

2021-2027年中国建筑工程机械制造行业市场深度 评估及市场发展策略报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国建筑工程机械制造行业市场深度评估及市场发展策略报告》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.chyxx.com/research/202103/934463.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

智研咨询发布的《2021-2027年中国建筑工程机械制造行业市场深度评估及市场发展策略报告》共十一章。首先介绍了建筑工程机械制造行业市场发展环境、建筑工程机械制造整体运行态势等，接着分析了建筑工程机械制造行业市场运行的现状，然后介绍了建筑工程机械制造市场竞争格局。随后，报告对建筑工程机械制造做了重点企业经营状况分析，最后分析了建筑工程机械制造行业发展趋势与投资预测。您若想对建筑工程机械制造产业有个系统的了解或者想投资建筑工程机械制造行业，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 建筑工程机械制造行业投资背景分析

1.1 建筑工程机械制造行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 行业主要产品大类

1.1.3 行业在国民经济中的地位

1.2 建筑工程机械制造行业统计标准

1.2.1 行业统计部门和统计口径

1.2.2 行业主要统计方法介绍

1.2.3 行业涵盖数据种类介绍

1.3 建筑工程机械制造行业下游需求市场分析

1.3.1 固定资产投资规模与增速分析

1.3.2 采掘行业投资规模与增速分析

1.3.3 基础设施投资规模与增速分析

1.3.4 房地产市场投资规模与增速分析

1.4 建筑工程机械增长行业融资环境分析

1.4.1 我国信贷环境分析与预测

1.4.2 社会融资总额与结构分析预测

1.4.3 地方政府城头债发行规模分析预测

第二章 建筑工程机械制造所属行业整体运营状况分析

2.1 建筑工程机械制造行业景气指数分析

2.1.1 建筑工程机械制造行业景气指数分析

- 2.1.2 建筑工程机械制造行业预警指数分析
- 2.1.3 建筑工程机械制造行业产值指数分析
- 2.1.4 建筑工程机械制造行业需求指数分析
- 2.1.5 建筑工程机械制造行业利润总额分析
- 2.1.6 建筑工程机械制造行业税金总额分析
- 2.1.7 建筑工程机械制造行业资产增加额分析
- 2.2 建筑工程机械制造行业经营发展状况分析
 - 2.2.1 建筑工程机械制造行业经营效益分析
 - 2.2.2 建筑工程机械制造行业盈利能力分析
 - 2.2.3 建筑工程机械制造行业营运能力分析
 - 2.2.4 建筑工程机械制造行业偿债能力分析
 - 2.2.5 建筑工程机械制造行业发展能力分析
- 2.3 建筑工程机械制造行业经济指标分析
 - 2.3.1 行业经济效益主要影响因素
 - 2.3.2 行业主要经济指标分析
 - 2.3.3 不同规模企业经济指标分析
 - 2.3.4 不同性质企业经济指标分析
 - 2.3.5 不同地区企业经济指标分析
- 2.4 建筑工程机械制造行业供需平衡分析
 - 2.4.1 全国建筑工程机械制造行业供给情况分析
 - (1) 全国建筑工程机械制造行业总产值分析
 - (2) 全国建筑工程机械制造行业产成品分析
 - 2.4.2 各地区建筑工程机械制造行业供给情况分析
 - 2.4.3 全国建筑工程机械制造行业需求情况分析
 - (1) 全国建筑工程机械制造行业销售产值分析
 - (2) 全国建筑工程机械制造行业销售收入分析
 - 2.4.4 各地区建筑工程机械制造行业需求情况分析
 - 2.4.5 全国建筑工程机械制造所属行业产销率分析
- 2.5 建筑工程机械制造所属行业进出口市场分析
 - 2.5.1 建筑工程机械制造行业进出口综述
 - 2.5.2 建筑工程机械制造行业出口市场分析
 - (1) 行业出口整体情况
 - (2) 行业出口产品结构
 - 2.5.3 建筑工程机械制造行业进口市场分析
 - (1) 行业进口整体情况

