



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009年中国特种车市场研究预测报告(白金版)

# 一、调研说明

《2009年中国特种车市场研究预测报告(白金版)》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/38039.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](mailto: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

行业现状经过20余年的发展，我国特种专用汽车已经具有一定规模，特别是近年来，我国专用汽车发展迅速，据资料统计，1999年全国特种专用汽车生产厂家546家，2005年特种专用汽车企业数628家，2006年已经增加到800家;生产能力也有了长足的发展，1999年产量为17.42万辆，2004年为35万辆，2005年为50万辆，2006年已接近60万辆，2007更是达到了70万辆。……

对外贸易2007年,虽然专用车出口增长有很大的涨幅，但特种专用车的出口一直是国产卡车的制造“软肋”。2007年1~7月份特种车市场出口总计7269辆，贸易额达495223741美元，达到06年全年出口总量（4479辆）的162.29%。其中，国产起重机市场、水泥搅拌车、电源车等出口总量最大。另外，2007年特种专用车出口平均价格达到68128.18美元。2007年国内特种专用车市场得到了较快的发展，替代了许多进口车的份额。特种专用车进口累计247辆，贸易额达116486756美元……

发展前景在未来一段时期中国特种汽车工业的发展前景是无可置疑的，几乎所有企业都面临同样的机遇，谁准备得充分、谁整合资源的能力强、谁的产品技术含量高，谁就能迅速占领市场的制高点。如何判断特种专用汽车行业的发展机遇，目前我国特种专用汽车产量仅占载货汽车产量的22%左右，远低于发达国家50 - 70%的水平，对于一个迅速崛起的制造业大国来说，这个差距中蕴含的巨大商机是不言而喻的……

更多详细内容请阅读2009年中国特种车市场研究预测报告(白金版)！

声明：

此报告为本司原创，请购买者予以甄别！谨慎选择！凡所见报告目录均为已完成研究成果。收受款后即时发送报告，所有报告均带防伪标志与底纹！如有报告内容与目录不符者均不是本公司产品，或以正在更新或修改为由推延交付时间者均为假冒！

【 目录 】

第一章	2007-2008年全球化的中国汽车市场	2
第一节	中国在全球汽车市场的地位国际性比较	2
一、	中国汽车市场在全球市场的地位分析	2
二、	赢利率分析	4
三、	中国汽车产业中存在的问题	7
第二节	进口产品与国产产品的比较分析	7
一、	技术能力分析	7
二、	价格指标分析	9
第三节	2007-2008年中国汽车市场分析	10
一、	2007年中国汽车市场	10
二、	2008年1-3月我国汽车产销分析	14
三、	汽车企业走势	17
第二章	特种车辆及改装汽车制造业现状概况	24
第一节	行业定义及分类	24
一、	定义	24
二、	分类	24
第二节	2007-2008特种车辆行业发展分析	25
一、	我国特种专用汽车的发展现状	25
二、	影响行业发展的因素	26
三、	特种车底盘的研制与推广	27
第三节	我国特种车市场表现	28
一、	2007年特种车市场主要表现特点	28
二、	2007年我国重卡市场表现	32
三、	2007年特种车在进出口市场中的表现	34
第四节	2007-2008年我国特种专用车市场分析	36
一、	2007我国特种专用车市场	36
二、	专用化趋势促卡车企业战略调整	37
三、	2007年专用车产销量	38
第三章	特种车辆及改装汽车制造业外部性分析	39
第一节	产业政策	39

