

2018年中国工程机械属具行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国工程机械属具行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jixie/340249340249.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

一、属具可大幅拓展工程机械应用领域

工程机械附属工作装置（简称属具）可有效地拓展工程机械主机的应用领域，替代各种功能单一、价格昂贵的专用机械，满足多样化的施工要求。工程机械属具种类繁多，可大致分为基本附属装置、专业附属装置和全面解决方案装置三类，具体来看，主要包括破碎锤、快速连接器、夹持器、振动夯、液压剪、松土器等，其中挖掘机是属具最主要的应用主机。挖掘机属具主要有挖斗类、抓斗抓具类、破碎锤剪钳类、铣刨钻类和快换连接类5大类。在欧美国家，诸如快换接头类的属具属于挖掘机标配。

图表：属具可大幅拓展工程机械应用领域

图表来源：公开资料整理

工程机械属具在发达国家中有着较为广泛的应用。以北美地区为例，约80%以上的装载机、挖掘机都配备了快速链接装置，使得机械在发挥原有基本功能外，还可以安装各种不同的属具，实现破拆、钻孔、清扫、开沟、路面沥青清除等多种作业功能。总部位于密歇根州的Paladin集团是世界最大的工程机械属具独立制造商，旗下有JRB、CP、JEWELL等11个品牌，在本土俄亥俄州等处拥有6处生产基地。该公司生产的属具涉及农业、建筑、林业、石油、天然气等数十种行业，其产品广泛应用于拖拉机、挖掘机、卡车、装载机等各型施工设备。

二、我国属具普及率较低，未来有较大成长空间

1、市场规模世界第一，普及率仍有提升空间

2013-2016年，我国工程机械行业进入调整期，各类主机销售明显下滑，在行业大背景低迷情况下，属具行业却一直保持稳定的增长。根据中国工程机械工业协会的统计，2016年我国工程机械属具行业销售收入达100亿元，成为世界最大的属具市场。

图表：2013-2016年我国工程机械属具行业高速增长

图表来源：公开资料整理

然而，我国工程机械属具的普及率仍然较低。以挖掘机为例，国外成熟市场中，挖掘机的属具配备率可以达到95%，即平均下来一台挖掘机配备一种专用属具。作为对比，国内的挖掘机属具配备率为25%，配备率的上升空间巨大。

图表：我国挖掘机属具普及率极低

图表来源：公开资料整理

2、社会环境因素推动属具配备率的提升

从作业场景角度分析，一方面我国人口红利逐步消失，需要更多依赖工程机械来高效完成传统人工作业，要求工程机械发挥更多的功能，另一方面工程机械不断向精细领域发展，主机+多种属具战略可以高效、快捷、低成本实现多作业领域的施工要求；从市场角度分

析，主机厂为提升产品竞争力，把实现多功能作为产品开发的重要部分，主动适应属具的要求，改进主机的设计与配置，并在出厂时直接配备相应属具或将其作为选配件向客户推荐，这将大幅提升属具在国内的普及率。

图表：破碎锤应用场景：建筑拆除

图表来源：公开资料整理

图表：破碎锤应用场景：矿山开采

图表来源：公开资料整理

三、属具市场整体较为分散，未来龙头有望提升集中度

1、品牌较为分散，国产厂商集中度有望提升

我国工程机械属具市场呈现品牌分散、相对独立的格局。不同品牌因其技术水平以及产品定位不同，分别占有独立的市场。欧美品牌依靠技术实力占据高端市场，产品价格昂贵，用户群体较小但较为固定，产品销量以及市场占有率较低；日本品牌初期以原装进口为主，目前逐步实现核心零部件日本进口，其余部件本土采购，产品价格大幅下降，基于原有的性能、质量优势，市场占有率稳定；韩国品牌初期因地域与价格优势，占据较大市场份额，近年来随着国内市场竞争加剧及国产品牌崛起，占有率下滑明显；国产品牌起步较晚，技术相对落后，目前主要集中在中低端产品，据不完全统计，相关企业超过 500 家，大部分企业规模较小，品牌覆盖面窄，主要依靠采购零部件组装来生产，导致产品性能较差、质量无法保证。

