



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国消防车市场分析 及投资策略报告

一、调研说明

《2015-2020年中国消防车市场分析及投资策略报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/249607.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

消防车，又称为救火车，消防车是装备各种消防器材、消防器具的各类消防车辆的总称，是目前消防部门与火灾作斗争的主要工具，是最基本的移动式消防装备。消防车是配备于消防队、供灭火、辅助灭火或抢险救援的大型机动消防技术装备。

2012年，我国消防车产量为3374辆，同比增长2.00%；销量为3286辆，同比增长3.66%。2013年，我国消防车产量为3450辆，同比增长2.25%；销量为3380辆，同比增长2.86%。

目前我国从事消防车制造的企业大约有30多家，但单个企业规模较小，多数企业仅能生产技术含量、单位价值相对较低的低端产品，如普通水罐车、轻型泡沫水罐车等。由于低端产品技术门槛不高，所以竞争较为激烈，产品价格多在50万元以下，企业基本处于微利状态。而在中端消防车市场，国产和进口设备互有竞争，部分国内企业在个别产品中具有一定竞争优势。中端消防车的产品价格多在100万元-400万元之间。由于各制造商之间产品类别各有优势、各有侧重，且该行业进入门槛高、进入后市场相对稳定，因此国内企业之间的竞争尚不激烈。

正在开发和完善的复合射流消防车、细水雾全泡沫消防车、冷气溶胶消防车等，首次实现了喷射灭火剂的微细化和复合化，扩大了适用范围，提高了灭火效率，降低了灭火剂的用量，减轻了次生灾害和对环境的污染，更加安全、环保，是消防车生产和制造的一个里程碑式的发展。具体说来，消防车的发展趋势为：继续推广大功率、大容量、远射程、大流量水罐和泡沫消防车；大力发展环保、节水、高效、多功能消防车；着眼于消防员的安全保护，注重大型排烟车的开发；重视第三代消防车研发和完善。

艾凯咨询网发布的《2015-2020年中国消防车市场分析及投资策略报告》共十章。介绍了消防车行业相关概述、中国消防车产业运行环境、分析了中国消防车行业的现状、中国消防车行业竞争格局、对中国消防车行业做了重点企业经营状况分析及中国消防车产业发展前景与投资预测。

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家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 消防车行业相关概述 10

第一节 消防车行业相关概述 10

一、产品相关定义 10

二、产品分类情况 10

三、产品用途分析	12
四、消防车发展历程	12
第二节 消防车行业经营模式分析	15
一、生产模式	15
二、采购模式	17
三、销售模式	18
第二章 2013年消防车行业发展环境分析	21
第一节 2013年中国经济发展环境分析	21
一、中国GDP增长情况分析	21
二、工业经济发展形势分析	22
三、社会固定资产投资分析	24
四、全社会消费品零售总额	25
五、城乡居民收入增长分析	27
六、居民消费价格变化分析	28
七、对外贸易发展形势分析	29
第二节 消防车行业政策环境分析	30
一、行业监管管理体制	30
二、《专用汽车和挂车生产企业及产品准入管理规则》	31
三、《公安部关于修改<消防监督检查规定>的决定》	34
四、《中华人民共和国消防法》新修订版	46
五、《关于进一步加强消防工作的若干意见》	61
六、《消防产品监督管理规定》	67
七、消防车免税政策的调整	75
第三节 消防车行业技术环境分析	76
一、消防车相关技术标准	76
二、消防车技术发展的特点	76
三、行业技术性能要求	78
四、行业技术性能要求趋势	79
第三章 2015-2020年消防车市场供需分析	81
第一节 消防车市场供给状况	81
一、2013-2014年消防车产量分析	81
二、2015-2020年消防车产量预测	82

第二节 消防车市场需求状况	82
一、2013-2014年消防车需求分析	82
二、2015-2020年消防车需求预测	83
第三节 2013年消防车市场价格分析	84
一、消防车产品价格分析	84
二、产品价格影响因素分析	85
第四章 消防车行业产业链分析	86
第一节 消防车行业产业链概述	86
第二节 消防车上游产业发展状况分析	86
一、上游原料市场现状分析	86
二、汽车底盘行业发展情况	87
三、钢板行业发展情况分析	88
四、橡胶行业发展情况分析	89
第三节 消防车下游应用需求市场分析	90
一、行业发展现状分析	90
二、公安消防部队	91
三、地方或企业的专职消防队	91
四、解放军专职消防队	92
第五章 2013-2014年机动消防车进出口分析	93
第一节 2013-2014年中国机动消防车进口分析	93
一、中国机动消防车进口数量情况	93
二、中国机动消防车进口金额情况	93
三、中国机动消防车进口来源分析	93
四、中国机动消防车进口均价分析	94
第二节 2013-2014年中国机动消防车出口分析	95
一、中国机动消防车出口数量情况	95
二、中国机动消防车出口金额情况	95
三、中国机动消防车出口流向分析	96
四、中国机动消防车出口均价分析	97
第六章 消防车行业用户使用关注影响因素	98
第一节 产品质量	98
第二节 产品功能	98

