

2011-2015年挖掘机行业前十大企业竞争力分析及 行业投资潜力研究报告

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《2011-2015年挖掘机行业前十大企业竞争力分析及行业投资潜力研究报告》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/zhuanongshebei/136232136232.html>

报告价格：电子版: 7000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

在全球性的金融危机，国内工程机械行业受到了不同程度的影响，然而我国政府随后出台了十大投资措施和4万亿投资规划，再一次表明了政府通过加大投资促进经济增长的决心，有利于工程机械的国内需求。在4万亿投资计划的刺激下，工程机械恢复增长，挖掘机行业将迎来发展的又一春。从2010年开始，随着经济的逐步复苏，公路建设、房地产建设、铁路建设等领域直接拉动了对挖掘机的需求。受国家推动的大规模基建计划和房地产行业投资景气的影响，中国挖掘机市场将会有进一步的增长。中国挖掘机市场十年来平均以30%速度递增，已成为世界用量最大的市场之一。从目前情况看，我国正处在道路交通、能源水利、城市建设等各方面基础设施建设的高峰期，挖掘机市场需求量逐年上升，该项目市场前景广阔。挖掘机行业的新产品即层出不穷、争奇斗艳。其中，有的企业早已在挖掘机市场占据大片江山，推出新品目的在于巩固地位、为企业增加新的利益增长点；有的企业在其他领域叱咤风云，推出新品以期在挖掘机领域同样具备高端地位；有的企业借助“海外夫家”的力量研发新品，志在打入挖掘机市场，完善产业链、增强竞争力。目前，我国已经成为全球最大的挖掘机市场，不仅市场销量最大，而且产量也是最大的国家，是世界挖掘机行业的制造中心。在不断推进的国际化进程中，我国挖掘机市场逐渐被纳入全球挖掘机供应链体系中。由于中国在国际市场的影响力不断扩大，特别是与发展中国家的关系日益密切，在全球出口市场低迷的情况下，仍然可以为挖掘机行业取得不少的出口机会。未来挖掘机行业前景看好，中国国土辽阔，经济建设的任务很重，挖掘机市场需求空间很大。中西部地区和东北地区随着经济建设的加快和施工项目的增多，对挖掘机的需求量也将逐年增大。

2010年10月挖掘机销量继续上升，延续2010年的火爆销售，根据往年的市场规律及当前的市场环境，11、12月份挖掘机销量会在9、10月份的基础上略有下降，但整体走势会比较平稳。根据前10个月的市场情况，本年度挖掘机销售基调以确定，获得高速增长没有任何悬念。10月出口市场表现不佳，与上月相比出现较大降幅，但对比去年同期仍有大幅增长，主要原因是去年同期受金融危机影响，出口基数较低。10月进口机份额进一步下降，本土化生产规模持续扩大。整体来看，2010年进口机占总销量的份额较2009年出现了明显下降，这一趋势在未来数年会得到延续。2010年半年时间，挖掘机的销量即超过2009年。由此足以看出挖掘机行业市场的火爆。项目开工持续增多是最根本原因，这包含2009年项目的持续和2010年新开工的大批项目。此外还有一个非常值得关注的问题，就是挖掘机对装载机的部分取代。这一点虽然被这两个产品销量同时大增所掩盖，但这种趋势不会停止。最显著的一点就在于，行业销量排名前八位的企业几乎无一例外已经上马挖掘机项目，并形成不错的产销规模。挖掘机行业的竞争压力也隐藏在市场急速扩容的背后。如果经济形势放缓，由于全行业产能过剩的问题不可避免，挖掘机竞争压力将突显出来。对于一些进入行业较晚的企业来讲，如果还不能站稳脚跟，将有可能遭遇极大困难。特别要注意的是房市调控政策对房地产行业的影响，这是挖掘机的主力市场之一。这个领域的施工难度要远低于矿山，在这