(2) 行业进口产品结构

2.5.4 建筑工程机械制造行业进出口前景及建议

(1) 行业出口前景及建议

(2) 行业进口前景及建议

第三章 建筑工程机械制造行业市场竞争与并购投资分析

3.1 建筑工程机械制造行业国际市场竞争状况分析

3.1.1 国际建筑工程机械制造市场发展状况

3.1.2 国际建筑工程机械制造市场主要企业

3.1.3 国际建筑工程机械制造市场发展趋势分析

3.1.4 跨国公司在华市场的投资布局

(1) 日立建机在华市场投资布局分析

(2) 小松制作所在华市场投资布局分析

(3) 沃尔沃公司在华市场投资布局分析

(4) 韩国斗山集团在华市场投资布局分析

(5) 卡特彼勒公司在华市场投资布局分析

(6) 日本神钢建机株式在华市场投资布局分析

(7) 韩国现代重工集团在华市场投资布局分析

3.1.5 跨国公司在华的竞争策略分析

3.2 建筑工程机械制造行业国内市场竞争状况分析

3.2.1 建筑工程机械制造行业竞争格局分析

3.2.2 建筑工程机械制造行业五力竞争情况分析

(1) 现有企业的竞争情况分析

(2) 潜在进入者威胁分析

(3) 供应商议价能力分析

(4) 下游客户议价能力分析

(5) 替代品威胁分析

(6) 五力竞争情况总结

3.2.3 建筑工程机械制造行业未来竞争趋势预测

3.3 建筑工程机械制造行业投资并购分析

3.3.1 建筑工程机械制造行业投资并购特征

3.3.2 建筑工程机械制造行业固定资产投资

3.3.3 建筑工程机械制造行业并购规模分析

3.3.4 建筑工程机械制造行业并购案例分析

3.3.5 建筑工程机械制造行业投资并购趋势

第四章 中国挖掘机所属市场需求规模与发展趋势分析

4.1 中国挖掘机市场发展规模分析

4.1.1 中国挖掘机市场的保有量分析

4.1.2 中国挖掘机市场进出口规模分析

4.1.3 中国挖掘机市场销售规模分析

4.1.4 中国挖掘机市场产量规模分析

4.2 中国挖掘机市场竞争格局分析

4.2.1 中国挖掘机市场主要品牌分析

4.2.2 中国挖掘机市场内外资品牌份额分析

4.2.3 中国挖掘机市场本土品牌市场份额分析

4.3 挖掘机市场最新技术趋势分析

4.3.1 挖掘机市场技术专利现状

4.3.2 挖掘机市场最新热点技术分析

4.3.3 挖掘机市场未来技术趋势预测

4.4 挖掘机市场容量与发展空间预测

4.4.1 挖掘机市场需求规模预测模型构建逻辑

4.4.2 挖掘机市场需求规模预测模型的假设

4.4.3 2021-2027年挖掘机市场需求规模预测

4.4.4 2020年挖掘机市场销量增速敏感性分析

第五章 中国装载机所属市场需求规模与发展趋势分析

5.1 中国装载机市场发展规模分析

5.1.1 中国装载机市场的保有量分析

5.1.2 中国装载机市场进出口规模分析

5.1.3 中国装载机市场销售规模分析

5.1.4 中国装载机市场产量规模分析

5.2 中国装载机市场竞争格局分析

5.2.1 中国装载机市场主要品牌分析

5.2.2 中国装载机市场内外资品牌份额分析

5.2.3 中国装载机市场本土品牌市场份额分析

5.3 装载机市场最新技术趋势分析

5.3.1 装载机市场技术专利现状

5.3.2 装载机市场最新热点技术分析

5.3.3 装载机市场未来技术趋势预测

5.4 装载机市场容量与发展空间预测

5.4.1 装载机市场需求规模预测模型构建逻辑

5.4.2 装载机市场需求规模预测模型的假设

5.4.3 2021-2027年装载机市场需求规模预测

5.4.4 2020年装载机市场销量增速敏感性分析

第六章 中国混凝土机械市场需求规模与发展趋势分析

6.1 中国混凝土机械市场发展规模分析

6.1.1 中国混凝土机械市场的保有量分析

