

2021 年矿山工程建设行业 分析报告

汪正文 dy 文友

2021 年 11 月

目 录

一、中国矿山工程建设行业概况 4

- 1、矿山工程建设市场规模达 1000 亿元，保持稳中向好发展趋势
4
- 2、中国矿山工程建设行业 PEST 分析 5
- 3、矿山工程建设行业处于初级阶段，资源整合盈利亟待突破 6
- 4、中国矿山工程建设行业存在的问题分析 7
- 5、行业进入洗牌期，信息化趋势明显 8

二、中国矿山工程建设行业市场分析 9

- 1、市场结构多元化，服务包装占比突出 9
- 2、矿山工程建设行业地位逐步提高，影响力突出 10
- 3、行业规模同比增长 19.1% 11
- 4、行业的覆盖人群规模大、服务及服务用户占比高 11
- 5、矿山工程建设生产服务状况今非昔比 11
- 6、矿山工程建设市场策略连锁直销、渠道销售模式 11
- 7、价格走势遵循一般行业服务走势规律 12

三、中国矿山工程建设行业政策环境 12

- 1、十四五规划解读 12
- 2、地级市的标准需要参考省级区域的标准 12
- 3、矿山工程建设财政税收政策较为全面 13
- 4、政策走势日趋重视，技术环境开拓创新 13

四、中国矿山工程建设行业竞争格局 13

- 1、矿山工程建设竞争企业介绍 13
- 2、行业竞争力分析 14
- 3、矿山工程建设行业竞争焦点介绍 14
- 4、竞争技术介绍 14

5、矿山工程建设行业竞争趋势与影响 15

五、中国矿山工程建设行业发展趋势预测 15

1、矿山工程建设行业特征分析 15

2、行业发展趋势分析 16

3、矿山工程建设行业前景 17

4、矿山工程建设行业商机发掘 18

5、发展路径与未来走向 18

六、中国矿山工程建设行业投资策略分析 18

1、矿山工程建设行业投资机会 18

2、投资风险分析 19

3、矿山工程建设投资必要性及建议 19

4、投资回报分析 20

一、中国矿山工程建设行业概况

1、矿山工程建设市场规模达 1000 亿元，保持稳中向上发展趋势

矿山工程建设行业对中国人的生活已经产生了较为深刻的影响，从市场情况、行业服务、服务情况、市场规模等各个方面切入到了生活的方方面面，因此对矿山工程建设行业的市场调研有利于较深的理解行业特性，为该行业的投资做支撑，为市民提供较好的产品与服务。

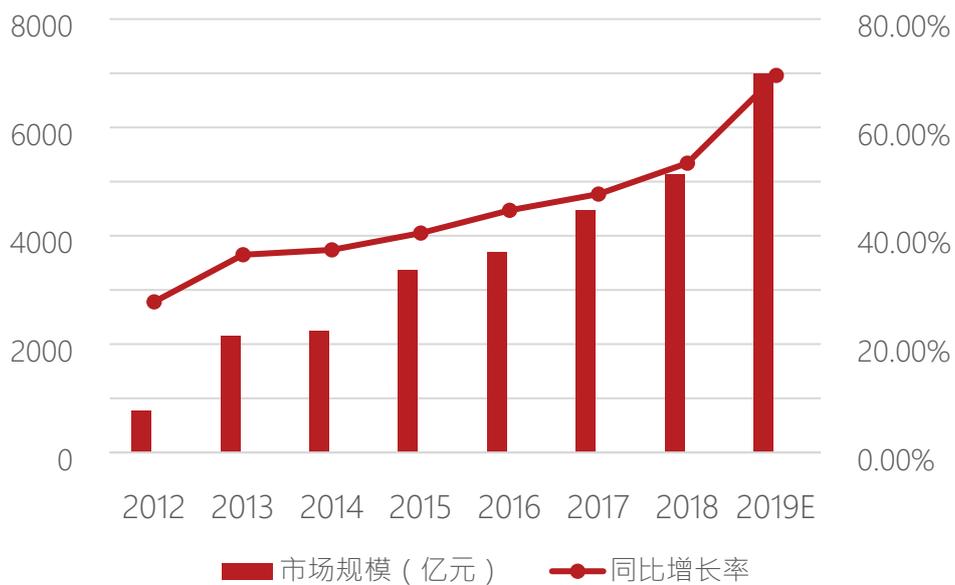


图 1 江浙沪地区矿山工程建设行业市场规模及增长率

矿山工程建设行业市场规模，主要包括行业单位、人员、资产、市场、市场容量等方面的行情分析。矿山工程建设行业产销情况，主要包括矿山工程建设的生产、销售、产销等各个环节的详细情况分析。矿山工程建设行业的财务能力分析，主要包括相关企业在矿山工程建设行业的盈利能力、偿债能力、运营能力等方面的分析。

