

中国吊装100强大会组委会

2025 中国吊装企业 竞争力体系发展调研 (简明版)



在市场下滑、产业周期、宏观经济政策调整的影响下，中国吊装行业正在出现新一轮大洗牌。同时行业企业在发展模式、未来规划、设备采购方式、品牌认知等方面，也在主动、被动地进行一轮是升级。

为调研其中变化与升级，工程机械走访了中国吊装行业头部用户群体，并联合**中国吊装百强评审会评委会、徐工吊装工艺专家委员会**联合推出了“2025 中国吊装企业竞争力体系发展调研”。

本次调研收集 **129** 份有效问卷，受访者以“中国吊装 100 强”企业为主，覆盖企业基本情况、业务结构、设备配置、计价模式、经营状况及竞争力评价等核心维度。调研核心结论：**未来 3-5 年，中国吊装行业将加速从“价格竞争”向“价值竞争”转型，“安全合规化、团队专业化、业务价值化”成为核心趋势，甲方与吊装企业的理性需求将主导行业发展。**

中国吊装行业以“民营中小型、10-20 年期企业”为主流。这类企业凭借“决策灵活性、服务贴近性、经验成熟度”，精准契合甲方“快速响应、风险规避、信任基础”的需求，成为市场核心参与者。业务端聚焦“桥梁、钢结构、风电、市政工程”四大领域，以“机械租赁”为核心，设备配置集中于“20-50 台、中高起重能力”，形成“精准匹配用户需求”的运营模式，避免资源浪费。**计价模式上，“施工方案计价”逐步取代“吨位计价”，叠加台班费下滑、收入分化，行业正从“价格驱动”转向“价值驱动”，终端用户更看重“方案、安全、效率”的综合价值。**

目录

01	行业主体特征：民营中小型企业为主导	2
02	业务与设备配置：精准匹配市场需求	4
03	经营现状与计价模式：价值驱动取代价格竞争	6
04	竞争力核心维度：合规与长期价值成关键	8
05	吊装企业行动指南：聚焦内部能力与价值创新	11
06	行业趋势与制造商转型	14

The background of the slide is a blue-tinted photograph of several large construction cranes. The cranes are made of a complex lattice of metal beams and are positioned at various angles, creating a sense of depth and industrial scale. The sky is a clear, light blue.

01

行业主体特征：
民营中小型企业为主导

（一）企业性质与规模

民营企业在调研样本中占比**90.73%**，国有企业（5.15%）和股份制企业（4.12%）占比极低，契合行业**“分散化、市场化”**格局。员工规模上，20-50人企业占41.24%，50-100人企业占48.45%，合计89.69%，凸显**“中小型企业为主流”**的特征。

中小企业的**“小而精”**模式优势显著：扁平化管理使甲方需求响应时间缩短至6小时左右，满足**“工期紧、方案调整频繁”**的项目需求；团队结构紧凑，服务接触密度高，减少信息传递偏差；能平衡**“服务质量与运营成本”**，组建完整服务团队的同时，保持更高的**“价格-价值匹配度”**。未来，中小型企业仍将是行业数量最多的群体，并向**“专精特新”**方向发展。

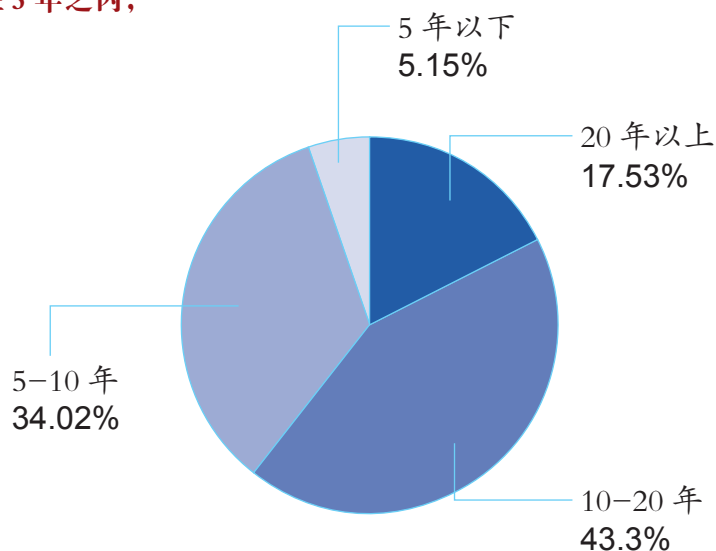
（二）成立年限与设备更新

从成立年限上看，10-20年（不包括20年）的企业占43.3%，5-10年（不包括10年）的吊装企业占34.02%，**10年以上“成熟期企业”合计占比超60%**，反映行业**“经验积累型”**属性。成立时间越长的企业，越能突破**“资质+经验”**双重壁垒，成为甲方信赖的合作对象。

