利拐点

3.3.3 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 2016年新品技术发展动态

第四章 2014-2016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

1.1.1 行业发展成就

4.1.2 行业发展现状

4.1.3 行业发展动力

4.1.4 两化融合现状

4.1.5 企业兼并重组

4.2 2014-2016年工程机械行业发展规模

4.2.1 2014年行业运行状况

4.2.2 2015年行业运行情况

4.2.3 2015年设备保有量情况

4.2.4 2016年行业产销规模

4.3 2014-2016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 工程机械转型机遇

4.3.3 工程机械转型方向

4.3.4 工程机械转型思路

4.3.5 工程机械转型策略

4.4 工程机械行业的节能减排发展

4.4.1 工程机械行业节能减排现状

4.4.2 工程机械行业节能减排核心

4.4.3 工程机械节能减排技术手段

4.4.4 工程机械产品的环保设计解析

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 2014-2016年中国工程机械市场分析

5.1 2014-2016年工程机械市场格局

5.1.1 市场供需状况

5.1.2 区域分布格局

5.1.3 企业效益分析

2016年一季度销量及销售额有望较前几年的低位有所上升，营收及归母净利润下滑幅度同比收窄，但我们认为幅度不会很大。同时，受制于需求的温和复苏，产能利用率后续的提高幅度有限，制约盈利改善的持续性。随着销售回暖存货出清加快，但信用销售遗留问题依然存在，应收账款周转天数在2015年四季度回落后又再次上升。