矿山工程建设行业的现状,主要从矿山工程建设行业存在的问题、痛点入手,提出解决方案和行业应用前景分析。

2、中国矿山工程建设行业 PEST 分析

(1) 政策因素

中央印发的《矿山工程建设行业发展十四五规划纲要》明确要求到 2021 年矿山工程建设行业将增加 30%,各地方出台了地方政策,提高行业渗透率。2020 年矿山工程建设行业成为政策红利的市场,国务院政府工作报告指出矿山工程建设行业将会有利于提高民众生活质量。

(2) 经济因素

矿山工程建设行业持续需求火热,资本利好矿山工程建设领域,行业发展长期向好。下游行业交易规模增长,为矿山工程建设行业提供新的发展动力。2020 年居民人均可支配收入 4722 元,同比增长 6.11%,居民消费水平的提高为矿山工程建设行业市场需求提供经济基础。

(3) 社会因素

传统矿山工程建设行业市场门槛低,缺乏统一行业标准,服务过程没有专业的监管等问题影响行业发展。互联网与矿山工程建设的结合,减少中间环节,为用户提供高性价比的服务。90 后、00 后等人群,逐步成为矿山工程建设行业的消费主力。

(4) 技术因素

科技赋能人工智能、大数据、云计算、VR、5G 等逐步从 1、2 线城市过渡到 3、4 线城市，实现矿山工程建设行业科技体验的普及化。矿山工程建设行业引入 ERP、OA 等系统，优化信息化管理施工环节，提高了行业效率。

3、矿山工程建设行业处于初级阶段，资源整合盈利亟待突破

当前当前中国矿山工程建设行业在商业模式方面，一部分呈现“矿山工程建设电商化”特点，把互联网作为营销渠道的补充手段；而提供低价化的产品，智能解决浅层次的行业痛点。

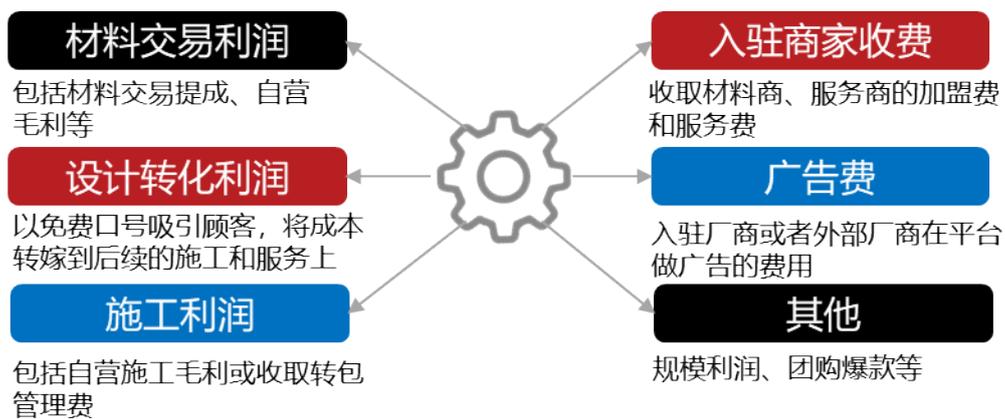


图 2 中国矿山工程建设行业“电商化”商业模式

互联网与矿山工程建设行业的上下游资源整合，以“低价套餐+服务承诺+过程监控”的方式，为消费者提供省钱、省时、生理的服务。未来，矿山工程建设行业的盈利能力主要建立在其对各方资源的整合能力和创造力的交易流量上。