个领域内自主品牌的挖掘机具有很强竞争力。但是，房地产投资快速回落的可能性很大，对自主品牌影响不小。在当前形势下，我国挖掘机行业的投资潜力如何？存在哪些投资机会？前十大优秀企业又有哪些经验值得借鉴呢？

中国报告网发布的《2011-2015年挖掘机行业前十大企业竞争力分析及行业投资潜力研究报告》共十七章。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、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研究分析。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。

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。

报告目录

第一部分 行业运行现状

第一章 中国挖掘机行业发展概述

第一节 挖掘机行业发展情况

一、挖掘机定义

二、挖掘机行业发展历程

第二节 挖掘机产业链分析

一、产业链模型介绍

二、挖掘机产业链模型分析

第三节 2008-2010年中国挖掘机行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第二章 全球挖掘机市场发展分析

第一节 全球挖掘机市场发展情况分析

一、2009年全球挖掘机市场发展分析

二、2009年全球挖掘机市场统计分析

三、2010年全球挖掘机市场发展分析

四、2010年全球挖掘机销售排名分析

五、2010年全球挖掘机消费者调查分析

第二节 2010年世界主要国家挖掘机市场分析

一、2010年美国挖掘机市场现状分析

二、2010年欧洲挖掘机市场现状分析

三、2010年日本挖掘机市场现状分析

四、2010年韩国挖掘机市场现状分析

五、2010年中东与非洲挖掘机市场分析

第三章 国际挖掘机行业知名企业在华投资运营情况分析

第一节 日立

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业主要产品分析

四、企业在华市场销售情况

第二节 小松

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业主要产品分析

四、企业在华市场销售情况

第三节 神钢

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业主要产品分析

四、企业在华市场销售情况

第四节 斗山

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业主要产品分析

四、企业在华市场销售情况

第五节 现代

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业主要产品分析

四、企业在华市场销售情况

第六节 卡特

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业主要产品分析

四、企业在华市场销售情况

第七节 特雷克斯

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业主要产品分析

四、企业在华市场销售情况

第八节 利勃海尔

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业主要产品分析

四、企业在华市场销售情况

第九节 阿特拉斯

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业主要产品分析

四、企业在华市场销售情况

第十节 沃尔沃

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业主要产品分析

四、企业在华市场销售情况

第四章 中国挖掘机市场运行分析

第一节 挖掘机行业市场发展基本情况

一、市场现状分析

二、市场规模分析

三、市场特点分析

四、市场技术发展状况

第二节 挖掘机行业技术研发情况

一、行业研发情况分析

二、竞争对手研发占投入比

三、研发投入与研发成果关系

第三节 行业市场工业总产值分析

一、年市场工业总产值分析

二、2009-2010年不同规模企业工业总产值分析

三、2009-2010年不同所有制企业工业总产值比较

四、2009-2010年行业市场工业总产值地区分布

第四节 行业市场产品价格分析

一、2008年市场产品价格走势

二、2009年市场产品价格走势

三、2010年市场产品价格走势

四、2011-2015年产品价格趋势

第五章 中国挖掘机行业的国际比较分析

第一节 中国挖掘机市场发展情况分析

一、2009年中国挖掘机市场发展分析

二、2009年中国挖掘机市场统计分析

三、2010年中国挖掘机市场发展分析

四、2010年中国挖掘机细分市场分析

第二节 中国挖掘机行业的国际比较分析

一、中国挖掘机行业竞争力指标分析

二、国际挖掘机行业竞争力指标分析

三、中国挖掘机行业经济指标国际比较分析

第三节 全球挖掘机行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、重点需求客户

四、市场前景展望

第六章 中国挖掘机行业经济运行指标分析

第一节 2010年中国挖掘机行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2010年中国挖掘机行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2010年中国挖掘机行业财务指标总体分析

