



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国小型挖掘机市场运行态势及投资策略报告

一、调研说明

《2015-2020年中国小型挖掘机市场运行态势及投资策略报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/250400.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

第一章 国际小型挖掘机行业运行态势分析 1

第一节 2014年国际挖掘机产业运营形势分析 1

一、世界挖掘机发展历史追溯 1

二、世界挖掘机发展水平及开发重点 2

三、印度挖掘机市场发展概况 4

四、俄罗斯挖掘机进口需求量大 5

第二节 2014年世界小型挖掘机行业发展现状分析 6

一、世界小型挖掘机市场销售回顾 6

二、国际小型挖掘机市场发展特点分析 7

三、世界主要企业小型挖掘机产品简述 8

四、日本小型液压挖掘机技术特征分析 11

第三节 2015-2020年世界小型挖掘机市场发展趋势预测分析 12

第二章 国际挖掘机行业知名企业在华投资分析 13

第一节 日立 13

一、企业概况 13

二、企业经营情况 13

三、企业主要产品分析 14

四、企业在华市场销售情况 14

第二节 小松 14

一、企业概况 14

二、企业经营情况 15

三、企业主要产品分析 15

四、企业在华市场销售情况 15

第三节 神钢 16

一、企业概况 16

二、企业经营情况 16

三、企业主要产品分析 17

四、企业在华市场销售情况 17

第四节 斗山 18

- 一、企业概况 18
- 二、企业经营情况 18
- 三、企业主要产品分析 18
- 四、企业在华市场销售情况 19

第五节 沃尔沃 19

- 一、企业概况 19
- 二、企业经营情况 20
- 三、企业主要产品分析 20
- 四、企业在华市场销售情况 20

第三章 中国挖掘机行业运行动态分析 22

第一节 2014年中国挖掘机市场发展格局分析 22

- 一、国内用户对挖掘机产品的需求分析 22
- 二、挖掘机代理制销售模式分析 23
- 三、挖掘机企业发展的机遇 23

第二节 2014年中国主要地区挖掘机市场发展分析 24

- 一、湖南挖掘机市场竞争解析 24
- 二、江苏挖掘机出口形势分析 24
- 三、山东省滕州农用挖掘机市场分析 25

第三节 2014年中国挖掘机行业存在的问题 26

- 一、挖掘机产品国产与进口之间的差距 26
- 二、国产挖掘机需建设自主品牌 27
- 三、国内挖掘机企业"高性价比"存在的误区 28
- 四、走私二手挖掘机搅乱中国市场 29
- 五、挖掘机行业中危害产业及国家安全的隐忧 30

第四节 2014年中国挖掘机行业发展策略研究 30

- 一、国家应鼓励大型集团及民营企业生产挖掘机 30
- 二、培育和开发挖掘机市场的建议 30
- 三、挖掘机企业应调整产品及组织结构 31
- 四、挖掘机企业走出性价比误区的策略 31
- 五、挖掘机企业应建立相应配套体系 32
- 六、挖掘机行业降耗减排策略 33

