



P32
COVER STORY
封面故事

后疫情时代，代理商如何求存思变

新冠肺炎疫情期间，全球经济面临衰退风险，各产业均受不同程度影响，以实体行业冲击最甚。中国工程机械行业在重启后加速前行，但是市场滚烫爆发的背后，确是大部分代理商生存状况的堪忧，在日趋激烈的市场竞争中不断失血，利润空间持续承受挤压，代理商在面临危机的同时也催生创新新动力，技术革新与商业模式变革刻不容缓。

EDITORIAL 卷首语

06 表里与思辨

MACRO ECONOMY 宏观

- 12 CPI、PPI、PMI 数据
- 13 2020年7月中国工程机械市场指数发布
- 14 统筹防疫和发展成效显著 上半年国民经济逐步复苏

MARKET 市场

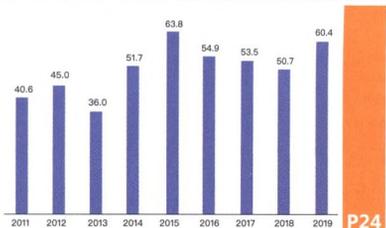
- 18 2020年上半年铁路投资逆势增长，支撑工程机械需求爆发增长
- 20 抗疫情经济运行回稳 促发展行业韧性增强
——2020年上半年机械工业经济运行情况
- 24 中国风电行业现状及前景展望
- 26 6月挖掘机劲销 2.46万台，同比增长 62.9% 上半年销量分析
- 28 6月装载机销售 1.31万台，1-6月累计销量首现正增长
- 29 中国工程机械受东南亚国家青睐，出口有望迎来新一轮爆发



P15



P19

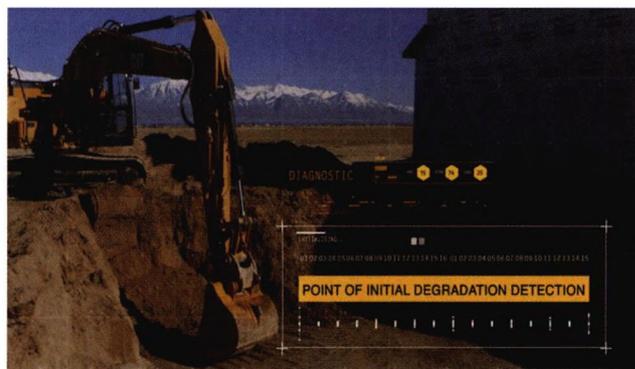


P24



P44 FEATURE 特写

徐工混改打响第一枪，混改如何为“新徐工”赋能？



P56 ENTERPRISE 企业

更广、更深、更快 卡特彼勒全面提升服务战略

COVER STORY 封面故事

32 后疫情时代，代理商如何求存思变

MARKETING 营销

38 后疫情时代的工程机械前瞻思辨（一）

工程机械代理商亏损应该怎么办呢？

39 “瑞幸租赁”的现金流模型

40 叶老师讲库存管理之十二

从进销存系统到三箱库存管理模型

FEATURE 特写

44 徐工混改打响第一枪，混改如何为“新徐工”赋能？

48 挖掘机产品贡献七成利润 柳工 2019 年报梳理

52 唯进步、不止步的锐马机械（一）

54 斗山出售工程机械业务板块

ENTERPRISE 企业

56 更广、更深、更快 卡特彼勒全面提升服务战略

58 首发！“全球第一钻”助力超级工程

59 多款产品接力跑 徐工再战“超级海底隧道”

60 大有可为，为重载而生 柳工四款 HD 系列挖掘机隆重发布

61 世界海拔最高 三一起重机助力“电力天路”全线贯通

62 以安全筑未来 韬盛科技腾翼生产基地暨智慧展厅开放

64 成就世界第一桥 山推摊铺机创下“三官堂大捷”

65 沃尔沃建筑设备出售北美摊铺机业务，
Blaw-Knox（布鲁诺克斯）品牌将移交给美国范科工业

66 一面水库，一面悬崖，这道桥梁吊装大题怎么解？

67 捷尔杰天津二期工厂建设进展超预期，高空作业平台显神通

68 日立建机集团梳理全球配件品牌，构建全球认证配件供应体系

69 临工重机高空作业机械助力全球首个新冠病毒
疫苗研究室综合体建设

70 2020 上半场，安百拓 8 大新品取得销售新突破

71 康明斯宣布与 NPROXX 成立合资公司

72 斯凯杰科 (Skyjack) 将对高空作业平台载荷进行升级

广告索引 AD INDEX

《今日工程机械》杂志广告	封二
广州威易迅科技有限公司	封三
徐工集团	封底 / P30/P31
全国机械工业设计创新大赛	P1
三一重工股份有限公司	P2-P3
亿美博科技	P5
日立建机（上海）有限公司	P7
利勃海尔机械服务（上海）有限公司	P9
bauma CHINA 2020	P11
匠客工程机械广告	P17
《工程机械与维修》杂志广告	P43
匠客工程机械企媒广告	P47
《矿业装备》杂志广告	P55



万方数据