

2018年中国工程机械市场分析报告- 行业深度分析与发展前景预测

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年中国工程机械市场分析报告-行业深度分析与发展前景预测》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/326122326122.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

联合评级通过筛选，选择了10家工程机械整车生产企业（上市公司）的财务数据作为样本，计算其算数平均值，以此分析工程机械行业企业财务数据情况。截至2016年底，此10家上市公司总资产合计2,613.51亿元，占行业末资产总额的54.10%，营业收入合计1,325.32亿元，占全行业营业收入的42.13%，具有一定的代表意义。

2017年前三季度，我国工程机械行业上市公司业绩逐步进入修复阶段。其中，对资金占用较大的应收账款及存货规模逐渐降低，资产流动性有所增强；经营业绩也一转往年亏损态势，盈利能力逐步提升；现金流量表大幅好转，尤其是经营性现金流，呈现出大规模流入态势。

1. 资产结构情况

由于工程机械产品设备价值量相对较高，目前行业内分期付款、按揭贷款和融资租赁等信用销售模式较为普遍，使得企业形成较大规模的应收款项，对资金周转形成较大的压力。因此，在分析工程机械企业资产构成中，我们应重点关注企业的现金类资产、应收款项、存货等科目。

2012年以后，我国宏观经济进入结构性调整的时期，市场需求的下降叠加了信用销售调整，造成了行业内企业收入、资产规模的持续下降，应收款项、存货、现金类资产等均在此期间有不同程度降低，直至2017年前后才得到了一定程度的修复。

2014~2016年，样本内企业资产规模及质量持续下降，年均复合减少9.40%。具体来看，2015年样本企业现金类资产较年初下降10.54%，且下降趋势持续延续到2016年，现金类资产占比由2014年的16.82%下降至2016年的14.54%；在营业收入大幅降低的状态下，样本企业应收款项和存货规模虽然小幅下降，但仍保持较高比例，2016年上述科目占总资产额的比例分别为31.48%和13.66%，较2015年分别降低了1.60个百分点和上升1.20个百分点；样本企业固定资产规模小幅波动，2016年为423.32亿元，较年初增长2.73%。

2017年以来，随着工程机械行业的筑底回暖，市场需求大幅提升，样本企业资产质量持续向好。截至2017年9月底，样本企业现金类资产大幅增长（较年初增长22.25%），为464.54亿元，占比提升至17.45%；应收款项规模较年初减少3.57%，占比由年初的31.48%下降至29.81%；存货规模较年初减少2.06%，占比下降0.53个百分点至13.13%；固定资产规模较年初减少10.87%，占比下降2.02个百分点。

表；2014~2017年9月底工程机械行业平均资产变化情况（单位：亿元、%）资料来源：观研天下整理

2. 盈利能力

2014~2016年，受下游需求萎靡的影响，工程机械行业整体盈利状况迅速恶化，样本企业营业总收入波动下降，年均复合减少13.36%；净利润大幅下降，其中2015和2016年均呈现为负值，主系厦工股份和中联重科因经营不善导致巨额亏损所致，2016年中联重科和厦

工股份净利润分别为-9.05亿元和-26.71亿元。

期间费用方面，2014~2016年，样本企业期间费用有所降低，年均复合减少8.70%，主要系业内企业调整财务杠杆、大幅消减销售及生产人员导致相关费用降低所致。但是，2014~2016年，样本企业费用收入比持续保持较高水平，对行业利润形成较大侵蚀，近三年分别为19.07%、23.16%和21.18%。

资产减值损失是制约工程机械企业利润增长的一个重要因素。尤其是过去几年，资产减值损失侵蚀了工程机械企业大量的利润。大规模的应收账款和存货是工程机械企业资产减值损失的主要来源，2014~2016年，样本企业资产减值损失规模持续增长，分别为24.83亿元、27.26亿元和52.68亿元，主要系中联重科和厦工股份加大对自身应收账款及存货的处置，主动对应收账款进行清出所致。但此种行为从另一方面也反映了企业对报表的主动修复，未来应收账款产生的资产减值损失对于利润表的负面影响将有所缓解。