设备更新方面，**中国吊装100强企业设备平均年龄5-6年**，其中**大吨位产品更新周期已缩短至3年之内**，与欧美企业更新速度接轨。相比之下，欧美中小型吊装企业机队**“黄金年龄”**为18-42个月，**头部企业更新周期压缩至24-36个月**，通过**“高频更新+二手设备变现”**维持竞争力，这一经验对中国企业具有参考价值。

图 1

参与调研的吊装企业成立年限以10-20年为主——企业正处于黄金成长期，既不缺乏资源，又经历数轮波动，竞争力体系不断提升。同时，参与调研的吊装企业，机队更新周期明显缩短，**大吨位产品更新周期在3年之内，与欧美吊装企业更新速度相近。**



The background of the slide is a blue-tinted photograph of several large construction cranes. The cranes are made of a complex lattice of metal beams and are positioned at various angles, creating a sense of depth and industrial scale. The lighting is somewhat dim, emphasizing the structural forms of the machinery.

02

业务与设备配置： 精准匹配市场需求

调研企业的核心业务集中在四大领域：桥梁工程（79.38%）、钢结构工程（76.29%）、陆地风电工程（75.26%）、市政工程（72.16%），占比均超 70%。

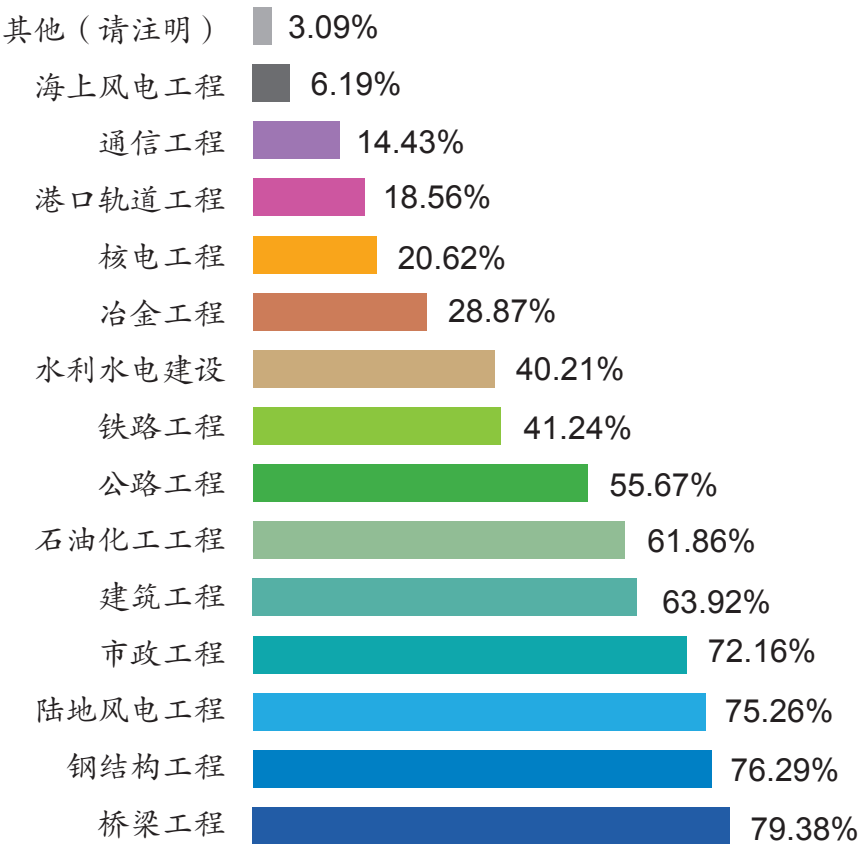
桥梁、市政工程作为公共基础设施项目，业主方更看重“安全合规”与“工期保障”，倾向选择经验丰富的企业；钢结构、陆地风电工程对“技术精度”与“成本优化”要求更高，推动行业向“技术导向”转型。