第三节 产品价格	98
第四节 交货周期	99
第五节 售后服务	99
第七章 消防车行业市场营销战略分析	100
第一节 消防车行业营销渠道模式分析	100
一、厂家直销模式	100
二、代理营销模式	100
三、网络销售模式	101
第二节 消防车行业市场营销策略分析	101
一、产品开发与定位策略	101
二、定价目标与价格策略	107
三、渠道建设与管理策略	112
四、企业品牌策略及运作	113
五、公共关系与推广策略	119
六、企业营销服务策略分析	122
第三节 消防车企业重点客户战略实施	125
一、重点客户战略的必要性	125
二、重点客户的鉴别与确定	127
三、重点客户的开发与培育	128
四、重点客户市场营销策略	132
第四节 消防车企业营销创新策略分析	134
一、体验营销策略	134
二、关系营销策略	135
三、合作营销策略	136
四、文化营销策略	136
五、差异化营销策略	137
第八章 消防车行业主要生产厂商调研分析	139
第一节 中国消防企业集团有限公司	139
一、企业发展基本情况	139
二、企业主要产品分析	139
三、企业经济指标分析	140
四、企业盈利能力分析	140

五、企业偿债能力分析	141
六、企业运营能力分析	141
七、企业成本费用分析	141
八、企业竞争优势分析	142
第二节 湖北江南专用特种汽车有限公司	143
一、企业发展基本情况	143
二、企业主要产品分析	144
三、企业主要经济指标	145
四、企业经营效益分析	146
五、企业成本费用分析	146
六、企业竞争优势分析	147
第三节 湖北合力专用汽车制造有限公司	147
一、企业发展基本情况	147
二、企业主要产品分析	148
三、企业主要经济指标	149
四、企业经营效益分析	149
五、企业成本费用分析	150
六、企业竞争优势分析	150
第四节 四川森田消防装备制造有限公司	151
一、企业发展基本情况	151
二、企业主要产品分析	151
三、企业主要经济指标	152
四、企业经营效益分析	153
五、企业成本费用分析	153
六、企业竞争优势分析	154
第五节 重庆南方迪马专用车股份有限公司	154
一、企业发展基本情况	154
二、企业主要产品分析	155
三、企业主要经济指标	155
四、企业经营效益分析	155
五、企业成本费用分析	156
六、企业竞争优势分析	157

第六节 长沙中联消防机械有限公司 157

一、企业发展基本情况 157

二、企业主要产品分析 158

三、企业主要经济指标 158

四、企业经营效益分析 159

五、企业成本费用分析 159

六、企业竞争优势分析 160

第七节 中国重汽集团湖北华威专用汽车有限公司 160

一、企业发展基本情况 160

二、企业主要产品分析 161

三、企业主要经济指标 162

四、企业经营效益分析 162

五、企业成本费用分析 163

六、企业竞争优势分析 164

第八节 上海金盾特种车辆装备有限公司 164

一、企业发展基本情况 164

二、企业主要产品分析 165

三、企业主要经济指标 166

四、企业经营效益分析 166

五、企业成本费用分析 167

六、企业销售网络分析 167

第九节 苏州市捷达消防车辆装备有限公司 168

一、企业发展基本情况 168

二、企业主要产品分析 169

三、企业主要经济指标 170

四、企业经营效益分析 170

五、企业成本费用分析 171

六、企业销售网络分析 171

第十节 北京中卓时代消防装备科技有限公司 172

一、企业发展基本情况 172

二、企业主要产品分析 173

三、企业主要经济指标 173

四、企业经营效益分析	174
五、企业成本费用分析	174
第九章 中国消防车行业发展趋势与前景分析	176
第一节 2015-2020年消防车行业发展前景分析	176
一、消防车发展趋势分析	176
二、消防车市场前景分析	179
三、消防车市场趋势分析	179
四、消防车发展机遇分析	182
第二节 2015-2020年消防车行业投资风险分析	183
一、政策变动风险	183
二、原材料风险分析	183
三、市场竞争风险	183
四、技术人才流失风险	184
第三节 2015-2020年消防车行业发展策略及建议	184
第十章 消防车企业投融资战略分析	186
第一节 消防车企业发展战略规划背景意义	186
一、企业转型升级的需要	186
二、企业强做大做的需要	186
三、企业可持续发展需要	186
第二节 消防车企业发展战略规划的制定原则	186
一、科学性	187
二、实践性	187
三、前瞻性	187
四、创新性	187
五、全面性	187
六、动态性	188
第三节 消防车企业战略规划制定依据	188
一、国家产业政策	188
二、行业发展规律	188
三、企业资源与能力	188
四、可预期的战略定位	189
第四节 消防车企业战略规划策略分析	189