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

第二部分 市场供需分析

第七章 中国挖掘机行业生产现状分析

第一节 挖掘机行业生产分析

一、产品及原材料进口、自有比例

二、国内产品及原材料生产基地分布

三、产品及原材料产业集群发展分析

四、2008-2010年产品及原材料产能情况分析

第二节 挖掘机行业产能分析

一、2009-2010年挖掘机产能分析

二、2009-2010年重点企业产能及占有份额

二、2011-2015年挖掘机产能预测

第三节 挖掘机行业产量分析

一、2009-2010年挖掘机产量分析

二、2010年产能配置与产能利用率调查

三、2011-2015年挖掘机产量预测

第四节 挖掘机行业市场供给分析

一、2010年挖掘机生产规模现状

二、2010年挖掘机产能规模分布

三、2010年挖掘机市场价格走势

四、2010年挖掘机重点厂商分布

五、2010年挖掘机产供状况分析

第八章 挖掘机行业采购状况分析

第一节 挖掘机成本分析

一、2009-2010年原材料成本走势分析

二、2009-2010年劳动力供需及价格分析

三、2009-2010年其他方面成本走势分析

第二节 上游原材料价格与供给分析

一、主要原材料情况

二、2008-2010年主要原材料价格与供给分析

三、2011-2015年主要原材料市场变化趋势预测

第三节 挖掘机产业链的分析

一、行业集中度

二、主要环节的增值空间

三、行业进入壁垒和驱动因素

四、上下游行业影响及趋势分析

第九章 中国挖掘机市场供需分析

第一节 2010年挖掘机市场需求分析

一、挖掘机行业需求市场

二、挖掘机行业客户结构

三、挖掘机行业需求的地区差异

第二节 2010年挖掘机市场供给分析

一、2010年挖掘机市场供给分析

二、2011-2015年挖掘机市场供给预测

第三节 2011-2015年供求平衡分析及未来发展趋势

一、2011-2015年挖掘机行业的需求预测

二、2009-2010年挖掘机供求平衡分析

三、2011-2015年挖掘机供求平衡预测

第十章 区域市场情况深度研究

第一节 长三角区域市场情况分析

第二节 珠三角区域市场情况分析

第三节 环渤海区域市场情况分析

第四节 主要省市集中度及竞争力模式分析

第五节 挖掘机行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

一、华北大区市场分析

二、华中大区市场分析

三、华南大区市场分析

四、华东大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第六节 挖掘机重点地区销售分析

一、挖掘机各地区对比销售分析

二、挖掘机“重点地区一”销售分析

三、挖掘机“重点地区二”销售分析

四、挖掘机“重点地区三”销售分析

五、挖掘机“重点地区四”销售分析

六、挖掘机“重点地区五”销售分析

七、挖掘机“重点地区六”销售分析

第三部分 行业竞争分析

第十一章 挖掘机市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

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 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

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

第四节 挖掘机竞争力优势分析

一、整体产品竞争力评价

二、产品竞争力评价结果分析

三、竞争优势评价及构建建议

第五节 挖掘机行业竞争格局分析

一、2010年挖掘机行业竞争分析

二、2010年国内外挖掘机竞争分析

三、2010年中国挖掘机市场竞争分析

四、2010年中国挖掘机市场集中度分析

五、2010年中国挖掘机竞争对手市场份额

六、2010年中国挖掘机主要品牌企业梯队分布

第十二章 挖掘机行业产业结构分析

第一节 产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国挖掘机行业参与国际竞争的战略市场定位

第十三章 前十大领先企业发展分析

第一节 三一重工

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第二节 太原重工

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第三节 柳州柳工挖掘机有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第四节 湖南山河智能机械股份有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第五节 常林股份

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第六节 徐州徐挖机械制造有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第七节 四川邦立重机有限责任公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第八节 山东力士德机械有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第九节 山推工程机械股份有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第十节 抚顺挖掘机制造有限责任公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第四部分 投资潜力预测

