



艾凯咨询
ICAN Consulting

2000-2007年中国柴油机市场评 估及2010年综合预测报告(第二版, 2007年)

一、调研说明

《2000-2007年中国柴油机市场评估及2010年综合预测报告(第二版, 2007年)》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/37919.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

柴油机是目前产业化应用的各种动力机械中热效率最高、能量利用率最好、最节能的机型，它已经成为汽车、农业机械、工程机械、船舶、内燃机车、地质和石油钻机、军用、通用设备、移动和备用电站等装备的主要配套动力。

根据柴油机功率大小以及应用范围，我们把柴油机分为农机用柴油机、车用柴油机以及船用、地质石油用柴油机等。

农机用柴油机主要指配套农机产品中的农机泵、田园管理机械、拖拉机、三轮农用车和四轮农用车以及联合收割机等用的柴油机，主要为单缸柴油机，也包括部分多缸、小缸径柴油机。由于“十一五”规划中提出很多惠及农业的政策和法规，这为农机用柴油机产品的发展提高良好的市场机会。

在我国，中重型卡车和大客市场一直是柴油机的主要阵地。商用车，尤其是中、重货(相对于中、重货来讲，大、中型客车的市场份额很小)的市场走向决定了2006年柴油机的市场走向。

由于我国船用柴油机发展严重滞后，船用柴油机生产跟不上造船快速的发展，国产主机比例持续下降，近期国产化满足率仅为51%。可见未来我国船用柴油机具有很大的发展空间和市场前景，根据景气指数模型预测，船用柴油机是当前为数较少的行业景气中长期看好的行业之一。历史数据表明世界船用主机的制造中心随着造船中心的转移而转移，“船用柴油机的中国时代”也将来临。

本研究报告依据国家统计局、中国汽车工业协会、中国内燃机工业协会等国内外相关报纸杂志的基础信息和大量资料。本报告内容丰富、翔实，在撰写过程中，运用了大量的图、表等分析工具，结合相关的经济学理论，报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多数据中提炼出了精当、真正有价值的情报，并结合了行业所处的环境，从理论和实践、宏观与微观等多个角度进行研究分析，其结论和观点力求达到前瞻性、实用性和可行性的统一。它是企业准确把握行业发展趋势、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，具有重要参考价值，也是制定市场策略的必备精品。

【目录】

引言	1
第一章 行业概况	2
第一节、行业界定及主要产品	2
第二节、行业的产业链介绍	3
一、上游行业发展情况及对柴油发电机组行业造成的影响	3
二、下游行业发展情况及对柴油行业造成的影响	3
1、需求结构	3
2、需求规模	4
三、相关市场分析	4
1、输配电市场	4
2、发电市场	5
3、柴油市场	6
第三节、在国民经济中的地位	8
一、在内燃机中的地位	8
二、占GDP比重	8
三、对税收的贡献率	9
第四节、综合经济效益	9
一、行业规模	9
二、发展速度	10
三、平均利润水平	10
四、行业综合经济效益分析	10
五、主要厂商	12
第二章 国外市场环境及发展趋势	13
第一节、国际市场现状及发展趋势	13
第二节、主要国家和地区发展状况	13
一、美国	13
二、欧洲	14
三、日本	15

第三节、全球主要供应商	16
一、美国康明斯发动机公司	16
1、基本发展历程及现状	16
2、竞争力分析	17
3、战略分析	17
二、英国珀金斯分析	19
1、基本发展历程及现状	19
2、珀金斯市场竞争力	22
3、珀金斯发展战略	22
三、VolvoPenta公司	23
1、基本信息及发展现状	23
2、竞争力分析	27
3、战略分析	28
四、三菱重工	28
1、基本信息及发展现状	28
2、竞争力分析	30
3、发展战略	31
五、依维柯（IVECO）公司	31
1、基本信息及发展现状	31
2、竞争力分析	34
3、战略分析	35
六、英国威尔信（FGWILSON）	35
1、基本信息及发展现状	35
2、竞争力分析	38
3、发展战略分析	39
七、道依茨企业分析	39
1、基本信息及发展现状	39
2、竞争力分析	42
3、战略分析	42
八、卡特彼勒企业分析	42
1、基本信息及发展现状	42
2、竞争力分析	45