设备规模上，20-50 台自有起重设备的企业占 37.11%，10-20 台的占 28.87%，**“中等规模设备群”成为主流**。起重能力方面，10000-20000 吨（26.8%）与 1000-3000 吨（23.71%）区间合计占比 **50.51%**，覆盖 70% 以上市场需求，体现“理性、差异化”的设备选购策略，推动行业从**“起重能力过剩竞争”转向“精准价值竞争”**。

企业普遍根据过往 3 年需求数据动态调整设备配置，重点布局核心吨位区间，同时探索“设备共享联盟”模式，应对大型项目临时需求，降低购置成本与闲置风险。

图 2

参与调研的吊装企业，近期吊装业务以桥梁工程、钢结构工程、陆地风电工程和市政工程为主。甲方项目倒逼吊装行业“以技术、安全、效率为导向”。



The background of the slide is a blue-tinted photograph of several large construction cranes. The cranes are silhouetted against a lighter blue sky, creating a complex geometric pattern of lines and triangles. The perspective is looking up at the cranes, emphasizing their height and scale.

03

经营现状与计价模式： 价值驱动取代价格竞争

(一) 经营状况

近 5 年超半数企业收入下滑，直接原因是吊车台班费下滑（76.29% 的企业面临该问题），核心原因是“价值能力不足”。**76.29%** 的企业反映同吨位台班费下滑，仅 7.22% 实现增长，**传统“以台班费为核心”的盈利模式难以为继。**

交叉分析显示，**收入增长的企业多具备“自主方案设计能力”和“定制化服务”**（如新能源项目专项方案）；收入下滑的企业仍依赖“机械租赁 + 吨位计价”，缺乏增值服务能力，与甲方“价值需求”错配。

(二) 计价模式转型

此次调研中，**60.82%** 的受访者认为单纯以台班费计价不合理。随着行业成熟，甲方逐渐认知到“低价台班费”背后的“**高隐性成本**”（如设备故障停工、安全事故损失），**决策逻辑从“比台班费”转向“比综合成本”。**

行业主流计价模式正向“施工方案计价”转型。参考欧美经验，国外企业针对不同项目采用灵活计价：短期项目按小时 / 天数计价，明确项目采用固定总价合同，高风险项目按“成本 + 酬金”计价，同时设置阶梯式费率与成本联动条款，这为中国企业提供了借鉴。

(三) 盈利模式创新

企业正从“设备出租收费”转向“方案设计 + 增值服务”提升收益。部分企业推出“吊装全周期服务”，涵盖前期勘查、中期方案优化、后期维护，服务费占比提升至 20% 以上。这种“价值导向”模式能有效抵御台班费下滑压力，契合甲方需求。

图 3

129 家吊装企业中，近 3 年同吨位吊车台班费出现“下滑”的企业占比 **76.29%**；“持平”的企业占比 **16.49%**；“增长”的企业占比 **7.22%**。

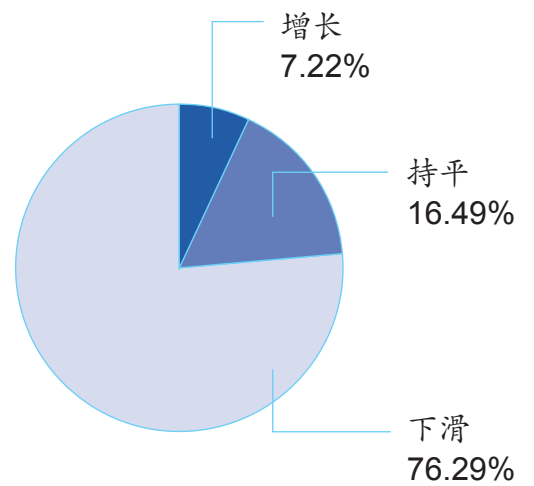
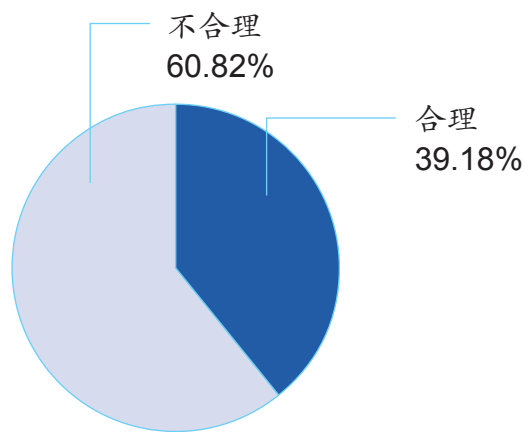


图 4

超过六成的人认为项目招投标中单纯以台班费计价不合理，仅有不到四成的人认为合理。



The background of the slide is a blue-tinted photograph of several large construction cranes. The cranes are silhouetted against a lighter blue sky, creating a complex geometric pattern of lines and triangles. The perspective is looking up at the cranes, emphasizing their height and scale.