一、入世前后汽车产业相关政策调整情况	39
二、《关于道路运输业结构调整的若干意见》	44
三、近年来中国特种车制造业的主要投资和发展项目	56
四、专用汽车及半挂车生产企业准入管理办法	59
第二节 结构性问题分析	61
第三节 2007-2008年产业赢利能力分析	63
第四章 2007-2008年特种车辆及改装汽车制造业发展	65
第一节 特种车及改装汽车总体情况	65
一、我国专特种车及改装汽车行业现状	65
二、产品发展前景	66
三、产品发展方向与发展趋势	67
四、行业发展目标	69
五、行业发展重点	70
第二节 各细分市场现状分析	70
一、厢式运输车	70
二、运钞车	71
三、消防车	76
四、散装水泥运输车	77
五、混凝土泵车	78
第三节 改装车市场	81
一、中国改装车市场发展分析	81
二、2007年专用改装车经营情况分析	83
三、2007-2008年我国重点城市专用改装车产量分析	85
四、改装车市场潜力	87
五、发展受阻的原因分析	88
第五章 我国特种车对外贸易	90
第一节 2007-2008年中国汽车业进出口分析	90
一、2007年汽车市场进出口总体情况	90
二、2007年汽车进口情况	91
三、2007年我国汽车进口大幅增长的原因分析	94

四、2007年汽车出口情况	95
第二节 近年进口汽车相关政策调整对进口汽车格局和市场的影响	98
第三节 特种车进出口情况	99
一、出口情况	99
二、进口情况	111
第六章 特种车竞争格局分析	120
第一节 我国特种车大基地	120
第二节 特种车市场竞争主力	121
一、中国重汽--特种车市场竞争策略	121
二、特种车已成中国重汽市场竞争的“生力军”	124
第三节 加强国外市场竞争力	124
一、东盟市场	124
二、越南汽车市场	127
三、塔吉克斯坦市场	132
第四节 我国特种车市场的发展	135
一、特种车市场的发展方向	135
二、特种车市场的发展机会	136
二、发展形势	137
第七章 特种车辆及改装汽车制造业部分著名品牌企业分析	139
第一节 湖北三环专用汽车有限公司	139
一、企业概况	139
二、经营现状	140
第二节 一汽山东汽车改装厂	145
一、企业概况	145
二、主营业务、主要产品分析	146
第三节 齐鲁考格尔集团有限公司	146
一、企业概况	146
二、经营方向	147
第四节 中国重汽集团有限公司	147
一、企业概况	147

二、经营现状	148
三、战略动态	154
第八章 2008-2010年特种专用汽车制造业发展趋势及预测	155
第一节 汽车行业发展趋势	155
一、2008年汽车行业发展态势	155
二、重型车市场发展方向	158
第二节 特种专用汽车行业发展趋势及预测	159
一、我国特种专用汽车的发展趋势	159
二、2010年我国特种专用车市场需求量预测	162
三、2010年我国特种市场产量和产品品种数量预测	163
第九章 特种车辆及改装汽车制造业发展预测及投资策略	165
第一节 WTO对中国汽车行业的影响	165
一、解读WTO条款	165
二、WTO有关汽车方面的主要条款与我国汽车工业产业政策的比较	167
三、加入WTO对我国汽车工业的影响	168
四、国内外汽车公司在我国加入WTO后的应对措施	175
五、我国政府可能采取的对策	178
第二节 营销策略分析	181
一、2007年汽车市场营销模式解析	181
二、国际汽车营销模式的现状及发展趋势	183
三、中日韩汽车企业营销模式比较	184
第三节 加入WTO后我国专用汽车的发展趋势与对策	188
一、加入WTO对我国专用汽车的冲击与挑战	188
二、加入WTO给我国专用汽车带来的机遇	191
三、加入WTO后我国专用汽车的发展对策	193
四、近年国内专用车领域投资建设、重组与合资合作分析	196
（一）国内专用车领域中投资、重组、引进项目特点分析	197
（二）国内整车企业在专用车领域投资情况	199
（三）专用车企业在专用车领域投资建设、重组项目介绍	204

