



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2010年中国工程起重机行业市场调研与投资分析报告

一、调研说明

《2009-2010年中国工程起重机行业市场调研与投资分析报告》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/98686.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

2008年我国工程起重机（流动式起重机）行业上半年经历了超高速发展，下半年随着世界金融危机的爆发和蔓延，对中国经济的影响逐步显现，我国起重机市场也开始放缓了增长速度，以至严重下滑，但从全年来看仍保持了正增长。

据工程起重机分会统计，2008年销售收入达272.7亿元，同比增长60.2%，利润总额达到26.1亿元，同比增长46%。销售四大类起重机（汽车起重机、履带起重机、随车起重机和轮胎起重机）共2.8万台，同比增长12.8%。

国内工程起重机产品仍缺乏竞争力。从技术实力看，与欧美日等发达地区相比，中国的技术实力还是有一定差距的。目前国内在大型工程机械业尚不具备大量生产的能力。从产品结构看，由于技术能力所限，中国起重机在产品结构上也不够完善，难以同国外匹敌。要提高国内工程起重机的竞争力，必须加快提升产品品质，加速大吨位产品的开发和产品系列的完善，迅速推进企业信息化，实现市场的国际化。

展望国内工程起重机行业的未来发展，随着中国公路建设的发展和随车起重机技术水平的不断提高及产量的扩大，今后小吨位汽车起重机必将被性能先进、功能齐全的大吨位随车起重机所取代。

由于全路面起重机具有优越的起重性能，越野能力强，能够适应不同工作的要求，它代表着全球汽车起重机的未来发展趋势，这也使得几乎所有著名制造商都不约而同地将其作为重点发展对象。

本报告依据国家统计局、国家商务部、国家海关总署、中国工程机械工业协会、中国工程起重机协会等单位提供的大量资料，对我国工程起重机市场的发展现状、产量及进出口、细分市场、竞争格局、重点企业、发展趋势等进行了深入分析。在对我国工程起重机整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量分析方法对我国工程起重机行业整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

目录

第一章 工程起重机的相关概述

第一节 工程起重机定义及分类

一、工程起重机定义

二、工程起重机分类

三、工程起重机的重要性能参数介绍

第二节 工程起重机主要类别介绍

一、汽车起重机

- 二、履带式起重机
- 三、轮胎起重机
- 四、越野轮胎起重机
- 五、全地面起重机
- 六、特种起重机

第二章 2008-2009年工程起重机市场发展分析

第一节 2008年我国工程起重机市场发展分析

- 一、总体情况
- 二、出口分析
- 三、行业格局稳中有变
- 四、租赁和服务待完善

第二节 2009年一季度我国起重机市场监控分析

- 一、2009年1月份我国起重机市场监控分析
- 二、2009年2月份我国起重机市场监控分析
- 三、2009年3月份我国起重机市场监控分析
- 四、2009年轮式起重机销量增速预测

第三节 2008-2009年中国工程起重机进出口分析

- 一、2008年河北微型随车起重机出口泰国
- 二、2008年中联首台600吨履带式起重机出口印度
- 三、2008年石煤机公司五种随车起重机出口
- 四、2008年中国起重机产品首次进入日本市场
- 五、2009年河南两台240吨大型桥式起重机出口英国
- 六、哈东建公司生产起重机占国内出口总量百分之三十
- 七、中东地区需求加大我国大型起重机开始出口