3、战略分析 46

九、MTU公司 47

第三章 国内市场环境与产业政策 48

第一节、国内市场环境 48

一、中国机械工业发展环境及政策分析 48

二、发动机制造业发展环境及政策解析 49

三、全行业“十一五”整体规划 50

四、中国柴油机市场发展现状 51

五、柴油机市场发展中存在的问题 52

第二节、细分产品发展状况 52

一、车用柴油机 52

1、柴油发动机在欧美地区得到了大量的应用 52

2、我国车用柴油机应用尚处在初级阶段 53

3、车用柴油机需求旺盛 53

二、船用柴油机 53

1、船舶低速柴油机的发展 54

2、船舶中速柴油机的发展 54

3、船舶柴油机技术发展趋势 55

4、船舶柴油机需求分析 56

三、农机用柴油机 57

1、行业发展现状 57

2、单缸柴油机 57

3、多缸柴油机 58

四、工程机械用柴油机 59

第三节、国内外差距及对策 60

一、差距 60

二、对策或建议 61

1、完善法规体系、规范行业自律、推进法制化管理。 61

2、加大科技投入力度 61

3、完善发动机大行业的统计信息工作，建立发动机行业反馈信息系统 61

第四章 市场规模及成长能力	62
第一节、行业生命周期分析	62
一、生命周期所处阶段	62
二、行业周期性与宏观经济周期性相关性分析	63
第二节、近7年中国柴油机市场规模	63
一、市场规模	63
二、增长性与波动性分析	64
第三节、外资企业进入状况与投资布局	65
第四节、行业投融资体制及变化	66
第五章 企业分布与市场结构	67
第一节、企业地理位置分布图	67
第二节、企业进入退出状况	68
第三节、近七年柴油机行业盈利与亏损面变化	69
第四节、柴油机企业所有制状况	70
第五节、国内市场集中度及变化	70
第六节、行业垄断程度及主要企业	71
第六章 近7年柴油机供给状况及2010年预测	72
第一节、近7年整体生产能力	72
第二节、产值分布特征及变化	73
一、产值前10名省市及经济效益情况	73
二、产值前20名企业	73
第三节、产品成本核算	74
第四节、原材料价格对行业供给的影响	75
第五节、新产品研发及技术发展趋势	75
一、新产品产值	75
二、产品技术开发方向和动向	75
第六节、2010年产品供给预测	76
一、2010年中国机械工业总体供给预测	76
二、2010年柴油机市场供给预测	79
1、大功率单缸柴油机	79

2、多缸柴油机	80
3、船用柴油机	80
第七章 近7年柴油机需求状况及2010年预测	81
第一节、影响柴油机市场需求的主要因素	81
一、汽车行业	81
二、船舶行业	81
三、农业机械	82
第二节、当前市场容量及增长速度	82
第三节、近7年柴油机业整体销售能力	82
一、工业销售产值	82
二、销售收入	83
三、利润率	83
四、产销率	83
第四节、企业销售能力	84
一、国有企业销售能力及主要厂商	84
二、外资企业销售能力及主要厂商	85
三、私营企业销售能力及主要厂商	85
第五节、出口交货状况	86
一、2000-2007年年产品出口增长状况	86
二、出口产品地域分布	87
第六节、2010年产品市场需求预测	87
一、单缸柴油机	87
二、多缸柴油机	87
1、农业机械	87
2、汽车	88
3、工程建筑机械	88
4、船舶、铁道柴油机车、石油钻机等	88
5、内燃发电机组	89
第八章 市场竞争格局	90
第一节、产业集群与重点区域分析	90

一、主要区域及发展状况	90
1、东北地区	92
2、华北地区	92
3、华东地区	92
4、华南地区	92
5、华中地区	92
6、西北地区	92
7、西南地区	93
二、各区域经济效益对比	93
第二节、企业竞争态势与行为	93
一、国有企业竞争力与走向	93
二、外资企业	94
三、私营企业扩张与份额	95
四、内外资重点企业综合对比	97
五、主要品牌与海外扩张	98
1、常柴股份有限公司	98
2、常通集团公司	98
3、常州常内内燃机有限公司	99
第三节、重点省市竞争力评价与分析	99
一、主要省市发展状况及竞争力分析	99
二、江苏省	101
1、在全国的地位	101
2、政策导向与主要竞争力指标分析	101
二、山东省	103
1、在全国的地位	103
2、政策导向与主要竞争力指标分析	103
四、广西区	105
1、在全国的地位	105
2、政策导向与主要竞争力指标分析	105
第九章 主要企业市场占有率	107
第一节、收入前20名企业市场占有率分析	107