## 图表目录

表1 2007年丰田在亚洲的营业利润统计	2
表2 2007年大众集团在华销量统计	3
表3 2007年我国汽车行业财务效益指标	5
表4 2007年我国汽车行业偿债与发展能力指标	5
表5 2007年我国汽车行业龙头企业销售收入、利润总额统计	5
图1 2007年我国汽车行业综合效益指数	6
图2 2007年我国汽车制造业产销值增长变化图	6
图3 2007年汽车中国汽车消费量占全球总消费量的比例	11
表6 2007年我国汽车产量、销量及同比增长情况	11
表7 2007年我国商用车产量、销量及同比增长情况	11
表8 2007年我国乘用车产量、销量及同比增长情况	12
图4 2002-2007年中国汽车产销增长比较 万辆	13
表9 2008年中国汽车、乘用车、商用车、轿车产量预测	13
图5 2007-2008年3月我国汽车市场销量增长分析	14
图6 2007-2008年我国汽车市场销量增长分析	14
表10 2008年1-3月我国汽车产量、销量统计	15
表11 2008年1-3月我国乘用车销量统计	15
图7 2007-2008年我国汽车市场主力车型月度销量走势	16
图8 2008年1-3月我国汽车市场主力车型产销特征分析	16
图9 2008年一季度我国各汽车集团销量增速同期对比	18
图10 2008年一季度我国各汽车集团产量增速同期对比	19
图11 2008年1-3月我国各汽车企业销量、产销率	20
图12 2008年1-3月我国商用车企业销量、产销率	21
图13 2007-2008年跨国集团在中国乘用车市场份额变化	22
表12 2004-2007年我国重卡市场月度销量对比	32
图14 2004-2007年我国重卡市场月度销量对比	33
图15 2007年我国各重卡企业销量	33
表13 2007年我国各重卡企业销量	33
表14 2007年特种用途车的出口量统计	34
表15 2007年特种用途车的出口额统计	35
表16 2007年我国特种用途车出口量、出口额统计、	35



表17	2007年我国特种专用车产销量统计	38
表18	2007年改装汽车产量全国合计	83
表19	2008年改装汽车产量全国合计	84
表20	2007年我国货车类专用改装车销量及增长情况	84
表21	2007年北京市改装汽车产量	85
表22	2007年广东省改装汽车产量	85
表23	2007年上海市改装汽车产量	86
表24	2008年北京市改装汽车产量	86
表25	2008年广东省改装汽车产量	87
表26	2008年上海市改装汽车产量	87
表27	2007年全国汽车商品进出口总值统计	90
表28	2007年我国汽车出口金额前三位的国家	91
表29	2007年我国汽车(包括汽车底盘)进口统计	91
表30	2007年我国自日本进口汽车统计	92
表31	2007年我国自欧盟进口汽车统计	93
表32	2007年我国自韩国和美国进口汽车统计	93
表33	2007年我国出口各类汽车整车(含成套散件、含装有发动机的汽车底盘)统计	95
表34	2007年我国向俄罗斯出口汽车统计	95
图16	2007年我国汽车出口按企业性质分出口额占比情况	96
图17	2007年我国汽车出口按企业性质分出口量占比情况	96
表35	2007年我国轿车出口量、出口额统计	97
表36	2007年我国大中型客车出口量、出口额统计	97
表37	进口汽车相关政策调整对格局和市场的影响	98
表38	2007年我国特种专用车出口量、贸易额及出口平均价格统计	100
表39	2007年中国特种车出口主要车型情况	100
表40	2007年1月特殊用途的机动车辆出口量、出口额统计	101
表41	2007年2月特殊用途的机动车辆出口量、出口额统计	101
表42	2007年3月特殊用途的机动车辆出口量、出口额统计	101
表43	2007年4月特殊用途的机动车辆出口量、出口额统计	102
表44	2007年5月特殊用途的机动车辆出口量、出口额统计	102
表45	2007年6月特殊用途的机动车辆出口量、出口额统计	102
表46	2007年7月特殊用途的机动车辆出口量、出口额统计	102