6.1.2 中国混凝土机械市场进出口规模分析

6.1.3 中国混凝土机械市场销售规模分析

6.1.4 中国混凝土机械市场产量规模分析

6.2 中国混凝土机械市场竞争格局分析

6.2.1 中国混凝土机械市场主要品牌分析

6.2.2 中国混凝土机械市场内外资品牌份额分析

6.2.3 中国混凝土机械市场本土品牌市场份额分析

6.3 混凝土机械市场最新技术趋势分析

6.3.1 混凝土机械市场技术专利现状

6.3.2 混凝土机械市场最新热点技术分析

6.3.3 混凝土机械市场未来技术趋势预测

6.4 混凝土机械市场容量与发展空间预测

6.4.1 混凝土机械市场需求规模预测模型构建逻辑

6.4.2 混凝土机械市场需求规模预测模型的假设

6.4.3 2021-2027年混凝土机械市场需求规模预测

6.4.4 2020年混凝土机械市场销量增速敏感性分析

第七章 建筑工程机械制造行业其他产品市场需求分析

7.1 中国推土机产品市场需求规模预测分析

7.1.1 中国推土机市场主要竞争格局分析

7.1.2 中国推土机龙头企业市场份额分析

7.1.3 2020年推土机市场销售形势分析

7.1.4 2021-2027年推土机市场需求规模预测

7.1.5 中国推土机市场发展趋势预测分析

7.2 中国压路机产品市场需求规模预测分析

7.2.1 中国压路机市场主要竞争格局分析

7.2.2 中国压路机龙头企业市场份额分析

7.2.3 2020年压路机市场销售形势分析

7.2.4 2021-2027年压路机市场需求规模预测

7.2.5 中国压路机市场发展趋势预测分析

7.3 中国起重机产品市场需求规模预测分析

- 7.3.1 中国起重机市场主要竞争格局分析
- 7.3.2 中国起重机龙头企业市场份额分析
- 7.3.3 2020年起重机市场销售形势分析
- 7.3.4 2021-2027年起重机市场需求规模预测
- 7.3.5 中国起重机市场发展趋势预测分析
- 7.4 中国叉车产品市场需求规模预测分析
 - 7.4.1 中国叉车市场主要竞争格局分析
 - 7.4.2 中国叉车龙头企业市场份额分析
 - 7.4.3 2020年叉车市场销售形势分析
 - 7.4.4 2021-2027年叉车市场需求规模预测
 - 7.4.5 中国叉车市场发展趋势预测分析

第八章 建筑工程机械制造区域市场产销规模与需求预测

- 8.1 建筑工程机械行业总体区域结构特征分析
 - 8.1.1 建筑工程机械行业区域结构总体特征
 - 8.1.2 建筑工程机械行业区域集中度分析
 - 8.1.3 建筑工程机械行业区域分布特点分析
 - 8.1.4 建筑工程机械行业规模指标区域分布分析
 - 8.1.5 建筑工程机械行业效益指标区域分布分析
 - 8.1.6 建筑工程机械行业企业规模区域分布分析
- 8.2 华东地区建筑工程机械市场规模与需求分析
 - 8.2.1 华东地区建筑工程机械需求特征分析
 - 8.2.2 华东地区建筑工程机械市场发展现状
 - 8.2.3 华东地区建筑工程机械产销规模分析
 - 8.2.4 华东地区建筑工程机械需求预测分析
 - 8.2.5 华东地区建筑工程机械投资进入建议
- 8.3 华北地区建筑工程机械市场规模与需求分析
 - 8.3.1 华北地区建筑工程机械需求特征分析
 - 8.3.2 华北地区建筑工程机械市场发展现状
 - 8.3.3 华北地区建筑工程机械产销规模分析
 - 8.3.4 华北地区建筑工程机械需求预测分析
 - 8.3.5 华北地区建筑工程机械投资进入建议
- 8.4 华南地区建筑工程机械市场规模与需求分析
 - 8.4.1 华南地区建筑工程机械需求特征分析
 - 8.4.2 华南地区建筑工程机械市场发展现状
 - 8.4.3 华南地区建筑工程机械产销规模分析