04

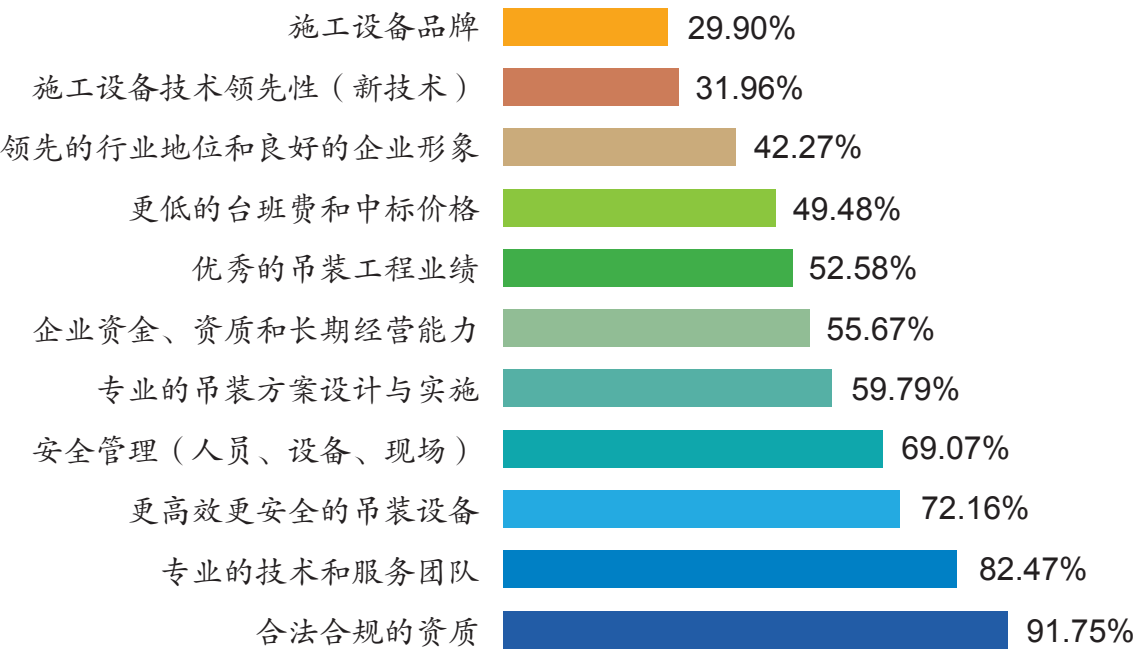
竞争力核心维度：
合规与长期价值成关键

(一) 甲方关注重点

在吊装施工中，甲方合作决策的核心考量，排名最靠前的因素主要表现在三个方面，形成了“考核铁三角”，其中包括：**合法合规资质（91.75%）、专业技术和服务团队（82.47%）、高效安全的吊装设备（72.16%）**。“更低的台班费或中标价格”仅排名第8（42.27%），凸显“竞质比竞价更重要”的行业共识。合规资质是甲方信任的底线，100%的央企企业主表示“资质不全的企业即使价格再低也不合作”。合规资质推动行业“去劣存优”，淘汰“小作坊式”投机企业，遏制恶性竞争。