表47	2007年8月特殊用途的机动车辆出口量、出口额统计	102
表48	2007年9月特殊用途的机动车辆出口量、出口额统计	103
表49	2007年10月特殊用途的机动车辆出口量、出口额统计	103
表50	2007年11月特殊用途的机动车辆出口量、出口额统计	103
表51	2007年12月特殊用途的机动车辆出口量、出口额统计	103
表52	2008年1月特殊用途的机动车辆出口量、出口额统计	103
表53	2008年2月特殊用途的机动车辆出口量、出口额统计	104
表54	2008年3月特殊用途的机动车辆出口量、出口额统计	104
表55	2007年1月全路面起重车最大起重量分类别出口统计	104
表56	2007年2月全路面起重车最大起重量分类别出口统计	104
表57	2007年3月全路面起重车最大起重量分类别出口统计	105
表58	2007年4月全路面起重车最大起重量分类别出口统计	105
表59	2007年5月全路面起重车最大起重量分类别出口统计	105
表60	2007年6月全路面起重车最大起重量分类别出口统计	106
表61	2007年7月全路面起重车最大起重量分类别出口统计	106
表62	2007年8月全路面起重车最大起重量分类别出口统计	106
表63	2007年9月全路面起重车最大起重量分类别出口统计	107
表64	2007年1季度机动钻探车、救火车出口统计	107
表65	2007年2季度机动钻探车、救火车出口统计	107
表66	2007年3季度机动钻探车、救火车出口统计	107
表67	2007年1季度机动混凝土搅拌车、无线电通信车出口统计	108
表68	2007年2季度机动混凝土搅拌车、无线电通信车出口统计	108
表69	2007年3季度机动混凝土搅拌车、无线电通信车出口统计	108
表70	2007年1季度机动医疗车出口统计	108
表71	2007年2季度机动医疗车出口统计	109
表72	2007年3季度机动医疗车出口统计	109
表73	2007年1季度航空电源车、飞机加油车、调温车、除冰车出口统计	109
表74	2007年2季度航空电源车、飞机加油车、调温车、除冰车出口统计	109
表75	2007年3季度航空电源车、飞机加油车、调温车、除冰车出口统计	110
表76	2007年1季度未列名特殊用途的机动车辆出口统计	110
表77	2007年2季度未列名特殊用途的机动车辆出口统计	110
表78	2007年3季度未列名特殊用途的机动车辆出口统计	110

表79	2007年我国特种专用车进口统计	111
表80	2007年国外特种车进口中国市场主要车型情况	111
表81	2007年1月特殊用途的机动车辆进口量、进口额统计	112
表82	2007年2月特殊用途的机动车辆进口量、进口额统计	112
表83	2007年3月特殊用途的机动车辆进口量、进口额统计	112
表84	2007年4月特殊用途的机动车辆进口量、进口额统计	113
表85	2007年5月特殊用途的机动车辆进口量、进口额统计	113
表86	2007年6月特殊用途的机动车辆进口量、进口额统计	113
表87	2007年7月特殊用途的机动车辆进口量、进口额统计	113
表88	2007年8月特殊用途的机动车辆进口量、进口额统计	113
表89	2007年9月特殊用途的机动车辆进口量、进口额统计	114
表90	2007年10月特殊用途的机动车辆进口量、进口额统计	114
表91	2007年11月特殊用途的机动车辆进口量、进口额统计	114
表92	2007年12月特殊用途的机动车辆进口量、进口额统计	114
表93	2008年1月特殊用途的机动车辆进口量、进口额统计	114
表94	2008年2月特殊用途的机动车辆进口量、进口额统计	115
表95	2008年3月特殊用途的机动车辆进口量、进口额统计	115
表96	2007年1季度全路面起重车最大起重量分类别进口统计	115
表97	2007年2季度全路面起重车最大起重量分类别进口统计	115
表98	2007年3季度全路面起重车最大起重量分类别进口统计	116
表99	2007年1季度机动钻探车、救火车进口统计	116
表100	2007年2季度机动钻探车、救火车进口统计	116
表101	2007年3季度机动钻探车、救火车进口统计	116
表102	2007年1季度机动混凝土搅拌车、无线电通信车进口统计	117
表103	2007年2季度机动混凝土搅拌车、无线电通信车进口统计	117
表104	2007年3季度机动混凝土搅拌车、无线电通信车进口统计	117
表105	2007年1季度机动医疗车进口统计	117
表106	2007年2季度机动医疗车进口统计	117
表107	2007年3季度机动医疗车进口统计	118
表108	2007年1季度航空电源车、飞机加油车、调温车、除冰车进口统计	118
表109	2007年2季度航空电源车、飞机加油车、调温车、除冰车进口统计	118
表110	2007年3季度航空电源车、飞机加油车、调温车、除冰车进口统计	118