第四节 我国工程起重机市场调查分析

- 一、企业性质
- 二、企业经营情况
- 三、国内外地区的销售热点

第五节 我国起重机行业与国外差距分析

- 一、技术实力
- 二、产品结构

三、产业链条

四、进出口结构

第六节 工程起重机租赁市场调查分析

一、租赁业务区域

二、租金变化及其回收率

三、租赁设备规模

四、设备平均利用率

第三章 2008-2009年中国工程起重机产量及进出口数据分析

第一节 2008-2009年中国起重设备产量分析

一、2008-2009年全国起重设备产量统计

二、2008-2009年各省市起重设备产量统计

第二节 2008-2009年中国工程起重机进出口数据分析

一、2008-2009年全国工程起重机进出口总体数据

二、2008-2009年各省市工程起重机进出口数据

第四章 2008-2009年中国起重运输设备制造工业数据分析

第一节 2008-2009年中国起重运输设备制造产销情况

一、2008-2009年中国起重运输设备制造产成品

二、2008-2009年中国起重运输设备制造工业总产值（当年价格）

三、2008-2009年中国起重运输设备制造产品销售收入

第二节 2008-2009年中国起重运输设备制造成本费用情况

一、2008-2009年中国起重运输设备制造销售成本

二、2008-2009年中国起重运输设备制造销售费用

三、2008-2009年中国起重运输设备制造管理费用

四、2008-2009年中国起重运输设备制造财务费用

第三节 2008-2009年中国起重运输设备制造资产负债情况

一、2008-2009年中国起重运输设备制造资产总计

二、2008-2009年中国起重运输设备制造负债合计

三、2008-2009年中国起重运输设备制造资本负债率

四、2008-2009年中国起重运输设备制造保值增值率

第四节 2008-2009年中国起重运输设备制造行业规模情况

- 一、2008-2009年中国起重运输设备制造企业单位数
- 二、2008-2009年中国起重运输设备制造全部从业人员平均人数

第五节 2008-2009年中国起重运输设备制造行业效益情况

- 一、2008-2009年中国起重运输设备制造利润总额
- 二、2008-2009年中国起重运输设备制造产值利税率
- 三、2008-2009年中国起重运输设备制造成本费用利润率
- 四、2008-2009年中国起重运输设备制造资金利润率
- 五、2008-2009年中国起重运输设备制造产成品资金占用率

第六节 2008-2009年中国起重运输设备制造亏损情况

- 一、2008-2009年中国起重运输设备制造亏损单位数
- 二、2008-2009年中国起重运输设备制造亏损企业亏损总额

第七节 2008-2009年中国起重运输设备制造不同规模企业主要经济指标

- 一、2008-2009年中国起重运输设备制造大型企业主要经济指标
- 二、2008-2009年中国起重运输设备制造中型企业主要经济指标
- 三、2008-2009年中国起重运输设备制造小型企业主要经济指标

第五章 汽车起重机市场发展分析

第一节 汽车起重机发展概况

- 一、汽车起重机历年销售情况
- 二、汽车起重机吨位构成
- 三、六家主要厂家情况
- 四、起重机市场分布情况
- 五、汽车起重机行业发展态势

第二节 2008-2009年汽车起重机行业发展分析

- 一、2008年三一重工200亿元扩张汽车起重机
- 二、2008年徐工汽车起重机通过国家出口免验审核
- 三、2009年徐重100吨汽车起重机挺进新加坡军方市场
- 四、汽车起重机市场展现竞争新格局
- 五、中国汽车起重机对哈萨克斯坦出口分析