- 一、战略综合规划 189
- 二、技术开发战略 189
- 三、区域战略规划 190
- 四、产业战略规划 190
- 五、营销品牌战略 191
- 六、竞争战略规划 192

图表目录：

图表 1 消防车按照功能分类 12

图表 2 消防车行业生产模式示意图 17

图表 3 消防车行业销售模式流程图 20

图表 4 2013-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图 22

图表 5 2013-2014年国内生产总值构成及增长速度统计 22

图表 6 2013-2014年规模以上工业增加值及增长速度趋势图 23

图表 7 2013-2014年中国全社会固定资产投资增长趋势图 25

图表 8 2013-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 26

图表 9 2014年中国主要消费品零售额及增长速度统计 26

图表 10 2013-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 27

图表 11 2013-2014年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图 28

图表 12 2013-2014年中国居民消费价格月度变化趋势图 29

图表 13 2013-2014年中国进出口总额增长趋势图 30

图表 14 2013-2014年中国消防车产量增长趋势图 81

图表 15 2013-2014年中国消防车产量分类型统计 81

图表 16 2015-2020年中国消防车产量预测趋势图 82

图表 17 2013-2014年中国消防车销量增长趋势图 82

图表 18 2013-2014年中国消防车销量分类型统计 83

图表 19 2015-2020年中国消防车销量预测趋势图 83

图表 20 我国主要消防车产品价格情况 84

图表 21 消防车行业产业链示意图 86

图表 22 2013-2014年中国厚钢板产量统计 89

图表 23 2013-2014年中国合成橡胶产量统计 90

图表 24 中国火灾发生总量情况统计 91

图表 25 2013-2014年中国机动消防车进口数量统计 93

图表 26	2013-2014年中国机动消防车进口金额统计	93
图表 27	2013年中国机动消防车进口来源地情况	94
图表 28	2013年中国机动消防车进口来源地结构分布图	94
图表 29	2014年中国机动消防车进口来源地情况	94
图表 30	2013-2014年中国机动消防车进口均价情况	95
图表 31	2013-2014年中国机动消防车出口数量统计	95
图表 32	2013-2014年中国机动消防车出口金额统计	95
图表 33	2013年中国机动消防车出口流向情况	96
图表 34	2013年中国机动消防车出口流向结构分布图	96
图表 35	2014年中国机动消防车出口流向情况	97
图表 36	2013-2014年中国机动消防车出口均价情况	97
图表 37	厂家直销模式优劣势情况	100
图表 38	消防车代理及经销营销模式流程示意图	101
图表 39	网络销售模式优劣势情况	101
图表 40	产品的五个层次	102
图表 41	消防车行业价格策略	107
图表 42	消防车行业的定价目标	108
图表 43	品牌的内涵	114
图表 44	企业品牌化过程	115
图表 45	重点客户管理与企业战略规划	125
图表 46	中国消防企业集团有限公司消防车产品情况	140
图表 47	2013-2014年中国消防企业集团有限公司收入与利润统计	140
图表 48	2013-2014年中国消防企业集团有限公司资产与负债统计	140
图表 49	2013-2014年中国消防企业集团有限公司盈利能力情况	141
图表 50	2013-2014年中国消防企业集团有限公司偿债能力情况	141
图表 51	2013-2014年中国消防企业集团有限公司运营能力情况	141
图表 52	2013-2014年中国消防企业集团有限公司成本费用统计	142
图表 53	2013年中国消防企业集团有限公司成本费用结构图	142
图表 54	湖北江南专用特种汽车有限公司基本情况	144
图表 55	湖北江南专用特种汽车有限公司消防车产品情况	144
图表 56	湖北江南专用特种汽车有限公司资产及负债统计	146
图表 57	湖北江南专用特种汽车有限公司收入及利润情况	146

