

2016-2022年中国建筑机械 市场监测及投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2016-2022年中国建筑机械市场监测及投资方向研究报告》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.cction.com/report/201601/129064.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

近年来，随着国民经济的稳步快速增长，工程机械产业规模的不断扩大，为国内工程机械市场进入高速发展提供了巨大的机遇。“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，极大地促进了我国工程机械行业的快速发展。2012年，我国工程机械行业完成工业总产值5103.6亿元，同比增长21.48%，完成销售产值4815.71亿元，同比增长1.85%。2013年，我国工程机械行业完成工业总产值6172.81亿元，同比增长20.95%，完成销售产值5815.71亿元。2013年，我国工程机械行业完成工业总产值7247.42亿元，同比增长17.31%，完成销售产值6849.73亿元。2015年，虽然我国工程机械行业主要产品市场继续进行调整，但工程机械行业仍然继续保持高位运行。2014年我国继续大规模推进各类棚户区改造，全年改造470万户以上，完成投资超过1万亿元。2014政府工作报告中明确提出，今后一个时期，改造约1亿人居住的城镇棚户区和城中村；中央预算内投资拟增加到4576亿元，重点投向就是保障性安居工程等领域。据国家发改委统计，目前中国获批轨道交通建设规划的城市已达36个，2014年我国城市轨道交通投资将达到2200亿元，比去年增加400亿元。专家表示，预计到2020年全国拥有轨道交通的城市将达到50个，到2020年我国轨道交通要达到近6000公里的规模，在轨道交通方面的投资将达4万亿元，也就是说未来几年城市轨道交通的投资将保持大幅增长。2014年4月中国铁路总公司召开电话会议指出，2015年投资总额增至8000亿以上，这不仅比年初6300亿元的“基调”提高了1700亿元之多，而且直逼2010年8426亿元的铁路投资史最高记录；开工项目增至64项，2015年新投入运营的线路要保达到7000公里以上，设备投资额由1200亿增至1430亿以上，达历史最高水平。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中企顾问网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国建筑机械行业作了详尽深入的分析，是企业进行市场研究工作时不可或缺的重要参考资料，同时也可作为金融机构进行信贷分析、证券分析、投资分析等研究工作时的参考依据。

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

图表略。。。

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201601/129064.html>