



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国汽车滤器行业市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国汽车滤器行业市场分析及发展趋势研究报告》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/64288.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

2008年中国汽车滤清器行业分析及发展趋势研究报告

报告目录

第一章 中国滤清器行业概况12

1.1 汽车滤清器简介12

1.1.1 滤清器概念12

1.1.2 空气滤清器构造及功能12

1.1.2.1空气滤清器的构造12

1.1.2.2空气滤清器的功能13

1.1.3 机油滤清器功能及分类14

1.1.3.1机油滤清器的功能14

1.1.3.2机油滤清器的分类14

1.1.4 燃油滤清器简介15

1.2 国际滤清器市场特点16

1.2.1市场需求旺盛16

1.2.2 欧美处于领先地位18

1.2.3 国内滤清器市场混乱18

1.3滤清器的技术概况19

1.3.1 中国滤清器技术逐步提高19

1.3.2 国家相关标准趋于完善19

1.3.3 滤清器高精度成为趋势20

1.4 中国滤清器行业特点21

1.4.1 自主创新能力不足21

1.4.2 行业品牌集中度低21

1.4.3 优势和弊端并存22

1.4.4 行业壁垒低22

第二章 中国滤清器行业环境分析23

2.1中国汽车行业发展态势23

2.1.1中国汽车行业经营分析23

- 2.1.2 中国汽车行业市场分析24
- 2.1.3 汽车产业发展存在的问题27
- 2.2 汽车零部件行业趋势分析28
 - 2.2.1 外资企业加速进入我国汽车零部件领域28
 - 2.2.2 创新型零部件企业崛起29
 - 2.2.3 贸易壁垒亟待完善30
 - 2.2.4 汽车零部件产业集群发展迅速30
 - 2.2.5 出口基地优势将显现31
 - 2.2.6 国V排放柴油机诞生引领发动机技术革新32
 - 2.2.7 自主品牌零部件技术含量加强33
 - 2.2.8 零部件售后市场走向一站式34
 - 2.2.9 维修市场将完善35
- 2.3 中国汽车及零部件市场特点35
 - 2.3.1 中国汽车及零部件市场开放度提高36
 - 2.3.2 中国汽车及零部件市场高速增长36
 - 2.3.3 中国汽车及零部件市场潜力巨大37
 - 2.3.4 汽车零部件产业政策不断完善37

第三章 中国滤清器市场分析39

- 3.1 滤清器市场需求分析39
 - 3.1.1 滤清器市场需求规模分析39
 - 3.1.2 滤清器市场需求结构分析40
 - 3.1.3 滤清器行业供需平衡分析41
 - 3.1.4 中国汽车滤清器市场消费特征分析42
 - 3.1.4.1 滤清器产品消费频率42
 - 3.1.4.2 不客户消费行为分析42
 - 3.1.4.3 消费行为特征分析43
- 3.2 滤清器市场竞争分析44
 - 3.2.1 2007年滤清器行业生产概况44
 - 3.2.2 滤清器行业集中度分析45
 - 3.2.3 竞争主体分析46
 - 3.2.3.1 竞争企业规模情况46

- 3.2.3.2 竞争主体市场绩效分析47
- 3.2.4 滤清器区域竞争分析48
- 3.2.5 滤清器行业品牌竞争分析50

第四章 中国滤清器流通市场分析52

- 4.1 市场流通模式分析52
 - 4.1.1 在整车配套市场的流通模式52
 - 4.1.2 在服务市场的流通模式52
- 4.2 市场流通渠道分析53
 - 4.2.1 各渠道竞争结构分析53
 - 4.2.2 中间渠道分析54
 - 4.2.3 流通终端分析55
- 4.3 渠道运营分析56
 - 4.3.1 中间商关注因素分析56
 - 4.3.2 渠道获取信息途径分析57
 - 4.3.3 渠道盈利情况分析57
- 4.4 汽车滤清器渠道存在的问题58
 - 4.4.1 渠道品牌集中度低58
 - 4.4.2 渠道管理与整合力度不足59