盈利指标方面，2014~2016年，样本企业净资产收益率和总资产报酬率持续降低，2016年均均为负值；销售毛利率小幅提升，主要系大宗原材料钢材价格走低所致。

2017年1~9月，样本企业盈利能力得到恢复，营业总收入同比增长62.97%，净利润同比增长727.02%，净资产收益率和总资产报酬率由负转正为7.05%和4.70%，销售毛利率提升至26.55%。

表:2014~2017年9月工程机械行业主要企业盈利状况（单位：亿元，%）

资料来源：观研天下整理

3. 债务及偿债能力

2014~2016年，样本企业债务负担相对稳定，整体变化不大，资产负债率基本维持在57%左右，带息债务/全部投入资本维持在46%左右。从短期偿债能力指标看，2014~2016年，样本企业平均流动比率分别为1.82倍、1.87倍和1.67倍；速动比率分别为1.37倍、1.45倍和1.29倍，略有下降但流动资产对流动负债的保护程度较高；现金到期债务比波动较大，分别为21.24%、12.28%和47.82%，2016年大幅提升主要原因是样本企业经营性现金流规模扩大的同时到期债务规模下降所致。从长期偿债能力指标看，近三年样本企业EBITDA全部债务比逐年降低，分别为0.36倍、0.19倍和0.18倍；EBITDA利息倍数有所波动，分别为2.29倍、0.91倍和1.19倍，长期偿债能力较弱。

截至2017年9月底，样本企业资产负债率和带息债务/全部投入资本均小幅下降；流动比率和速动比率小幅上升，但整体变化不大；现金到期债务比小幅下降至36.44%。

表；2014~2017年9月工程机械行业债务及偿债能力情况（单位：%、倍）

资料来源：观研天下整理

4. 现金流情况

从经营性现金流来看，2016年样本企业经营性现金流大幅好转，经营活动产生的现金流量净额由2015年的18.57亿元上升至2016年的125.49亿元。2014~2016年，样本企业的收入实现质量逐渐转好，从2014年99.39%提升至2016年的116.99%。从投资性现金流看，2014

~2016年，样本企业投资活动产生的现金流量净额分别为-63.00亿元、-11.14亿元和-7.17亿元，呈现净流出状态；筹资活动方面，2014~2016年，样本企业筹资活动产生的现金流量净额大幅下降，并在2015年由正转负，2016年为-151.89亿元，主要系三一重工和中联重科筹资活动支出大幅增加所致。

2017年1~9月，样本企业经营活动产生的现金流量净额为127.74亿元；投资活动产生的现金流量净额为36.94亿元，筹资活动产生的现金流量净额为-123.64亿元。总体看，2017年样本企业经营活动和投资活动现金流充沛，现金流量表大幅好转。

表：2014~2017年9月工程机械行业现金流情况（单位：亿元、%）

资料来源：观研天下整理

5. 运营能力

营运情况来看，2016年工程机械企业受行业景气度提升影响，销售规模大幅增长，应收账款规模下降，使得工程机械企业存货周转率、应收账款周转率和资产周转率均有所上升，2016年分别为2.10次、2.20次和0.41次。

表：2014~2017年9月工程机械行业运营情况（单位：次）

资料来源：观研天下整理

观研天下发布的《2018年中国工程机械市场分析报告-行业深度分析与发展前景预测》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证券交易所等，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、工程机械T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 2015-2017年中国工程机械行业发展概述

第一节 工程机械行业发展情况概述

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

第二节 中国工程机械行业上下游产业链分析

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

第三节 中国工程机械行业生命周期分析

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

第四节 工程机械行业经济指标分析

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

第五节 国内工程机械行业进入壁垒分析

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

第二章 2015-2017年全球工程机械行业市场发展现状分析

第一节 全球工程机械行业发展历程回顾

第二节 全球工程机械行业市场区域分布情况

第三节 亚洲工程机械行业地区市场分析

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

第四节 北美工程机械行业地区市场分析

- 一、北美工程机械行业市场现状分析
- 二、北美工程机械行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美工程机械行业市场前景分析
- 第五节 欧盟工程机械行业地区市场分析
 - 一、欧盟工程机械行业市场现状分析
 - 二、欧盟工程机械行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟工程机械行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界工程机械行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球工程机械行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国工程机械产业发展环境分析