2010-2016年中国工程机械行业季度营业收入/归母净利润及增速（亿元）

2010-2016年中国工程机械行业季度周转天数

5.1.4 市场产品动态

5.1.5 市场发展空间

5.2 2014-2016年工程机械市场需求分析

5.2.1 整体需求概况

5.2.2 市场销售分析

5.2.3 海外市场形势

5.2.4 市场发展潜力

1.1.1 多功能产品需求

5.3 二手工程机械市场发展分析

5.3.1 市场发展规模

5.3.2 发展关键因素

5.3.3 市场规范出台

5.3.4 市场发展瓶颈

5.3.5 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

5.5 2014-2016年重点地区工程机械市场发展动态

5.5.1 江苏

5.5.2 湖南

5.5.3 四川

5.5.4 新疆

第六章 2014-2016年工程机械租赁发展分析

6.1 中国工程机械租赁行业发展综述

6.1.1 工程机械租赁特点

6.1.2 工程机械租赁方式

6.1.3 品牌租赁时代来临

6.1.4 租赁对工程机械影响

6.1.5 外企对工程机械租赁影响

6.2 2014-2016年工程机械融资租赁市场分析

6.2.1 工程机械掀融资租赁潮

6.2.2 融资租赁的行业热点

6.2.3 机械融资租赁发展潜力

6.2.4 机械租赁的发展前景

6.2.5 融资租赁的风险处理

6.3 工程机械租赁发展存在的问题及建议

6.3.1 租赁市场发展瓶颈

6.3.2 机械租赁制约因素

6.3.3 租赁行业发展建议

6.3.4 融资租赁风险预测

6.3.5 融资租赁对策建议

第七章 2014-2016年工程机械产量数据分析

7.1 2014-2016年全国及主要省份挖掘、铲土运输机械产量分析

7.1.1 2014年全国及主要省份挖掘、铲土运输机械产量分析

7.1.2 2015年全国及主要省份挖掘、铲土运输机械产量分析

7.1.3 2016年全国及主要省份挖掘、铲土运输机械产量分析

7.2 2014-2016年全国及主要省份混凝土机械产量分析

7.2.1 2014年全国及主要省份混凝土机械产量分析

7.2.2 2015年全国及主要省份混凝土机械产量分析

7.2.3 2016年全国及主要省份混凝土机械产量分析

7.3 2014-2016年全国及主要省份起重机产量分析

7.3.1 2014年全国及主要省份起重机产量分析

7.3.2 2015年全国及主要省份起重机产量分析

7.3.3 2016年全国及主要省份起重机产量分析

7.4 2014-2016年全国及主要省份压实机械产量分析

7.4.1 2014年全国及主要省份压实机械产量分析

7.4.2 2015年全国及主要省份压实机械产量分析

7.4.3 2016年全国及主要省份压实机械产量分析

第八章 2014-2016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 行业竞争格局

8.1.4 行业发展新常态

8.1.5 混合动力技术发展

8.2 2014-2016年中国挖掘机行业运行分析

8.2.1 2014年市场销量状况

8.2.2 2015年产品销售规模

8.2.3 2015年市场格局分布

8.2.4 2016年市场销售规模

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 国外液压挖掘机发展概况

8.4.2 国内液压挖掘机发展概况

8.4.3 中国液压挖掘机市场规模

8.4.4 大型液压挖掘机的生产企业

8.4.5 液压挖掘机节能控制发展方向

8.5 挖掘机行业存在的问题及建议

8.5.1 挖掘机行业存在的问题

8.5.2 挖掘机市场潜在的隐患

8.5.3 挖掘机行业面临的挑战

8.5.4 挖掘机行业转型策略

8.5.5 挖掘机行业发展建议

8.5.6 挖掘机行业创新对策

第九章 2014-2016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 发展趋势分析

9.1.4 行业核心竞争力

9.1.5 行业风险及应对建议

9.2 2014-2016年起重机市场运行分析

9.2.1 2014年市场销售规模

9.2.2 2015年生产情况分析

9.2.3 2016年市场销售情况

9.3 汽车起重机市场

9.3.1 产品发展进程

9.3.2 行业市场发展

9.3.3 2015年销售情况

9.3.4 2016年销售情况

9.3.5 2016年发展形势

9.4 履带起重机市场

9.4.1 市场发展壮大

9.4.2 2015年销售情况

9.4.3 2016年销售情况

9.4.4 企业竞争战略

9.4.5 发展趋势分析

9.5 随车起重机

9.5.1 2015年市场规模

9.5.2 2016年市场规模

9.5.3 企业发展动态分析

9.5.4 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

1.1.1 未来发展趋势

9.6.6 市场前景展望

第十章 2014-2016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

1.1.1 市场格局分布

10.1.2 品牌发展态势

10.2 2014-2016年中国压路机市场规模

10.2.1 市场销售规模

10.2.2 产品出口规模

10.2.3 竞争格局变化

10.2.4 市场热点分析

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 2014-2016年其他细分产品的发展

11.1 装载机

11.1.1 市场竞争格局

11.1.2 2014年销量分析

11.1.3 2015年市场规模

11.1.4 2016年销售规模

11.1.5 存在的问题及建议

11.2 推土机

11.2.1 2014年市场规模

11.2.2 2015年销售规模

11.2.3 2016年销量分析

11.2.4 行业存在的问题

11.2.5 发展方向分析

11.2.6 市场前景展望

11.3 平地机

11.3.1 2014年市场销量

11.3.2 2015年市场销量

11.3.3 海外市场发展状况

11.3.4 国内企业发展策略

11.3.5 行业发展方向分析

第十二章 2014-2016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 行业转型升级

12.1.3 发展形势展望

12.2 工业车辆

12.2.1 2014年行业规模

12.2.2 2015年市场销量

12.2.3 2016年销售情况

12.2.4 行业存在的问题

12.2.5 行业发展建议