图 5

竞争力评价维度：合规能力 + 专业团队 + 好设备，构成甲方需求“铁三角”。



(二) 企业核心竞争力

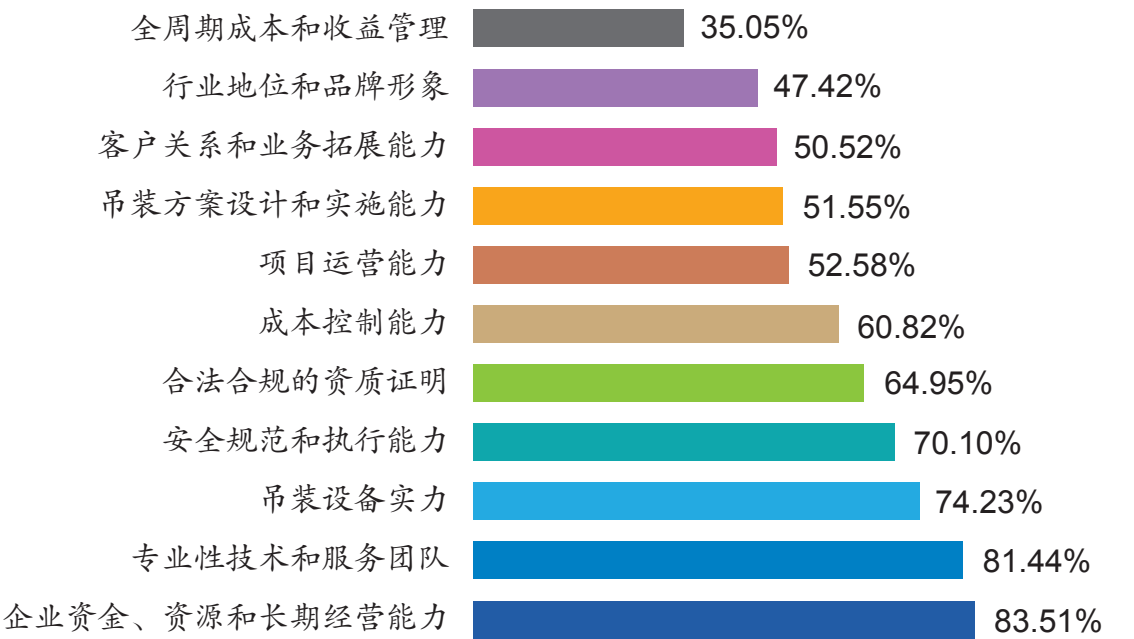
此次调研中，**83.51%** 的受访者认为 **“企业资金、资源和长期经营能力”** 是核心竞争力最重要的组成部分，其次是**“专业性技术和服务团队”**(**81.44%**)、**“吊装设备实力”** (**74.23%**)。这表明企业竞争力不再依赖“设备规模”或“台班费价格”，而是取决于“价值服务能力”（方案设计、安全管理、定制化服务）与“长期经营能力”（资金、资源、经验）。

值得注意的是，“吊装方案设计和实施能力”仅排名第8,反映国内企业对方案“最优化、高效化、高质量化”的认知仍有限，这是行业转型的重要瓶颈。在若干线下会议上，尤其是中国吊装百强评审工作会议上，与会的评委也都指出——吊装民营企业在吊装方案认知、吊装方案设计制作上，存在极大差异；这正在成为甲方选择民营企业合作伙伴的重要门槛。

参考欧美经验，国外吊装企业采用“内部团队主导 + 第三方协作补充”的方案模式，大型企业自建团队，中小企业外包或使用标准化模板，高风险项目引入第三方专家，值得国内企业借鉴。

图 6

吊装企业未来竞争力打造
——“长期价值能力”成为核心。





05

吊装企业行动指南： 聚焦内部能力与价值创新

（一）转化隐性价值

与甲方深度合作中，吊装企业需要完善“吊装用户价值供给清单”——明确方案设计、设备维护、安全监控等增值服务内容，让甲方清晰感知价值。

同时，吊装企业需要构建“甲方见证体系”——系统化地收集过往项目评价，制作案例手册，形成品牌管理意识，增强自身价值可信度，为与甲方的合作提供更多、更有力的背书。

（二）强化内部能力

吊装企业投资重点应该集中于内部能力建设：**专业人才与团队（93.81%）、安全管理（84.54%）、吊装设备（72.16%）、合法合规（71.13%）**，“外延式扩张”让位于“内涵式增长”。这与2026年12月25日在北京召开的中国吊装百强评审会议上，大型央国企专家的建议，高度一致。

在此，吊装企业可以展开的核心动作包括：聚焦核心业务，巩固四大领域优势，培育新能源、高端制造等专项方案能力；优化设备配置，避免闲置与能力不足；加大人才培养与安全体系投入，提升服务质量。