第十四章 2011-2015年挖掘机行业发展趋势及影响因素

第一节 挖掘机市场前景分析

一、挖掘机市场容量分析

二、挖掘机行业利好利空政策

三、挖掘机行业发展前景分析

第二节 挖掘机未来发展预测分析

一、中国挖掘机发展方向分析

二、2011-2015年中国挖掘机行业发展规模

三、2011-2015年中国挖掘机行业发展趋势预测

第三节 2011-2015年挖掘机行业供需预测

一、2011-2015年挖掘机行业供给预测

二、2011-2015年挖掘机行业需求预测

三、2011-2015年挖掘机行业进出口预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

六、中国挖掘机行业SWOT分析

第十五章 2011-2015年挖掘机行业投资方向与风险分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

第二节 产业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

第四节 挖掘机行业投资潜力与机会

第五节 新进入者应注意的障碍因素

第六节 2011-2015年中国挖掘机行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第五部分 市场策略研究

第十六章 行业发展环境与渠道分析

第一节 全国经济发展背景分析

一、2010年宏观经济数据分析

二、2010年宏观政策环境分析

三、“十二五”发展规划分析

第二节 主要城市发展背景分析

一、主要城市区域市场特点分析

二、主要城市社会经济现状分析

三、未来主要城市经济发展预测

第三节 竞争对手渠道模式

一、挖掘机市场渠道情况

二、挖掘机竞争对手渠道模式

三、挖掘机直营代理分布情况

第四节 主要商圈发展趋势分析

一、各城市主要商圈渠道分布情况

二、各城市主要商圈销售规模分析

三、各城市主要商圈发展趋势分析

第十七章 2011-2015年挖掘机行业市场策略分析

第一节 消费者调查研究

一、消费者生活方式调查

二、未来社会人口生活水平

三、挖掘机消费者调查

四、发达国家同期消费者感知

第二节 营销分析与营销模式推荐

一、渠道构成

二、销售贡献比率

三、覆盖率

四、销售渠道效果

五、价值流程结构

第三节 多元化策略分析

一、行业多元化策略研究

二、现有竞争企业多元化业务模式

三、上下游行业策略分析

第四节 广告投放策略分析

一、行业广告投放现状分析

二、2009-2010年广告投放方式变化分析

三、2009-2010年广告投放总量变化分析

四、2011-2015年广告投放策略分析

第五节 品牌策略分析

一、各品牌定位及策略分析

二、各品牌知名度及策略分析

三、各品牌美誉度及策略分析

四、各品牌忠诚度及策略分析

图表目录

图表：挖掘机产业链分析

图表：挖掘机行业生命周期

图表：2009-2010年中国挖掘机行业市场规模

图表：2009-2010年全球挖掘机产业市场规模

图表：2009-2010年挖掘机重要数据指标比较

图表：2009-2010年中国挖掘机行业销售情况分析

图表：2009-2010年中国挖掘机行业利润情况分析

图表：2009-2010年中国挖掘机行业资产情况分析

图表：2009-2010年中国挖掘机竞争力分析

图表：2011-2015年中国挖掘机市场前景预测

图表：2011-2015年中国挖掘机市场价格走势预测

图表：2011-2015年中国挖掘机发展前景预测

图表：2009-2010年国内生产总值及其增长速度

图表：2009-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2009-2010年国家外汇储备

图表：2009-2010年税收收入及其增长速度

- 图表：2009-2010年粮食产量及其增长速度
- 图表：2009-2010年工业增加值及其增长速度
- 图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度
- 图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度
- 图表：2009-2010年建筑业增加值及其增长速度
- 图表：2009-2010年固定资产投资及其增长速度
- 图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度
- 图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力
- 图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况
- 图表：2009-2010年社会消费品零售总额及其增长速度
- 图表：2009年货物进出口总额及其增长速度
- 图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度