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 行业发展困境

12.3.5 行业发展建议

12.3.6 行业发展趋势

第十三章 2014-2016年工程机械进出口分析

13.1 中国工程机械进出口规模

13.1.1 2014年贸易情况分析

13.1.2 2015年贸易情况分析

13.1.3 2016年贸易发展情况

13.2 中国工程机械产品出口机遇

13.2.1 高铁

13.2.2 农机

13.2.3 塔机

13.3 2014-2016年中国挖掘机、推土机、平地机等进出口数据分析

- 13.3.1 2014-2016年中国挖掘机、推土机、平地机等进出口总量数据分析
- 13.3.2 2014-2016年主要贸易国挖掘机、推土机、平地机等进出口数据分析
- 13.3.3 2014-2016年主要省市挖掘机、推土机、平地机等进出口数据分析
- 13.4 2014-2016年中国起重机进出口数据分析
 - 13.4.1 2014-2016年中国起重机进出口总量数据分析
 - 13.4.2 2014-2016年主要贸易国起重机进出口数据分析
 - 13.4.3 2014-2016年主要省市起重机进出口数据分析
- 13.5 2014-2016年中国叉车进出口数据分析
 - 13.5.1 2014-2016年中国叉车进出口总量数据分析
 - 13.5.2 2014-2016年主要贸易国叉车进出口数据分析
 - 13.5.3 2014-2016年主要省市叉车进出口数据分析
- 13.6 中国工程机械出口面临的挑战及对策
 - 13.6.1 工程机械出口存在的问题
 - 13.6.2 工程机械出口面临的风险
 - 13.6.3 工程机械贸易摩擦成因及对策
 - 13.6.4 扩大工程机械产品出口的策略
- 第十四章 2014-2016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 三一重工的展会营销

14.4.6 河南通冠典型营销事件

第十五章 2014-2016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 中国工程机械的行业地位

15.1.1 国内市场中外企业竞争情况

15.1.3 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 工程机械行业竞争形势

15.3.1 国内企业分化情况

15.3.2 企业产品升级竞争

15.3.3 行业步入多重竞争阶段

15.3.4 行业掀起服务竞争高潮

15.3.5 企业需确立核心竞争力

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 2014-2016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 经营效益分析
- 16.1.3 业务经营分析
- 16.1.4 财务状况分析
- 16.1.5 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 经营效益分析
- 16.2.3 业务经营分析
- 16.2.4 财务状况分析
- 16.2.5 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 经营效益分析
- 16.3.3 业务经营分析
- 16.3.4 财务状况分析
- 16.3.5 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 经营效益分析
- 16.4.3 业务经营分析
- 16.4.4 财务状况分析
- 16.4.5 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 经营效益分析
- 16.6.3 业务经营分析
- 16.6.4 财务状况分析
- 16.6.5 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 营运能力分析

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 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 基础设施建设引发工程机械需求

17.2 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 2016-2022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 全球工程机械行业前景展望

18.2.2 中国工程机械行业前景乐观

18.2.3 工程机械行业需求规模预测

18.3 2016-2022年中国工程机械行业预测分析

18.3.1 2016-2022年中国工程机械行业发展因素分析

18.3.2 2016-2022年中国工程机械行业产值预测

18.3.3 2016-2022年中国工程机械行业产量预测

18.3.4 2016-2022年中国工程机械行业利润预测

18.4 工程机械细分行业前景趋势分析

18.4.1 挖掘机

18.4.2 小型挖掘机

18.4.3 工程起重机

18.4.4 农用工程机械

18.4.5 特种小型工程机械

图表目录：图表 2010-2015年全球工程机械行业营业收入状况

图表 2015各企业营业收入占比

图表 2015年各地区营业收入占比

图表 2016年全球工程机械制造商50强市场占有率

图表 2015年全球工程机械制造商50强排行榜中国企业

图表 2009-2015年美国工程机械销售状况

图表 2009-2015年美国液压挖掘机销售状况

图表 2009-2015年美国压路机销售状况

图表 2009-2015年美国挖掘装载机销售状况

图表 2015年日本工程机械销售额变化

图表 2015年日本各类工程机械整机与零部件销售额变化

图表 2015年日本各类工程机械整机与零部件销售额占比

图表 2015年日本各类工程机械销量

图表 2010-2015年国内生产总值及其增长速度

图表 2010-2015年粮食产量

图表 2010-2015年社会消费品零售总额

图表 2014居民消费价格月度涨跌幅度

图表 2015年居民消费价格比2014年涨跌幅度

图表 2015年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比

图表 2014-2016年各月累计主营业务收入与利润总额同比增速

图表 2014-2016年各月累计利润率及每百元主营业务收入中的成本

图表 2016年分经济类型主营业务收入与利润总额同比增速

图表 2016年规模以上工业企业主要财务指标

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/281719.html>