- 8.4.4 华南地区建筑工程机械需求预测分析
- 8.4.5 华南地区建筑工程机械投资进入建议
- 8.5 东北地区建筑工程机械市场规模与需求分析
 - 8.5.1 东北地区建筑工程机械需求特征分析
 - 8.5.2 东北地区建筑工程机械市场发展现状
 - 8.5.3 东北地区建筑工程机械产销规模分析
 - 8.5.4 东北地区建筑工程机械需求预测分析
 - 8.5.5 东北地区建筑工程机械投资进入建议
- 8.6 华中地区建筑工程机械市场规模与需求分析
 - 8.6.1 华中地区建筑工程机械需求特征分析
 - 8.6.2 华中地区建筑工程机械市场发展现状
 - 8.6.3 华中地区建筑工程机械产销规模分析
 - 8.6.4 华中地区建筑工程机械需求预测分析
 - 8.6.5 华中地区建筑工程机械投资进入建议
- 8.7 西部地区建筑工程机械市场规模与需求分析
 - 8.7.1 西部地区建筑工程机械需求特征分析
 - 8.7.2 西部地区建筑工程机械市场发展现状
 - 8.7.3 西部地区建筑工程机械产销规模分析
 - 8.7.4 西部地区建筑工程机械需求预测分析
 - 8.7.5 西部地区建筑工程机械投资进入建议
- 第九章 建筑工程机械制造行业主要企业经营状况分析
 - 9.1 建筑工程机械制造企业发展总体状况分析
 - 9.1.1 建筑工程机械制造企业规模分析
 - 9.1.2 建筑工程机械制造所属行业销售收入分析
 - 9.1.3 建筑工程机械制造行业销售利润分析
 - 9.1.4 主要建筑工程机械制造企业创新能力分析
 - 9.2 建筑工程机械制造行业领先企业个案分析
 - 9.2.1 徐工集团工程机械股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
 - (6) 企业投资兼并与重组分析
 - 9.2.2 重工股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析

9.2.3 中联重科股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析

9.2.4 广西柳工机械股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析

9.2.5 斗山工程机械（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析

9.2.6 成都神钢工程机械（集团）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析

9.2.7 厦门厦工机械股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析

9.2.8 日立建机（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析

9.2.9 山推工程机械股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析

9.2.10 山东临工工程机械有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析

第十章 建筑工程机械制造行业投融资趋势分析

10.1 建筑工程机械制造行业投资特性分析

- 10.1.1 建筑工程机械制造行业进入壁垒分析
- 10.1.2 建筑工程机械制造行业盈利模式分析
- 10.1.3 建筑工程机械制造行业盈利因素分析

10.2 中国建筑工程机械制造行业投资风险

- 10.2.1 建筑工程机械制造行业政策风险
- 10.2.2 建筑工程机械制造行业技术风险

- 10.2.3 建筑工程机械制造行业供求风险
- 10.2.4 建筑工程机械制造行业宏观经济波动风险
- 10.2.5 建筑工程机械制造行业关联产业风险
- 10.2.6 建筑工程机械制造行业产品结构风险
- 10.2.7 企业生产规模及所有制风险
- 10.2.8 建筑工程机械制造行业其他风险
- 10.3 中国建筑工程机械制造行业投资建议
 - 10.3.1 建筑工程机械制造行业投资现状分析
 - 10.3.2 建筑工程机械制造行业未来发展方向
 - 10.3.3 建筑工程机械制造行业主要投资建议
- 10.4 中国建筑工程机械制造市场发展趋势
 - 10.4.1 建筑工程机械制造市场发展趋势分析
 - 10.4.2 建筑工程机械制造市场发展前景预测
- 第十一章互联网下建筑工程机械制造业的转型策略
 - 11.1 互联网下建筑工程机械制造行业的机遇与挑战（ZYZS）
 - 11.1.1 互联网时代建筑工程机械制造行业大环境变化
 - （1）互联网普及应用增长迅猛
 - （2）移动互联网呈爆发式增长
 - （3）电子商务市场蓬勃发展
 - （4）工业互联网与智能化的迅猛发展
 - 11.1.2 互联网给建筑工程机械制造行业带来的突破机遇
 - （1）互联网直击传统建筑工程机械制造行业消费痛点
 - （2）互联网下建筑工程机械制造企业开拓三四线市场的机遇分析
 - （3）互联网下传统建筑工程机械制造企业发展电商的突破口分析
 - （4）互联网下建筑工程机械制造行业智能化产品革新的机遇分析
 - 11.1.3 建筑工程机械制造企业互联网化面临的难题和挑战
 - （1）线上与线下博弈的问题
 - （2）物流与客户体验的问题
 - （3）售后服务的问题
 - （4）精准流量入口与转化率的问题
 - （5）技术准备不充分的问题
 - 11.2 互联网对建筑工程机械制造行业的改造与重构
 - 11.2.1 互联网下行业供应链格局的变化分析
 - 11.2.2 互联网下制造厂商营销模式的变化分析
 - 11.2.3 互联网下制造厂商产品与服务的变化趋势分析