- 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、全社会消费品零售总额
 - 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 中国工程机械产业社会环境发展分析
 - 一、人口环境分析
 - 二、工程机械环境分析
 - 三、文化环境分析
 - 四、生态环境分析
 - 五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国工程机械行业运行情况

- 第一节 中国工程机械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 中国工程机械行业市场规模分析

第三节 中国工程机械行业供应情况分析

第四节 中国工程机械行业需求情况分析

第五节 中国工程机械行业供需平衡分析

第六节 中国工程机械行业发展趋势分析

第五章 中国工程机械所属行业运行数据监测

第一节 中国工程机械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 中国工程机械所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国工程机械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 2015-2017年中国工程机械市场格局分析

第一节 中国工程机械行业竞争现状分析

一、中国工程机械行业竞争情况分析

二、中国工程机械行业主要品牌分析

第二节 中国工程机械行业集中度分析

一、中国工程机械行业市场集中度分析

二、中国工程机械行业企业集中度分析

第三节 中国工程机械行业存在的问题

第四节 中国工程机械行业解决问题的策略分析

第五节 中国工程机械行业竞争力分析

- 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 2015-2017年中国工程机械行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国工程机械行业消费特点

第二节 中国工程机械行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 工程机械行业成本分析

第四节 工程机械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 中国工程机械行业价格现状分析

第六节 中国工程机械行业平均价格走势预测

- 一、中国工程机械行业价格影响因素
- 二、中国工程机械行业平均价格走势预测
- 三、中国工程机械行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国工程机械行业区域市场现状分析

第一节 中国工程机械行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区工程机械市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区工程机械市场规模分析
- 四、华东地区工程机械市场规模预测

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、华中地区工程机械市场规模分析
- 四、华中地区工程机械市场规模预测
- 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、华南地区工程机械市场规模分析

第九章 2015-2017年中国工程机械行业竞争情况

第一节 中国工程机械行业竞争结构分析（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 中国工程机械行业竞争环境分析（工程机械T）

- 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年中国工程机械行业发展前景分析与预测

第一节 中国工程机械行业未来发展前景分析

- 一、工程机械行业国内投资环境分析
- 二、中国工程机械行业市场机会分析
- 三、中国工程机械行业投资增速预测

第二节 中国工程机械行业未来发展趋势预测

第三节 中国工程机械行业市场发展预测

- 一、中国工程机械行业市场规模预测
- 二、中国工程机械行业市场规模增速预测
- 三、中国工程机械行业产值规模预测
- 四、中国工程机械行业产值增速预测
- 五、中国工程机械行业供需情况预测

第四节 中国工程机械行业盈利走势预测

- 一、中国工程机械行业毛利润同比增速预测
- 二、中国工程机械行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国工程机械行业投资风险与营销分析

第一节 工程机械行业投资风险分析

- 一、工程机械行业政策风险分析
- 二、工程机械行业技术风险分析
- 三、工程机械行业竞争风险
- 四、工程机械行业其他风险分析

第二节 工程机械行业企业经营发展分析及建议

- 一、工程机械行业经营模式
- 二、工程机械行业销售模式
- 三、工程机械行业创新方向

第三节 工程机械行业应对策略

- 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年中国工程机械行业发展策略及投资建议

第一节 中国工程机械行业品牌战略分析

- 一、工程机械企业品牌的重要性
- 二、工程机械企业实施品牌战略的意义
- 三、工程机械企业品牌的现状分析
- 四、工程机械企业的品牌战略
- 五、工程机械品牌战略管理的策略

第二节 中国工程机械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、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 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年中国工程机械行业发展策略及投资建议

第一节 中国工程机械行业产品策略分析

- 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 中国工程机械行业定价策略分析

第二节 中国工程机械行业营销渠道策略

- 一、工程机械行业渠道选择策略
- 二、工程机械行业营销策略

第三节中国工程机械行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国工程机械行业重点投资区域分析

二、中国工程机械行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYGSL）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jixie/326122326122.html>