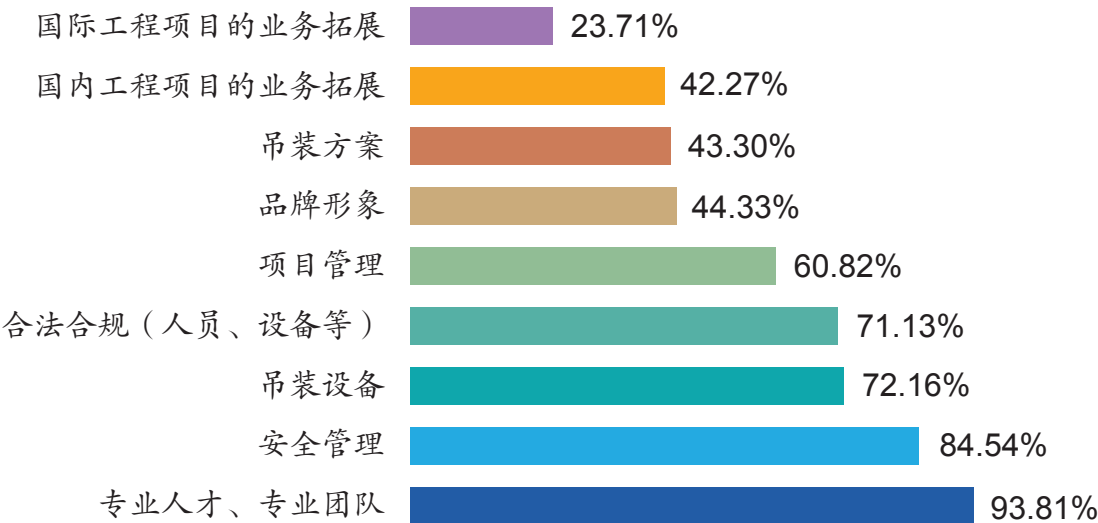
在受调者的认知中，内部能力建设的投入产出比，可以**达到1:1.5-1:2**，远高于现阶段市场低迷期，拓展外部业务的收效。

（三）布局新兴领域与模式

在推进可持续发展、可持续领军话题上，受调者认为，必须推进的行动包括：关注新能源建设等新兴价值领域，探索“绿色吊装”技术与“低碳施工方案”，响应“双碳”政策（全国30%的大型项目要求低碳施工）。同时，谨慎拓展国际业务（当前投资回报率低、回报周期长），聚焦国内市场深耕。

图 7

吊装企业未来重点投资提升的能力，正在从以往的“外延式扩张”转向“内涵式增长”。对吊装企业而言，最迫切的是实现“以价值能力赢得市场”，赢得甲方高价值长期合作。



The background of the slide is a blue-tinted photograph of several large construction cranes. The cranes are made of a complex lattice of metal beams and are positioned at various angles, creating a sense of height and industrial scale. The lighting is somewhat dim, with the cranes appearing as dark silhouettes against a lighter blue sky.

06

行业趋势与制造商转型

（一）行业发展趋势

随着“合规化、专业化、价值化”深化，“小作坊式”吊装企业将被淘汰，市场集中度提升，形成“大型吊装企业引领价值、中小型吊装企业细分服务”的良性格局。招投标体系向质量导向转型，技术分占比显著提升，**价格分占比降至 30% 以下**，且设置“低于成本价无效”条款。

（二）制造商竞质维度拓宽

根据受调者展示的需求，可以发现，随着市场变化、需求升级等，终端吊装用户希望起重机制造商**从“设备供应商”向“全生命周期服务商”**转型。与此同时，起重机制造商的竞质维度也加速延伸至智能化（如预测性维护系统，市场规模年增速或达 40%）、绿色化（低碳设备与方案）、后市场服务（运维培训、远程监控）等领域。徐工等头部制造商通过提升设备可靠性（如超大型起重机故障停机时间减少 60%），帮助用户降低综合运营成本，契合行业价值导向。

通过上述调研可以发现，中国吊装行业正处于从“价格竞争”到“价值竞争”的关键转型期，民营中小型企业仍是市场主流，10-20 年期企业具备核心竞争力。行业成功的关键在于：以甲方“信任 + 价值”需求为导向，强化合规资质、专业人才、安全管理与设备升级，将隐性价值转化为显性优势，通过精准配置资源、创新服务模式与布局新兴领域，实现高质量发展。制造商需同步拓宽竞质维度，提供全生命周期解决方案，与行业转型同频共振。

需要更详细报告，请致电 010-84929092，西西艾姆研究室。