表111	2007年1季度未列名特殊用途的机动车辆进口统计	119
表112	2007年2季度未列名特殊用途的机动车辆进口统计	119
表113	2007年3季度未列名特殊用途的机动车辆进口统计	119
表114	2010-2020年越南国内参加流通的车辆总数预测	128
图18	2007-2011年越南轻型车行业生产能力及产能有效利用率统计及预测	129
图19	越南汽车销量年度统计	129
图20	越南汽车市场统计数据	130
图21	越南合资企业与本土企业汽车产量年度统计	130
表115	2007年越南汽车市场厂商销量排名	131
表116	2007年越南汽车市场（含乘用车、微型客车、轻型卡车等）销量统计	131
表117	2007年1-12月湖北三环专用汽车有限公司利润总额、净利润统计	140
表118	2008年1-3月湖北三环专用汽车有限公司利润总额、净利润统计	140
表119	2007年1-12月湖北三环专用汽车有限公司获利能力分析	140
表120	2007年1-12月湖北三环专用汽车有限公司经营能力分析	141
表121	2007年1-12月湖北三环专用汽车有限公司偿债能力分析	141
表122	2007年1-12月湖北三环专用汽车有限公司资本结构分析	141
表123	2007年1-12月湖北三环专用汽车有限公司发展能力分析	142
表124	2007年1-12月湖北三环专用汽车有限公司现金流量分析	142
表125	2008年1-3月湖北三环专用汽车有限公司获利能力分析	143
表126	2008年1-3月湖北三环专用汽车有限公司经营能力分析	143
表127	2008年1-3月湖北三环专用汽车有限公司偿债能力分析	144
表128	2008年1-3月湖北三环专用汽车有限公司资本结构分析	144
表129	2008年1-3月湖北三环专用汽车有限公司发展能力分析	144
表130	2008年1-3月湖北三环专用汽车有限公司现金流量分析	145
表131	一汽山东汽车改装厂主营业务、主要产品分析	146
表132	2007年1-12月中国重汽集团利润总额、净利润统计	148
表133	2008年1-3月中国重汽集团利润总额、净利润统计	148
表134	2007年1-12月中国重汽集团获利能力分析	149
表135	2007年1-12月中国重汽集团获利经营分析	149
表136	2007年1-12月中国重汽集团偿债能力分析	149
表137	2007年1-12月中国重汽集团资本结构分析	150
表138	2007年1-12月中国重汽集团发展能力分析	150

表139	2007年1-12月中国重汽集团现金流量分析	151
表140	2008年1-3月中国重汽集团获利能力分析	151
表141	2008年1-3月中国重汽集团经营能力分析	152
表142	2008年1-3月中国重汽集团偿债能力分析	152
表143	2008年1-3月中国重汽集团资本结构分析	152
表144	2008年1-3月中国重汽集团发展能力分析	153
表145	2008年1-3月中国重汽集团现金流量分析	153
图22	2007年我国专用汽车产量增速变化 万辆	162
图23	2010年我国专用车占全部载货车市场份额预测	163
表146	2010年我国特种专用汽车产量预测	164
图24	2010年我国特种专用汽车产品品种数量预测	164

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/38039.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](http://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。