第五章 滤清器主要企业分析61

- 5.1 上海弗列加滤清器有限公司61
 - 5.1.1 企业概况61
 - 5.1.2 企业经营现状分析61
 - 5.1.2.1 企业财务运作情况61
 - 5.1.2.2 产品生产情况62
 - 5.1.2.3 产品销售情况62
 - 5.1.3 产品配套分析63
 - 5.1.4 竞争优势分析65
- 5.2 蚌埠金威滤清器有限责任公司67
 - 5.2.1 企业概况67
 - 5.2.2 企业经营现状分析67

- 5.2.2.1 企业财务运作情况67
- 5.2.2.2 产品生产情况68
- 5.2.2.3 产品销售情况68
- 5.2.3 产品配套分析69
- 5.2.4 竞争优势分析69
- 5.2.5 战略分析70
- 5.3 上海索菲玛汽车滤清器有限公司72
- 5.3.1 企业概况72
- 5.3.2 企业经营现状分析72
- 5.3.3 产品配套分析72
- 5.4 佛山市豹王滤芯制造有限公司78
- 5.4.1 企业概况78
- 5.4.2 企业经营分析78
- 5.4.2.1 企业财务情况78
- 5.4.2.2 产品生产情况79
- 5.4.2.3 产品营销情况79
- 5.4.3 产品配套分析80
- 5.4.4 产品体系分析81
- 5.4.4 2008年战略分析82
- 5.5 浙江环球滤清器有限公司84
- 5.5.1 企业概况84
- 5.5.2 企业经营分析84
- 5.5.2.1 财务运作情况84
- 5.5.2.2 产品生产情况84
- 5.5.2.3 产品销售情况85
- 5.5.3 产品配套分析86
- 5.5.4 竞争优势分析86
- 5.6 马勒东炫滤清器（天津）有限公司88
- 5.6.1 企业概况88
- 5.6.2 企业经营分析88
- 5.6.2.1 财务情况88
- 5.6.2.2 产品产销情况88

5.6.3	产品配套分析	88
5.7	华盛滤清器(深圳)有限公司	89
5.7.1	企业概况	89
5.7.2	企业经营现状分析	89
5.7.2.1	财务情况	89
5.7.2.2	产品生产情况	90
5.7.2.3	产品销售情况	90
5.7.3	产品配套分析	90
5.7.4	竞争优势分析	91
5.8	蚌埠昊业滤清器有限公司	92
5.8.1	企业基本概况	92
5.8.2	企业经营现状分析	92
5.8.2.1	企业财务情况	92
5.8.2.2	产品生产分析	93
5.8.2.3	产品销售分析	93
5.8.3	产品配套分析	93

第六章 滤清器配套机会分析94

6.1	滤清器配套市场分析	94
6.2.1	发动机市场趋势分析	94
6.2.1	发动机市场配套分析	95
6.2	滤清器汽配市场分析	96
6.2.1	汽配市场影响因素分析	96
6.2.2	汽配市场需求情况	99
6.2.3	汽配市场消费偏好分析	101
6.2.4	汽配市场竞争分析	107
6.3.4.1	汽配市场规模分析	107
6.3.4.2	汽配行业经营主体分析	108
6.3.4.3	汽配区域竞争格局分析	109
6.3.4.4	汽配行业品牌竞争格局分析	110