第三节 汽车起重机机械行业代理制发展分析

- 一、起重机行业代理制处于萌芽阶段
- 二、市场竞争升级激发代理制启动

三、大企业规模速增促进代理制发展

四、中小企业意识形态升级触动代理制推行

五、起重机行业代理制成熟尚需时日

第四节 汽车起重机发展面临的问题及建议

一、国内汽车起重机发展所面临的问题分析

二、汽车起重机配套件的发展建议

第六章 履带起重机市场发展分析

第一节 国内外履带起重机现状分析

一、国外履带起重机的发展现状

（一）德国利勃海尔公司

（二）德国特雷克斯～德马格起重机公司

（三）美国马尼托瓦克公司

（四）日本国生产履带起重机情况

二、国内履带起重机发展现状

（一）品种少、产量低，但品种与产量逐年递增

（二）技术水平有差距但有全新突破

（三）产品可靠性有待进—步提高

（四）国外市场拓展

第二节 2008-2009年我国履带起重机发展分析

一、2008年我国制造亚洲最大吨位履带起重机

二、2008年上海三一科技单月出口履带起重机破亿元

三、2008年我国出口最大吨位履带起重机

四、2009年利勃海尔首次展示伸缩臂式履带式起重机

五、国内履带起重机市场加速

六、雷沃重工履带起重机瞄准华东市场新契机

第三节 中大吨位履带式起重机市场分析

一、国外知名品牌：坚守阵地

二、利勃海尔：瞄准高端

三、日本神钢：加大大吨位的开发力度

四、国内优势品牌：加强攻势

五、徐工重型：以高可靠性表现赢得市场认可

六、抚挖：沿着专业化制造的道路前行

七、三一重工：高品质高价位

八、中联浦沅：产品更加人性化

第四节 履带起重机市场发展对策

一、大型化已成发展潮流

二、小型产品不可偏废

第七章 随车起重机市场发展分析

第一节 国内外随车起重机行业发展分析

一、国外随车起重机发展情况

二、国内随车起重机行业概况

三、国内随车起重机行业竞争格局

四、国内随车起重机与国外随车起重机的差距

五、国内随车起重机竞争中存在不规范行为

六、随车起重机行业亟待规范

第二节 国内随车起重机企业发展现状分析

一、生产企业的现状

二、生产企业的发展

第三节 随车起重机企业差异化竞争分析

一、突出品牌效应，加快技术创新

二、加强服务能力培养，实现价格到价值的转变

第四节 随车起重机的发展趋势

一、中大吨位崛起迅速

二、新品开发速度加快

第五节 随车起重机行业面临的问题及发展策略

一、影响随车起重机行业发展滞后的因素

二、随车起重机行业亟待提升品牌形象

三、随车起重机行业的机遇与挑战

第八章 其他工程起重机市场发展分析

第一节 全路面起重机

一、全路面起重机悄然兴起

二、百吨全地面起重机市场分析

三、全地面起重机关键技术分析

四、全路面起重机前景分析

第二节 塔式起重机

一、塔式起重机发展分析

二、制约我国塔式起重机出口的因素分析

三、北京地区塔式起重机市场现状及情况分析

四、塔式起重机发展存在的主要问题

五、我国塔机行业前景展望

六、发展塔式起重机行业的建议

第九章 工程起重机行业竞争格局分析

第一节 大型起重机市场供求格局分析

一、“供不应求”现象凸显

二、供货紧张波及行业链条

三、亟待突破生产瓶颈

第二节 工程起重机行业竞争态势分析

一、全球起重机市场竞争激烈

二、国内市场起重机竞争加剧

三、工程起重机中低端新品竞争白热化

第三节 工程起重机行业并购现状分析

一、企业并购，国际化大趋势

二、并购促进企业发展

三、短期内行业格局不会变化

四、市场竞争加剧

第四节 我国工程起重机企业形成国际竞争力的对策

一、产业规模关

二、核心技术关

三、海外市场拓展能力关

四、国际化分析

第十章 部分重点企业分析

第一节 三一重工股份有限公司

一、公司简介

二、2008-2009年财务分析

三、2008年启动1600吨履带起重机项目

四、品牌聚合全球尖端科技

第二节 长沙中联重工科技发展股份有限公司

一、公司简介

二、2008-2009年财务分析

三、2008年中联重科收购CIFA获批

四、发展战略

第三节 徐工集团徐州重型机械有限公司

一、公司简介

二、2008-2009年经营业绩分析

三、2008年出口分析

四、2008年自主研发500吨汽车起重机

第四节 四川长江工程起重机有限责任公司

一、公司简介