图表：我国工程机械属具市场品牌分散、相对独立

图表来源：公开资料整理

属具行业目前缺乏统一的行业标准与规范，低技术、小规模国内企业存在恶性竞争情况。但随着市场逐渐完善、用户对于产品的认知提升，单纯的低价策略难以获得市场认可，未来规模较大、具有技术优势的国产品牌将获得较大的优势，引领行业集中度提升，获得市场认可，大幅提高国产品牌的竞争力。

2、行业格局转变，国产品牌迈向高端市场

属具产品早期以满足功能需求为主，用户对于价格较为敏感，随着属具行业的进一步发展，工程机械更多应用于精细作业领域，用户对于主机作业效率、人工替代性要求提升，属具行业逐步迈向高端化、专业化、高技术附加值方向，用户的价格敏感度下降，对产品的性能及售后服务关注增加。

2011 年之后，越来越多的欧美日品牌加大在华投资、实施本地化战略，意图下探到中端市场。而处于发展前列的国产品牌实力提升明显，产品品质逐步接近国际先进水平，加之原有的成本、地域优势，国产品牌市占率将进一步提升，而处于行业最底端的国产组装品牌因产品质量和售后服务得不到保障，会逐渐在竞争中退出市场。

图表：我国工程机械属具行业主要公司具有较长发展历史

图表来源：公开资料整理

观研天下发布的《2018年中国工程机械属具行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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工程机械属具交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国工程机械属具行业发展概述

第一节 工程机械属具行业发展情况概述

- 一、工程机械属具行业相关定义
- 二、工程机械属具行业基本情况介绍
- 三、工程机械属具行业发展特点分析

第二节 中国工程机械属具行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
 - 二、工程机械属具行业产业链条分析
 - 三、中国工程机械属具行业产业链环节分析
- 1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国工程机械属具行业生命周期分析

- 一、工程机械属具行业生命周期理论概述
- 二、工程机械属具行业所属的生命周期分析

第四节 工程机械属具行业经济指标分析

- 一、工程机械属具行业的赢利性分析
- 二、工程机械属具行业的经济周期分析
- 三、工程机械属具行业附加值的提升空间分析

第五节 国内工程机械属具行业进入壁垒分析

- 一、工程机械属具行业资金壁垒分析
- 二、工程机械属具行业技术壁垒分析
- 三、工程机械属具行业人才壁垒分析
- 四、工程机械属具行业品牌壁垒分析
- 五、工程机械属具行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球工程机械属具行业市场发展现状分析

第一节 全球工程机械属具行业发展历程回顾

第二节 全球工程机械属具行业市场区域分布情况

第三节 亚洲工程机械属具行业地区市场分析

- 一、亚洲工程机械属具行业市场现状分析
- 二、亚洲工程机械属具行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲工程机械属具行业市场前景分析

第四节 北美工程机械属具行业地区市场分析

- 一、北美工程机械属具行业市场现状分析
- 二、北美工程机械属具行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美工程机械属具行业市场前景分析

第五节 欧盟工程机械属具行业地区市场分析

- 一、欧盟工程机械属具行业市场现状分析
- 二、欧盟工程机械属具行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟工程机械属具行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界工程机械属具行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球工程机械属具行业市场规模预测

第三章 中国工程机械属具产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品工程机械属具总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析
 - 七、对外贸易发展形势分析
- 第二节 中国工程机械属具行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国工程机械属具产业社会环境发展分析
- 一、人口环境分析
 - 二、教育环境分析
 - 三、文化环境分析
 - 四、生态环境分析
 - 五、消费观念分析

