

2013-2018年中国工程承包 市场运行态势与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2013-2018年中国工程承包市场运行态势与投资战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201312/101608.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

我国工程承包行业处于成长期。市场增长率很高，需求高速增长，技术渐趋定型，行业特点、行业竞争状况及用户特点已比较明朗，企业进入壁垒提高，服务种类及竞争者数量增多。国内建筑市场已经经历了长期的高速增长。按照经济发展规律，特别是基础设施建设的规律，一些行业和地区未来有可能出现市场饱和、能力过剩等现象。这些现象的出现，会迫使一些国内企业开始重视国际市场，加大国际市场的开拓力度，为对外承包工程的行业发展提供额外的动力。

中企顾问网发布的《2013-2018年中国工程承包市场运行态势与投资战略咨询报告》共十一章，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。

第一章中国工程承包行业发展概述

第一节工程承包行业概述

一、工程承包的定义

二、工程承包的特点

第二节工程承包上下游产业链分析

一、产业链模型介绍

二、工程承包行业产业链分析

第三节工程承包行业生命周期分析

一、行业生命周期概述

二、工程承包行业所属的生命周期

第四节行业经济指标分析

一、赢利性

- 二、附加值的提升空间
- 三、进入壁垒／退出机制
- 四、行业周期

第二章 2013年世界工程承包市场运行形势分析

第一节 2012年全球工程承包行业发展回顾

第二节 亚洲地区主要市场概况

第三节 欧盟主要国家市场概况

第四节 北美地区主要市场概况

第五节 2013-2018年世界工程承包发展走势预测

第三章 2013年中国工程承包产业发展环境分析

第一节 2013年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 工程承包行业主管部门、行业监管体

第三节 中国工程承包行业政策环境分析

第四节 2013年中国工程承包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 2013年中国工程承包产业运行情况

第一节 中国工程承包行业发展状况

一、工程承包行业市场供给情况

二、工程承包行业市场需求情况

三、工程承包行业市场容量

第二节 中国工程承包行业价格走势分析

一、工程承包行业价格影响因素分析

二、2012年工程承包行业价格走势回顾

三、2013-2018年工程承包行业价格走势预测

第三节中国工程承包行业技术发展分析

第四节工程承包行业未来发展趋势预测

第五章中国工程承包市场发展分析

第一节中国工程承包行业竞争现状

第二节中国工程承包行业集中度分析

一、市场集中度

二、企业集中度

三、区域集中度

第三节工程承包行业品牌现状分析

第四节中国工程承包行业存在的问题

第五节中国工程承包行业国际竞争力分析

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

第六章 2013年中国工程承包行业竞争情况

第二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

第三节工程承包行业SWOT分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

第四节中国工程承包产品竞争力优势分析

- 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

第七章2010-2013中国工程承包所属行业主要数据监测分析

第一节 2010-2013中国工程承包所属行业总体数据分析

- 一、2010年中国工程承包所属行业全部企业数据分析
- 二、2011年中国工程承包所属行业全部企业数据分析
- 三、2012年中国工程承包所属行业全部企业数据分析
- 四、2013年中国工程承包所属行业全部企业数据分析

第二节 2010-2013中国工程承包所属行业不同规模企业数据分析

- 一、2010年中国工程承包所属行业不同规模企业数据分析
- 二、2011年中国工程承包所属行业不同规模企业数据分析
- 三、2012年中国工程承包所属行业不同规模企业数据分析
- 四、2013年中国工程承包所属行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2013中国工程承包所属行业不同所有制企业数据分析

- 一、2010年中国工程承包所属行业不同所有制企业数据分析
- 二、2011年中国工程承包所属行业不同所有制企业数据分析
- 三、2012年中国工程承包所属行业不同所有制企业数据分析
- 四、2013年中国工程承包所属行业不同所有制企业数据分析

第八章 2013年工程承包行业重点生产企业分析

第一节企业一

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

第二节企业二

- 一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节企业三

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节企业四

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节企业五

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节企业六

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节企业七

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节企业八

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节企业九

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节企业十

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九章2013-2018年工程承包行业发展预测

第一节2013-2018年中国工程承包行业未来发展前景分析

- 一、2013-2018年中国工程承包市场发展环境分析
- 二、2013-2018年中国工程承包行业市场规模预测
- 三、2013-2018年中国工程承包行业市场发展趋势分析
- 第二节2013-2018年中国工程承包行业市场供需预测
- 一、2013-2018年中国工程承包行业供给预测
- 二、2013-2018年中国工程承包市场需求预测
- 第三节2013-2018年中国工程承包行业盈利走势预测

第十章2013-2018年中国工程承包行业投资风险与营销分析

- 第一节2013-2018年工程承包行业进入壁垒分析
- 第二节2013-2018年中国工程承包行业投资环境分析
- 第三节中国工程承包行业投资风险
- 一、政策风险
- 二、技术风险
- 三、竞争风险
- 四、原材料风险
- 五、其他风险
- 第四节中国工程承包行业营销分析
- 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

第十一章2013-2018年中国工程承包行业发展策略及投资建议

- 第一节工程承包行业市场重点客户战略实施
- 一、实施重点客户战略的必要性
- 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、实施重点客户战略要重点解决的问题
- 第三节中企顾问网投资建议

一、重点投资区域建议

二、重点投资产品建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201312/101608.html>