第二节、产值前20名企业市场占有率分析	108
第三节、资产前20名企业市场占有率分析	109
第四节、利润前20名企业市场占有率分析	110
第十章 行业排头兵企业剖析	112
第一节、潍柴动力股份有限公司	112
一、公司背景与联系方式	112
二、主营收入及成本分析	113
三、产销状况及市场占有率	113
四、企业偿债能力	114
五、企业发展能力	114
第二节、广西玉柴机器股份有限公司	115
一、公司背景与联系方式	115
二、主营收入及成本分析	116
三、产销状况及市场占有率	116
四、企业偿债能力	117
五、企业发展能力	117
第三节、一汽解放汽车有限公司无锡柴油机厂	118
一、公司背景与联系方式	118
二、主营收入及成本分析	118
三、产销状况及市场占有率	119
四、企业偿债能力	119
五、企业发展能力	120
第四节、江苏英田集团	120
一、公司背景与联系方式	120
二、主营收入及成本分析	121
三、产销状况及市场占有率	121
四、企业偿债能力	122
五、企业发展能力	122
第五节、上海柴油机股份有限公司	123
一、公司背景与联系方式	123
二、主营收入及成本分析	124

三、产销状况及市场占有率	124
四、企业偿债能力	125
五、企业发展能力	125
第六节、一汽解放汽车有限公司大连柴油机分公司	125
一、公司背景与联系方式	125
二、主营收入及成本分析	127
三、产销状况及市场占有率	127
四、企业偿债能力	128
五、企业发展能力	128
第七节、常柴股份有限公司	129
一、公司背景与联系方式	129
二、主营收入及成本分析	131
三、产销状况及市场占有率	131
四、企业偿债能力	132
五、企业发展能力	132
第八节、东风朝阳柴油机有限责任公司	132
一、公司背景与联系方式	132
二、主营收入及成本分析	134
三、产销状况及市场占有率	134
四、企业偿债能力	135
五、企业发展能力	135
第九节、江苏江淮动力股份有限公司	135
一、公司背景与联系方式	135
二、主营收入及成本分析	136
三、产销状况及市场占有率	137
四、企业偿债能力	137
五、企业发展能力	138
第十节、安徽全柴集团有限公司	138
一、公司背景与联系方式	138
二、主营收入及成本分析	140
三、产销状况及市场占有率	140
四、企业偿债能力	141

五、企业发展能力 141

第十一章 投资风险与收益 142

第一节、投资强度分析 142

第二节、进入壁垒 142

一、行业绝对成本壁垒 142

二、不同经济规模进入壁垒 143

1、大型企业壁垒 143

2、中型企业壁垒 143

3、小型企业壁垒 143

第三节、投资与收益 144

第四节、财务风险分析 145

一、资产负债结构分析 145

二、偿债能力分析 145

三、盈利能力分析 146

四、营运能力分析 147

第十二章 2010年柴油机市场综合预测及展望 148

第一节、影响2008年中国工业经济发展的因素分析 148

一、现实经济低于潜在经济增长水平，GDP有望增长9.5%左右 148

二、社会总供求关系基本平衡，物价水平小幅上涨 149

三、经济增长对就业带动作用增强，就业压力持续不减 150

四、外汇储备继续增加，人民币升值趋势不会变化 150

五、消费需求平稳增长，消费结构继续升级 151

六、投资增速平稳回落，投资结构进一步改善 151

七、出口增速回落，贸易顺差仍然较大 152

八、实施稳健的财政政策，调整财政政策的着力点 152

九、货币政策适时适度微调，货币信贷稳定增长 153

十、加快推进体制改革，完善落实科学发展观的体制机制保证 153

第二节、2010年中国宏观经济发展态势展望 154

一、国内外重点权威机构对中国未来经济发展预测的观点汇总 154

1、国外重点权威机构对2007年中国经济的预测 154

2、国内重点权威机构对未来经济发展预测的观点汇总	154
二、2010年中国GDP综合预测	155
三、2010年固定资产投资预测方案汇总	155
四、2010年对外贸易总额变动趋势展望	156
第三节、中国机械工业未来5年发展的总体思路	156
第四节、柴油机行业2010年市场规模及产销量预测	156
第五节、产品SWOT分析	158
一、机会	158
二、威胁	159
三、优势	159
四、劣势	159
附录1：销售收入前100强企业及联系方式	161
附录2：图表目录	172
附录3：本报告企业规模分类标准说明	177

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37919.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。