第四章 中国工程机械属具行业运行情况

- 第一节 中国工程机械属具行业发展状况情况介绍
- 一、行业发展历程回顾
 - 二、行业创新情况分析
 - 三、行业发展特点分析
- 第二节 中国工程机械属具行业市场规模分析
- 第三节 中国工程机械属具行业供应情况分析
- 第四节 中国工程机械属具行业需求情况分析
- 第五节 中国工程机械属具行业供需平衡分析
- 第六节 中国工程机械属具行业发展趋势分析

第五章 中国工程机械属具所属行业运行数据监测

- 第一节 中国工程机械属具所属行业总体规模分析
- 一、企业数量结构分析
 - 二、行业资产规模分析
- 第二节 中国工程机械属具所属行业产销与费用分析
- 一、流动资产
 - 二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国工程机械属具所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国工程机械属具市场格局分析

第一节 中国工程机械属具行业竞争现状分析

一、中国工程机械属具行业竞争情况分析

二、中国工程机械属具行业主要品牌分析

第二节 中国工程机械属具行业集中度分析

一、中国工程机械属具行业市场集中度分析

二、中国工程机械属具行业企业集中度分析

第三节 中国工程机械属具行业存在的问题

第四节 中国工程机械属具行业解决问题的策略分析

第五节 中国工程机械属具行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国工程机械属具行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国工程机械属具行业消费特点

第二节 中国工程机械属具行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 工程机械属具行业成本分析

第四节 工程机械属具行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国工程机械属具行业价格现状分析

第六节 中国工程机械属具行业平均价格走势预测

一、中国工程机械属具行业价格影响因素

二、中国工程机械属具行业平均价格走势预测

三、中国工程机械属具行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国工程机械属具行业区域市场现状分析

第一节 中国工程机械属具行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区工程机械属具市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区工程机械属具市场规模分析

四、华东地区工程机械属具市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区工程机械属具市场规模分析

四、华中地区工程机械属具市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区工程机械属具市场规模分析

第九章 2016-2018年中国工程机械属具行业竞争情况

第一节 中国工程机械属具行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国工程机械属具行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国工程机械属具行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 工程机械属具行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国工程机械属具行业发展前景分析与预测

第一节 中国工程机械属具行业未来发展前景分析

一、工程机械属具行业国内投资环境分析

二、中国工程机械属具行业市场机会分析

三、中国工程机械属具行业投资增速预测

第二节 中国工程机械属具行业未来发展趋势预测

第三节 中国工程机械属具行业市场发展预测

一、中国工程机械属具行业市场规模预测

二、中国工程机械属具行业市场规模增速预测

三、中国工程机械属具行业产值规模预测

四、中国工程机械属具行业产值增速预测

五、中国工程机械属具行业供需情况预测

第四节中国工程机械属具行业盈利走势预测

一、中国工程机械属具行业毛利润同比增速预测

二、中国工程机械属具行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国工程机械属具行业投资风险与营销分析

第一节 工程机械属具行业投资风险分析

一、工程机械属具行业政策风险分析

二、工程机械属具行业技术风险分析

三、工程机械属具行业竞争风险分析

四、工程机械属具行业其他风险分析

第二节 工程机械属具行业企业经营发展分析及建议

一、工程机械属具行业经营模式

二、工程机械属具行业销售模式

三、工程机械属具行业创新方向

第三节 工程机械属具行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国工程机械属具行业发展策略及投资建议

第一节 中国工程机械属具行业品牌战略分析

一、工程机械属具企业品牌的重要性

二、工程机械属具企业实施品牌战略的意义

三、工程机械属具企业品牌的现状分析

四、工程机械属具企业的品牌战略

五、工程机械属具品牌战略管理的策略

第二节 中国工程机械属具行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国工程机械属具行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国工程机械属具行业发展策略及投资建议

第一节 中国工程机械属具行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国工程机械属具行业定价策略分析

第三节 中国工程机械属具行业营销渠道策略

- 一、工程机械属具行业渠道选择策略
- 二、工程机械属具行业营销策略

第四节 中国工程机械属具行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国工程机械属具行业重点投资区域分析
- 二、中国工程机械属具行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jixie/340249340249.html>