图表 58 湖北江南专用特种汽车有限公司资产负债率情况 146

图表 59 湖北江南专用特种汽车有限公司盈利能力指标 146

图表 60 湖北江南专用特种汽车有限公司成本费用情况 147

图表 61 湖北江南专用特种汽车有限公司成本费用结构 147

图表 62 湖北合力专用汽车制造有限公司基本情况 148

图表 63 湖北合力专用汽车制造有限公司消防车产品情况 148

图表 64 湖北合力专用汽车制造有限公司资产及负债统计 149

图表 65 湖北合力专用汽车制造有限公司收入及利润情况 149

图表 66 湖北合力专用汽车制造有限公司资产负债率情况 149

图表 67 湖北合力专用汽车制造有限公司盈利能力指标 149

图表 68 湖北合力专用汽车制造有限公司成本费用情况 150

图表 69 湖北合力专用汽车制造有限公司成本费用结构 150

图表 70 四川森田消防装备制造有限公司基本情况 151

图表 71 四川森田消防装备制造有限公司消防车产品情况 152

图表 72 四川森田消防装备制造有限公司资产及负债统计 152

图表 73 四川森田消防装备制造有限公司收入及利润情况 152

图表 74 四川森田消防装备制造有限公司资产负债率情况 153

图表 75 四川森田消防装备制造有限公司盈利能力指标 153

图表 76 四川森田消防装备制造有限公司成本费用情况 153

图表 77 四川森田消防装备制造有限公司成本费用结构 154

图表 78 重庆南方迪马专用车股份有限公司基本情况 155

图表 79 重庆南方迪马专用车股份有限公司资产及负债统计 155

图表 80 重庆南方迪马专用车股份有限公司收入及利润情况 155

图表 81 重庆南方迪马专用车股份有限公司资产负债率情况 156

图表 82 重庆南方迪马专用车股份有限公司盈利能力指标 156

图表 83 重庆南方迪马专用车股份有限公司成本费用情况 156

图表 84 重庆南方迪马专用车股份有限公司成本费用结构 157

图表 85 长沙中联消防机械有限公司基本情况 158

图表 86 长沙中联消防机械有限公司消防车产品情况 158

图表 87 长沙中联消防机械有限公司资产及负债统计 158

图表 88 长沙中联消防机械有限公司收入及利润情况 159

图表 89 长沙中联消防机械有限公司资产负债率情况 159

图表 90 长沙中联消防机械有限公司盈利能力指标 159

图表 91 长沙中联消防机械有限公司成本费用情况 160

图表 92 长沙中联消防机械有限公司成本费用结构 160

图表 93 中国重汽集团湖北华威专用汽车有限公司基本情况 161

图表 94 重汽豪沃单桥消防车示意图 162

图表 95 中国重汽集团湖北华威专用汽车有限公司资产及负债统计 162

图表 96 中国重汽集团湖北华威专用汽车有限公司收入及利润情况 162

图表 97 中国重汽集团湖北华威专用汽车有限公司资产负债率情况 163

图表 98 中国重汽集团湖北华威专用汽车有限公司盈利能力指标 163

图表 99 中国重汽集团湖北华威专用汽车有限公司成本费用情况 163

图表 100 中国重汽集团湖北华威专用汽车有限公司成本费用结构 164

图表 101 上海金盾特种车辆装备有限公司基本情况 165

图表 102 上海金盾特种车辆装备有限公司消防车产品情况 165

图表 103 上海金盾特种车辆装备有限公司资产及负债统计 166

图表 104 上海金盾特种车辆装备有限公司收入及利润情况 166

图表 105 上海金盾特种车辆装备有限公司资产负债率情况 166

图表 106 上海金盾特种车辆装备有限公司盈利能力指标 166

图表 107 上海金盾特种车辆装备有限公司成本费用情况 167

图表 108 上海金盾特种车辆装备有限公司成本费用结构 167

图表 109 上海金盾特种车辆装备有限公司销售网络图 168

图表 110 苏州市捷达消防车辆装备有限公司基本情况 169

图表 111 苏州市捷达消防车辆装备有限公司消防车产品情况 169

图表 112 苏州市捷达消防车辆装备有限公司资产及负债统计 170

图表 113 苏州市捷达消防车辆装备有限公司收入及利润情况 170

图表 114 苏州市捷达消防车辆装备有限公司资产负债率情况 170

图表 115 苏州市捷达消防车辆装备有限公司盈利能力指标 170

图表 116 苏州市捷达消防车辆装备有限公司成本费用情况 171

图表 117 苏州市捷达消防车辆装备有限公司成本费用结构 171

图表 118 苏州市捷达消防车辆装备有限公司国内销售网络图 172

图表 119 0ZXF5190GXFSG80A中卓时代水罐消防车示意图 173

图表 120 北京中卓时代消防装备科技有限公司资产及负债统计 173

图表 121 北京中卓时代消防装备科技有限公司收入及利润情况 174

图表 122 北京中卓时代消防装备科技有限公司资产负债率情况 174

图表 123 北京中卓时代消防装备科技有限公司盈利能力指标 174

图表 124 北京中卓时代消防装备科技有限公司成本费用情况

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/249607.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。