- 图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度
- 图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度
- 图表：2009-2010年货物进出口总额及其增长速度
- 图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度
- 图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度
- 图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度
- 图表：2009-2010年电话用户数
- 图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度
- 图表：2009-2010年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度
- 图表：2009-2010年各类教育招生人数
- 图表：2009年人口数及其构成
- 图表：2009-2010年农村居民村收入及其增长速度
- 图表：2009-2010年城镇居民可支配收入及其增长速度
- 图表：2010年1-11月工业生产主要指标
- 图表：2009-2010年9月全国居民消费价格指数
- 图表：2009-2010年9月工业品出厂价格指数
- 图表：2010年1-11月挖掘机产量全国统计
- 图表：2010年1-11月挖掘机产量北京市统计
- 图表：2010年1-11月挖掘机产量天津市统计
- 图表：2010年1-11月挖掘机产量河北省统计
- 图表：2010年1-11月挖掘机产量内蒙古统计
- 图表：2010年1-11月挖掘机产量辽宁省统计
- 图表：2010年1-11月挖掘机产量吉林省统计

图表：2010年1-11月挖掘机产量黑龙江统计

图表：2010年1-11月挖掘机产量上海市统计

图表：2010年1-11月挖掘机产量江苏省统计

图表：2010年1-11月挖掘机产量浙江省统计

图表：2010年1-11月挖掘机产量安徽省统计

图表：2010年1-11月挖掘机产量福建省统计

图表：2010年1-11月挖掘机产量江西省统计

图表：2010年1-11月挖掘机产量山东省统计

图表：2010年1-11月挖掘机产量河南省统计

图表：2010年1-11月挖掘机产量湖北省统计

图表：2010年1-11月挖掘机产量湖南省统计

图表：2010年1-11月挖掘机产量广东省统计

图表：2010年1-11月挖掘机产量广西区统计

图表：2010年1-11月挖掘机产量海南省统计

图表：2010年1-11月挖掘机产量四川省统计

图表：2010年1-11月挖掘机产量云南省统计

图表：2010年1-11月挖掘机产量陕西省统计

图表：2010年1-11月挖掘机产量甘肃省统计

图表：2010年1-11月挖掘机产量青海省统计

图表：2010年1-11月挖掘机产量宁夏区统计

图表：2010年1-11月挖掘机产量新疆区统计

图表：2010年1-11月我国挖掘机产品进口数据

图表：2010年1-11月我国挖掘机产品出口数据

图表：2010年1月我国挖掘机产品进口数据

图表：2010年1月我国挖掘机产品出口数据

图表：2010年2月我国挖掘机产品进口数据

图表：2010年2月我国挖掘机产品出口数据

图表：2010年3月我国挖掘机产品进口数据

图表：2010年3月我国挖掘机产品出口数据

图表：2010年1季度我国挖掘机产品进口数据

图表：2010年1季度我国挖掘机产品出口数据

图表：2010年4月我国挖掘机产品进口数据

图表：2010年4月我国挖掘机产品出口数据

图表：2010年5月我国挖掘机产品进口数据

图表：2010年5月我国挖掘机产品出口数据

图表：2010年6月我国挖掘机产品进口数据

图表：2010年6月我国挖掘机产品出口数据

图表：2010年2季度我国挖掘机产品进口数据

图表：2010年2季度我国挖掘机产品出口数据

图表：2010年7月我国挖掘机产品进口数据

图表：2010年7月我国挖掘机产品出口数据

图表：2010年8月我国挖掘机产品进口数据

图表：2010年8月我国挖掘机产品出口数据

图表：2010年9月我国挖掘机产品进口数据

图表：2010年9月我国挖掘机产品出口数据

图表：2010年3季度我国挖掘机产品进口数据

图表：2010年3季度我国挖掘机产品出口数据

图表：2010年10月我国挖掘机产品进口数据

图表：2010年10月我国挖掘机产品出口数据

图表：2010年11月我国挖掘机产品进口数据

图表：2010年11月我国挖掘机产品出口数据

•••••略

更多图表见报告正文

《2011-2015年挖掘机行业前十大企业竞争力分析及行业投资潜力研究报告》系统全面的调研了挖掘机的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhuanyongshebei/136232136232.html>