- (1) 建筑工程机械产品的智能化趋势
- (2) 建筑工程机械制造业服务化转型趋势
- 11.2.4 互联网下行业未来竞争格局的变化趋势分析
- 11.3 建筑工程机械制造行业与互联网融合创新机会孕育
- 11.3.1 建筑工程机械制造业电商政策逐步完善
- 11.3.2 电子商务消费环境渐趋成熟
- 11.3.3 国家级工业互联网利好政策频出台
- 11.3.4 2021-2027年建筑工程机械制造业电商发展前景预测
- 11.4 互联网下建筑工程机械制造业转型突围策略
- 11.4.1 企业电子商务切入模式及运营分析
 - (1) 企业电商切入模式及运营建议
 - (2) 企业O2O战略布局及实施运营
 - (3) 企业B2B战略布局及实施运营
- 11.4.2 企业互联网营销推广方式及思路
- 11.4.3 建筑工程机械制造企业电子商务转型优秀案例
- 11.5 建筑工程机械制造业服务化转型战略及发展路径
- 11.5.1 中国制造业服务化转型的核心特征与发展趋势
 - (1) 制造业服务化转型的内涵
 - (2) 制造业服务化转型的驱动因素
 - (3) 服务化制造的核心特征分析
 - (4) 服务化制造的发展趋势分析
- 11.5.2 建筑工程机械制造企业服务化转型的战略规划布局
 - (1) 服务内容的拓展策略
 - (2) 产品与服务的集成策略
 - (3) 客户信息需求平台的搭建策略
 - (4) 以低成本适应个性化需求的战略
 - (5) 建立产品服务管理体系
 - (6) 构建服务型制造网络
- 11.5.3 中国其他制造业企业服务化转型案例及经验借鉴
 - (1) 罗尔斯罗伊斯：提升产品效能的服务模式分析及经验借鉴
 - (2) 卡特彼勒：促使交易便捷化的服务模式分析及经验借鉴
 - (3) 华为：整合产品功能的服务模式分析及经验借鉴
 - (4) IBM：基于客户需求的服务模式分析及经验借鉴

部分图表目录：

图表 1：2020年建筑工程机械制造业工业总产值占GDP比重统计表（单位：亿元，%）

图表 2：2020年建筑工程机械制造行业景气指数

图表 3：2020年建筑工程机械制造行业预警指数

图表 4：2020年建筑工程机械制造行业工业总产值及增长率（单位：亿元，%）

图表 5：2020年建筑工程机械制造行业销售收入及增长率（单位：亿元，%）

图表 6：2020年建筑工程机械制造行业利润总额及增长率（单位：亿元，%）

图表 7：2020年建筑工程机械制造行业资产增加额及增长率（单位：亿元，%）

图表 8：2020年建筑工程机械制造行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）

图表 9：2020年中国建筑工程机械制造所属行业盈利能力分析（单位：%）

图表 10：2020年中国建筑工程机械制造所属行业运营能力分析（单位：次）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202103/934463.html>