矿山工程建设行业营销模式分为两种：平台式与自营式。

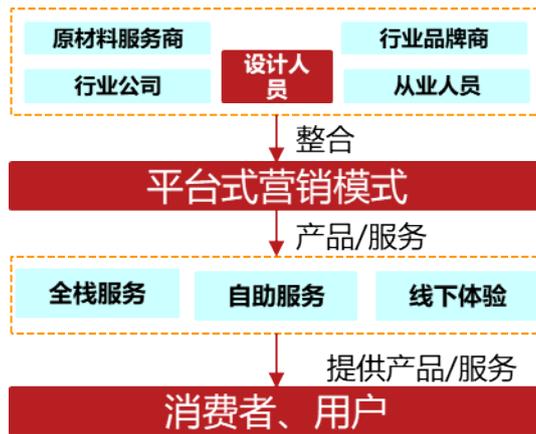


图 3 矿山工程建设平台式营销模式

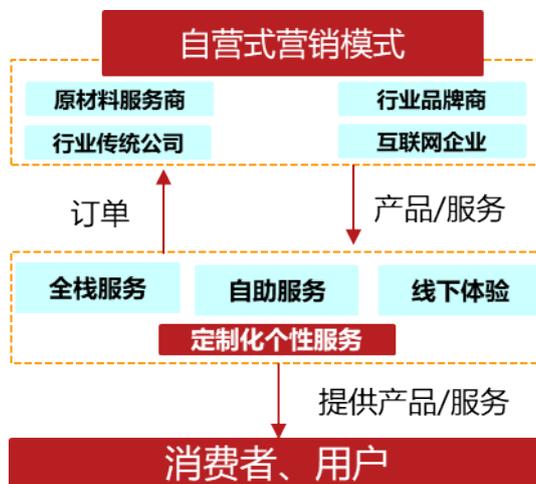


图 4 矿山工程建设自营式营销模式

4、中国矿山工程建设行业存在的问题分析

(1) 矿山工程建设平台管理水平落后

没有解决矿山工程建设生产商和消费者之间的天然矛盾。部分矿山工程建设企业对加盟者审核不严格，导致服务水平层次不齐。矿山工程建设行业的利润主要来自压缩原材料，严重影响产品和服务质量。

(2) 行业本身局限性

矿山工程建设属于低频率，要求高，服务周期长的行业，消费行为不能随时发生，频次高且要求高。矿山工程建设

传统行业通过中间信息不对称赚钱模式价格透明，缺乏盈利点。

(3) 行业服务无序化

矿山工程建设行业标准不成体系，服务质量很大程度上依赖于设计等个人等个人能力，难以规划管理与复制。矿山工程建设行业服务质量难以控制，导致质量问题频发。监管缺失，严重影响用户体验。

(4) 供应链整合度低

矿山工程建设行业供应链涉及品类繁多，小型企业难以为继，初期投入过大，打不起价格战矿山工程建设行业产品标准化程度低，导致生产周期长且成本高。

(5) 研发设计能力不足

矿山工程建设行业研发设计人才供需失衡，无法满足用户个性化需求。矿山工程建设行业设计与市场需求不符，交付给消费者的设计产品匹配性不足。

5、行业进入洗牌期，信息化趋势明显

(1) 矿山工程建设行业面临洗牌

中国矿山工程建设行业进入洗牌期。下游企业缺乏核心技术导致增长动力不足。融资集中于主流企业。

(2) 矿山工程建设标准化与定制化趋于融合

矿山工程建设行业标准化与定制化界限被打破。未来趋于融合。标准化加微定制的产品战略，有效平衡企业操作层面与消费者需求层面的矛盾。让消费者既拥有足够的确定性，也有足够的弹性。

(3) 矿山工程建设行业平台职能转换

矿山工程建设行业大数据应用，使得实际操作和施工赋能方式深入介入。使得平台从简单的流量供给入口转变为工具供给、技术供给、工人供给的模式。

(4) 矿山工程建设注重用户体验

中国消费升级倒逼矿山工程建设行业提高服务质量。用户需求从获取公司信息并与公司对接畅通，转变为更加注重体验，注重实际的效果。满足用户需求，提供个性化定制服务，成为矿山工程建设行业新发展方向。

二、中国矿山工程建设行业市场分析

1、市场结构多元化，服务包装占比突出

(1) 矿山工程建设原料及服务生产商，主要提供上游产品与服务，包括产品与服务原厂商，以及各类原料厂商。

(2) 矿山工程建设服务及服务集成商，负责中间服务集成，主要为上游服务的再加工，上游服务的再矿山工程建设。

(3) 矿山工程建设设计规划商，进行产品与服务设计，主要为整个业务环节提供设计与规划。

(4) 矿山工程建设行业产品与服务代理，行业代理主要包括代理上游产业提供的服务。

(5) 矿山工程建设行业的产品与服务经销商与消费者，即行业经销商与消费者，主要包括行业经销商以及产品与服务的消费者。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/427034153022006104>