二、长起公司工作标准化通过检查验收

第五节 抚顺挖掘机制造有限责任公司

一、公司简介

二、2008年出口分析

三、成功分析

第六节 徐州徐工随车起重机有限公司

一、公司简介

二、2008年率先辅具实现系列化

三、2008年公司顺利通过高斯

第十一章 工程起重机行业的发展趋势

第一节 世界工程起重机行业发展现状及趋势

一、世界起重机发展现状

二、国外工程起重机行业的联合风潮

第二节 工程起重机行业发展趋势分析

- 一、工程起重机行业技术发展趋势
- 二、汽车起重机液压系统发展趋势分析
- 三、汽车起重机电气控制技术的发展趋势
- 四、履带起重机的发展趋势
- 五、国外全路面起重机发展趋势

部分图表目录

- 图表 2009年中国起重运输设备制造产成品
- 图表 2009年中国起重运输设备制造工业总产值（当年价格）
- 图表 2009年中国起重运输设备制造产品销售收入
- 图表 2009年中国起重运输设备制造销售成本
- 图表 2009年中国起重运输设备制造销售费用
- 图表 2009年中国起重运输设备制造管理费用
- 图表 2009年中国起重运输设备制造财务费用
- 图表 2009年中国起重运输设备制造资产总计
- 图表 2009年中国起重运输设备制造负债合计
- 图表 2009年中国起重运输设备制造资产负债率
- 图表 2009年中国起重运输设备制造资本保值增值率
- 图表 2009年中国起重运输设备制造企业单位数
- 图表 2009年中国起重运输设备制造全部从业人员平均人数
- 图表 2009年中国起重运输设备制造利润总额
- 图表 2009年中国起重运输设备制造产值利税率
- 图表 2009年中国起重运输设备制造成本费用利润率
- 图表 2009年中国起重运输设备制造资金利税率
- 图表 2009年中国起重运输设备制造产成品资金占用率
- 图表 2009年中国起重运输设备制造亏损单位数
- 图表 2009年中国起重运输设备制造亏损企业亏损总额
- 图表 2009年中国起重运输设备制造大型企业主要经济指标
- 图表 2009年中国起重运输设备制造中型企业主要经济指标
- 图表 2009年中国起重运输设备制造小型企业主要经济指标
- 图表 2008年全国起重设备产量统计
- 图表 2008年各省市起重设备产量统计

图表 2008年全国起重机等；移动式吊运架、跨运车等出口总体数据
图表 2008年全国起重机等；移动式吊运架、跨运车等进口总体数据
图表 2008年各省市起重机等；移动式吊运架、跨运车等进口数据
图表 2008年各省市起重机等；移动式吊运架、跨运车等出口数据
图表 2008年中国起重运输设备制造产成品
图表 2008年中国起重运输设备制造总产值（当年价格）
图表 2008年中国起重运输设备制造产品销售收入
图表 2008年中国起重运输设备制造销售成本
图表 2008年中国起重运输设备制造销售费用
图表 2008年中国起重运输设备制造管理费用
图表 2008年中国起重运输设备制造财务费用
图表 2008年中国起重运输设备制造资产总计
图表 2008年中国起重运输设备制造负债合计
图表 2008年中国起重运输设备制造资产负债率
图表 2008年中国起重运输设备制造资本保值增值率
图表 2008年中国起重运输设备制造企业单位数
图表 2008年中国起重运输设备制造全部从业人员平均人数
图表 2008年中国起重运输设备制造利润总额
图表 2008年中国起重运输设备制造产值利税率
图表 2008年中国起重运输设备制造成本费用利润率
图表 2008年中国起重运输设备制造资金利税率
图表 2008年中国起重运输设备制造产成品资金占用率
图表 2008年中国起重运输设备制造亏损单位数
图表 2008年中国起重运输设备制造亏损企业亏损总额
图表 2008年中国起重运输设备制造大型企业主要经济指标
图表 2008年中国起重运输设备制造中型企业主要经济指标
图表 2008年中国起重运输设备制造小型企业主要经济指标
图表略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/98686.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提供专业投资咨询报告、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。