第七章 中国滤清器行业投资分析及市场发展趋势研究报告112

- 7.1 滤清器行业发展趋势112
 - 7.1.1 滤清器汽配市场前景广阔112
 - 7.1.2 高精度柴油滤清器成为趋势112
 - 7.1.3 滤清器技术要求趋高113
 - 7.1.4 自主品牌产品依然受限制113
- 7.2 滤清器市场预测分析114
 - 7.2.1 滤清器需求预测114
 - 7.2.1.1 中国滤清器市场需求预测114
 - 7.2.1.2 出口市场预测115
 - 7.2.2 滤清器产量预测116
- 7.3 汽车滤清器投资风险分析117
 - 7.3.1 经营风险117
 - 7.3.2 市场风险117
 - 7.3.3 政策性风险118
 - 7.3.4 技术风险118
 - 7.3.5 财务风险118
 - 7.3.6 竞争风险119
- 7.4 汽车滤清器投资建议119
 - 7.4.1 精益化的发展战略120
 - 7.4.2 自主研发的贯彻实施问题120
- 7.5 汽车滤清器投资模式121
 - 7.5.1 资产并购模式122
 - 7.5.2 海外研发投资模式123

报告表格

- 表 1 2004-2007年全球汽车保有量及滤清器需求量变化表16
- 表 2 国家机械局批准的滤清器生产企业技术标准列表20
- 表 3 2006年汽车工业主要经济指标及分类构成23
- 表 4 2005-2007年中国汽车滤清器市场需求规模39
- 表 5 “滤清器”产品的消费频率情况表42
- 表 6 不同车型用户对空气滤清器消费偏好表43

- 表 7 不同车型用户对机油滤清器消费偏好表43
- 表 8 不同车型用户对燃油滤清器消费偏好表44
- 表 9 中国汽车滤清器行业生产集中度情况分析45
- 表 10 2005年-2006年中国汽车滤清器行业生产集中度情况分析45
- 表 11 中国主要滤清器生产企业规模档次情况46
- 表 12 滤清器行业不同性质企业的数量及规模情况表47
- 表 13 销售收入排名前10位的滤清器企业列表48
- 表 14 中国滤清器行业区域竞争布局表49
- 表 15 目前滤清器产品主要配套的主机品牌车厂 53
- 表 16 2006年上海弗列加滤清器有限公司主要财务指标61
- 表 17 上海弗列加主要滤清器产品情况62
- 表 18 上海弗列加滤清器在中国主要配套车厂列表63
- 表 19 东风系列主要配套产品列表64
- 表 20 一汽系列主要配套产品列表164
- 表 21 一汽系列主要配套产品列表265
- 表 22 2006年蚌埠金威滤清器有限公司主要财务指标67
- 表 23 蚌埠金威滤清器有限公司主要产品情况表68
- 表 24 蚌埠金威滤清器有限公司科研成果一览表69
- 表 25 上海索菲玛汽车滤清器有限公司主要财务指标72
- 表 26 索菲玛汽车滤清器配套及出口概况73
- 表 27 索菲玛汽车滤清器系列产品配套车型表73
- 表 28 佛山市豹王滤芯制造有限公司主要财务指标78
- 表 29 豹王滤清器产品配套情况80
- 表 30 浙江环球滤清器有限公司主要财务指标84
- 表 31 浙江环球滤清器有限公司主要产品情况表84
- 表 32 马勒东炫滤清器（天津）有限公司主要生产指标88
- 表 33 华盛滤清器(深圳)有限公司2006年1-8月财务情况表89
- 表 34 华盛滤清器产品配套情况表90
- 表 35 华盛滤清器(深圳)有限公司主要设备情况表91
- 表 36 蚌埠昊业滤清器有限公司主要财务指标92
- 表 37 蚌埠昊业滤清器有限公司产品生产情况表93
- 表 38 2005-2007年中国发动机行业产销量情况（单位：万台） 94

- 表 39 2006-2007年发动机行业内不同产量规模的企业数量变动（单位：家）94
- 表 40 2007年发动机行业产量前10位企业排名95
- 表 41 2006-2007年发动机行业生产的集中度情况表95
- 表 42 滤清器依附型企业配套情况96
- 表 43 2002-2006年中国汽车保有量增长表97
- 表 44 汽配行业产品增长潜力情况表100
- 表 45 汽配市场产品品牌分类及特征110
- 表 46 汽配市场流通品牌分类及特征111
- 表 47 2006-2020年中国汽车保有量与滤清器需求量预测114