第四章 中国小型挖掘机行业运行环境分析 35

第一节 国内小型挖掘机经济环境分析 35

一、GDP历史变动轨迹分析 35

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 42

三、2014年中国小型挖掘机经济发展预测分析 45

第二节 中国小型挖掘机行业政策环境分析 46

第五章 中国小型挖掘机产业运营情况分析 56

第一节 2012-2014年中国小型挖掘机产业发展状况分析 56

一、小型挖掘机的优势简述 56

二、中国小型挖掘机行业回顾 57

三、发展中国经济实用型小挖的必要性与可行性 58

四、中国小挖主要零件国产化状况 64

第二节 2012-2014年中国小型挖掘机的问题分析 66

一、零部件制约小挖行业发展 66

二、企业进入小型挖掘机行业应理性 67

三、国产小挖配套件应尽快突围 68

第三节 2012-2014年中国小型挖掘机行业发展对策与建议分析 69

第六章 中国小型挖掘机市场营运格局分析 71

第一节 2012-2014年中国小型挖掘机市场运行态势分析 71

一、小型挖掘机市场发展迅速的原因 71

二、小型挖掘机开发欧洲市场的机遇分析 72

三、久保田小挖项目落户无锡新区 73

第二节 2014年中国小挖企业渠道布局分析 74

一、小挖企业销售渠道分析 74

二、小挖企业主要经营模式分析 75

三、小挖企业发展建议分析 77

第三节 2012-2014年中国小型挖掘机市场产销格局分析 78

第七章 中国小型挖掘机行业竞争格局分析 80

第一节 2014年中国小型挖掘机行业竞争环境分析 80

一、日韩品牌 80

二、欧美品牌 81

三、本土品牌 81

第二节 2014年中国小型挖掘机产业企业竞争分析 82

一、国内外企业角逐中国小型挖掘机市场 82

二、中国市场主要小型挖掘机企业发展状况 83

三、中国小型挖掘机市场竞争日趋白热化 85

四、合资模式为中国小型挖掘机市场开掘新空间 86

第三节 2014年中国小型挖掘机行业竞争策略分析 87

第八章 2012-2014年中国小型挖掘机产量统计分析 89

第一节 2012年中国小型挖掘机产量数据分析 89

一、2012年全国小型挖掘机产量数据分析 89

二、2012年小型挖掘机重点省市数据分析 89

第二节 2013年中国小型挖掘机产量数据分析 90

一、2013年全国小型挖掘机产量数据分析 90

二、2013年小型挖掘机重点省市数据分析 90

第三节 2014年中国小型挖掘机产量数据分析 91

一、2014年全国小型挖掘机产量数据分析 91

二、2014年小型挖掘机重点省市数据分析 92

第九章 2012-2014年中国小型挖掘机行业数据监测分析 94

第一节 2012-2014年中国小型挖掘机行业总体数据分析 94

一、2012年中国小型挖掘机行业全部企业数据分析 94

二、2013年中国小型挖掘机行业全部企业数据分析 96

三、2014年中国小型挖掘机行业全部企业数据分析 97

第二节 2012-2014年中国小型挖掘机行业不同规模企业数据分析 99

一、2012年中国小型挖掘机行业不同规模企业数据分析 99

二、2013年中国小型挖掘机行业不同规模企业数据分析 99

三、2014年中国小型挖掘机行业不同规模企业数据分析 100

第三节 2012-2014年中国小型挖掘机行业不同所有制企业数据分析 100

- 一、2012年中国小型挖掘机行业不同所有制企业数据分析 100
- 二、2013年中国小型挖掘机行业不同所有制企业数据分析 101
- 三、2014年中国小型挖掘机行业不同所有制企业数据分析 101

第十章 中国小型挖掘机重点企业分析 103

第一节 山推工程机械股份有限公司 103

- 一、企业概况 103
- 二、企业主要经济指标分析 103
- 三、企业盈利能力分析 105
- 四、企业偿债能力分析 106
- 五、企业运营能力分析 107
- 六、企业成长能力分析 107

第二节 湖南山河智能机械股份有限公司 108

- 一、企业概况 108
- 二、企业主要经济指标分析 108
- 三、企业盈利能力分析 111
- 四、企业偿债能力分析 111
- 五、企业运营能力分析 112
- 六、企业成长能力分析 112

第三节 河北宣化工程机械股份有限公司 113

- 一、企业概况 113
- 二、企业主要经济指标分析 113
- 三、企业盈利能力分析 116
- 四、企业偿债能力分析 116
- 五、企业运营能力分析 117
- 六、企业成长能力分析 117

第四节 斗山工程机械（中国）有限公司 118

- 一、企业概况 118
- 二、企业主要经济指标分析 119
- 三、企业盈利能力分析 119
- 四、企业偿债能力分析 120
- 五、企业运营能力分析 120

六、企业成长能力分析 120

第五节 成都神钢机械集团有限公司 121

一、企业概况 121

二、企业主要经济指标分析 122

三、企业盈利能力分析 122

四、企业偿债能力分析 123

五、企业运营能力分析 123

六、企业成长能力分析 123

第六节 日立建机（中国）有限公司 124

一、企业概况 124

二、企业主要经济指标分析 125

三、企业盈利能力分析 125

四、企业偿债能力分析 126

五、企业运营能力分析 126

六、企业成长能力分析 126

第七节 小松山推工程机械有限公司 127

一、企业概况 127

二、企业主要经济指标分析 127

三、企业盈利能力分析 128

四、企业偿债能力分析 128

五、企业运营能力分析 128

六、企业成长能力分析 129

第八节 三一重机有限公司 129

一、企业概况 129

二、企业主要经济指标分析 129

三、企业盈利能力分析 131

四、企业偿债能力分析 132

五、企业运营能力分析 133

六、企业成长能力分析 133

第九节 柳州柳工挖掘机有限公司 134

一、企业概况 134

二、企业主要经济指标分析 134

三、企业盈利能力分析 136

四、企业偿债能力分析 137

五、企业运营能力分析 138

六、企业成长能力分析 138

第十节 小松全能（山东）机械有限公司 139

一、企业概况 139

二、企业主要经济指标分析 139

三、企业盈利能力分析 140

四、企业偿债能力分析 140

五、企业运营能力分析 141

六、企业成长能力分析 141

第十一章 2015-2020年中国小型挖掘机行业发展前景分析 142

第一节 2015-2020年中国小型挖掘机的技术趋向分析 142

一、无尾回转和动臂偏转技术 142

二、新型液压控制技术 142

三、安全性能 142

四、环保技术 143

五、人机工程技术 143

六、维修保养技术 143

第二节 2015-2020年中国小型挖掘机市场走势预测分析 144

一、小型挖掘机产量预测 144

二、小型挖掘机市场需求前瞻 144

三、小型挖掘机竞争格局预测 145

第三节 2015-2020年中国小型挖掘机市场盈利预测分析 146

第十二章 2015-2020年中国小型挖掘机行业投资契机预测分析 148

第一节 2015-2020年中国挖掘机行业投资机会分析 148

一、我国挖掘机行业正积极倡导绿色制造 148

二、紧扣时代脉搏挖机行业开提节能减排 148

三、中国掘进机市场需求巨大 151

第二节 2015-2020年中国小型挖掘机行业投资风险分析 152

- 一、市场竞争风险 152
 - 二、宏观调控风险 152
 - 三、经营管理风险 153
 - 四、其它风险 153
- 第三节 投资策略分析 153

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/250400.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。