报告图表

- 图 1 滤清器性能与汽车营运成本关系图12
- 图 2 空气滤清器构造示意图13
- 图 3 机油滤清器图示14
- 图 4 柴油滤清器与汽油滤清器图示15
- 图 6 2004-2007年全球汽车产销量走势图16
- 图 7 2004-2007年全球汽车保有量及滤清器需求量变化图17
- 图 8 未来全球汽车滤清器需求量及市场价值变化图17
- 图 9 2006-2008年汽车销售情况分析（单位：万辆）25
- 图 10 2006-2008年乘用车销售分析（单位：万辆）25
- 图 11 2006-2008年商用车销售分析（单位：万辆）25
- 图 12 2007年汽车销量排名前十名的汽车集团/公司（单位：万辆）26
- 图 13 2002-2007年中国汽车保有量增长变动图39
- 图 14 2005-2007年中国汽车滤清器市场需求规模40
- 图 15 中国不同区域汽车滤清器需求分布40
- 图 16 滤清器产品需求前15位的省份41
- 图 17 2006-2007年滤清器行业供需平衡图41
- 图 18 2007年1-12月滤清器市场关注情况统计分析44
- 图 19 中国滤清器市场结构图46
- 图 20 2006年规模以上滤清器行业主要企业数量及规模情况图47
- 图 21 各类企业市场份额情况图47
- 图 22 2006年各类型企业利润情况48

图 23 中国滤清器行业区域竞争布局情况图49

图 24 沪、皖、浙滤清器资产分布情况49

图 26 2005年-2007年中国滤清器品牌市场占有率排名50

图 27 2006年-2007年中国滤清器品牌市场占有率情况图50

图 28 滤清器产品市场销售比例52

图 29 流通渠道结构比例情况图53

图 30 渠道对滤清器产品的关注因素情况图56

图 31 流通渠道信息传递方式图57

图 32 2005年与2007年中国滤清器经销商销售额情况图57

图 33 2005年与2007年中国滤清器经销商经营毛利率情况图58

图 34 上海弗列加滤清器有限公司国内销售网络分布图62

图 35 蚌埠金威滤清器有限公司国内销售网络分布图68

图 36 豹王滤芯制造有限公司国内市场销售网络分布图79

图 37 豹王滤芯制造有限公司海外市场销售分布图79

图 38 豹王机油滤清器81

图 39 豹王汽油滤清器81

图 40 豹王空气滤清器81

图 41 豹王空调滤清器82

图 42 浙江环球滤清器有限公司国内市场销售网络分布85

图 43 浙江环球滤清器有限公司国际市场销售网络分布86

图 44 华盛滤清器(深圳)有限公司组织结构图89

图 45 2005-2007年滤清器配套量情况96

图 46 影响汽配市场需求的因素97

图 47 2002-2007年中国汽车保有量增长图97

图 48 乘用车年均行驶距离对照表98

图 49 各类车平均车龄比较图99

图 50 汽配市场产品构成100

图 51 全国各省份汽车保有量101

图 52 中国车主一般采取的汽车保养周期方式102

图 53 中国车主一般进行的保养内容102

图 54 中国车主对汽配行业的看法103

图 55 车主初次选择维修地点看中的因素103

图 56 车主选择固定维修地点看重的因素104
图 57 车主对维修店的选择104
图 58 车主认为优秀的维修网络105
图 59 不同类型轿车的车主选择维修点106
图 60 不同类型轿车的车主对择维修点的忠诚度107
图 61 2002-2006年中国汽配市场规模108
图 62 汽配市场的流通模式及主要经营实体108
图 63 各省零部件制造销售收入比例110
图 64 2006-2020年中国汽车保有量增长趋势图（单位：万辆）114
图 65 2006-2020年中国汽车滤清器需求总体情况（单位：亿台）115
图 66 2006-2010年中国滤清器出口情况预测（单位：亿台）115
图 67 2006-2010年中国滤清器行业产量预测（单位：亿台）116

A045

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/64288.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。