



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国汽车滤器行业市场分 析研究报告

一、调研说明

《2009年中国汽车滤器行业市场分析研究报告》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/96897.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

报告目录

第一章 中国滤清器行业概况 13

1.1 汽车滤清器简介 13

1.1.1 滤清器概念 13

1.1.2 空气滤清器构造及功能 13

1.1.2.1 空气滤清器的构造 13

1.1.2.2 空气滤清器的功能 14

1.1.3 机油滤清器功能及分类 15

1.1.3.1 机油滤清器的功能 15

1.1.3.2 机油滤清器的分类 15

1.1.4 燃油滤清器简介 16

1.2 国际滤清器市场特点 17

1.2.1 市场需求旺盛 17

1.2.2 欧美处于领先地位 19

1.2.3 国内滤清器市场混乱 19

1.3 滤清器的技术概况 20

1.3.1 中国滤清器技术逐步提高 20

1.3.2 国家相关标准趋于完善 20

1.3.3 滤清器高精度成为趋势 21

1.4 中国滤清器行业特点 22

1.4.1 自主创新能力不足 22

1.4.2 行业品牌集中度低 22

1.4.3 优势和弊端并存 23

1.4.4 行业壁垒低 23

第二章 中国滤清器行业环境 24

2.1 中国汽车行业发展态势 24

2.1.1 2007年中国汽车行业经营 24

2.1.2 汽车行业发展现状 28

2.1.2.1 2006-2008年汽车销量 28

2.1.2.2 2008年我国汽车市场预测	31
2.1.3 汽车产业发展存在的问题	32
2.2 汽车零部件行业现状及趋势	33
2.2.1 外资企业加速进入我国汽车零部件领域	33
2.2.2 创新型零部件企业崛起	34
2.2.3 贸易壁垒亟待完善	34
2.2.4 汽车零部件产业集群发展迅速	35
2.2.5 出口基地优势将显现	36
2.2.6 国V排放柴油机诞生引领发动机技术革新	37
2.2.7 自主品牌零部件技术含量加强	37
2.2.8 零部件售后市场走向一站式	38
2.2.9 维修市场将完善	39
2.2.10 2008年汽车零部件行业发展新动向	39
2.3 中国汽车及零部件市场特点	41
2.3.1 中国汽车及零部件市场开放度提高	41
2.3.2 中国汽车及零部件市场高速增长	41
2.3.3 中国汽车及零部件市场潜力巨大	42
2.3.4 汽车零部件产业政策不断完善	42

第三章 中国滤清器市场 44

3.1 滤清器市场需求	44
3.1.1 滤清器市场需求规模	44
3.1.2 滤清器市场需求结构	45
3.1.3 滤清器行业供需平衡	46
3.1.4 中国汽车滤清器市场消费特征	47
3.1.4.1 滤清器产品消费频率	47
3.1.4.2 客户消费行为	47
3.1.4.3 消费行为特征	48
3.2 滤清器市场竞争	49
3.2.1 2007年滤清器行业生产概况	49
3.2.2 滤清器行业集中度	50
3.2.3 竞争主体	51

- 3.2.3.1竞争企业规模情况 51
- 3.2.3.2 竞争主体市场绩效 53
- 3.2.4 滤清器区域竞争 54
- 3.2.5 滤清器行业品牌竞争 56

第四章 中国滤清器流通市场 58

- 4.1市场流通模式 58
 - 4.1.1 在整车配套市场的流通模式 58
 - 4.1.2 在服务市场的流通模式 58
- 4.2市场流通渠道 59
 - 4.2.1整车配套厂商情况 59
 - 4.2.2 汽配服务市场各渠道竞争结构 60
 - 4.2.3 中间渠道 60
 - 4.2.4 流通终端 61
- 4.3 渠道运营 62
 - 4.3.1中间商关注因素 62
 - 4.3.2渠道获取信息途径 63
 - 4.3.3 渠道盈利情况 63
- 4.4 汽车滤清器渠道存在的问题 64
 - 4.4.1 渠道品牌集中度低 64
 - 4.4.2 渠道管理与整合力度不足 65

第五章 滤清器主要企业 67

- 5.1上海弗列加滤清器有限公司 67
 - 5.1.1企业概况 67
 - 5.1.2企业经营现状 67
 - 5.1.2.1 企业财务运作情况 67
 - 5.1.2.2产品生产情况 68
 - 5.1.2.3产品销售情况 69
 - 5.1.3产品配套 70
 - 5.1.4竞争优势 72
- 5.2蚌埠金威滤清器有限责任公司 74

5.2.1企业概况	74
5.2.2企业经营现状	74
5.2.2.1 企业财务运作情况	74
5.2.2.2产品生产情况	75
5.2.2.3产品销售情况	75
5.2.3产品配套	76
5.2.4竞争优势	76
5.2.5 战略	77
5.3上海索菲玛汽车滤清器有限公司	79
5.3.1企业概况	79
5.3.2企业经营现状	79
5.3.3产品配套	79
5.4 佛山市豹王滤芯制造有限公司	85
5.4.1企业概况	85
5.4.2企业经营	85
5.4.2.1企业财务情况	85
5.4.2.2产品生产情况	85
5.4.2.3产品营销情况	86
5.4.3产品配套	87
5.4.4产品体系	87
5.4.4 2008年战略	89
5.5浙江环球滤清器有限公司	90
5.5.1 企业概况	90
5.5.2企业经营	90
5.5.2.1财务运作情况	90
5.5.2.2产品生产情况	90
5.5.2.3产品销售情况	91
5.5.3产品配套	92
5.5.4竞争优势	92
5.6马勒东炫滤清器（天津）有限公司	94
5.6.1企业概况	94
5.6.2企业经营	94

5.6.2.1	财务情况	94
5.6.2.2	产品产销情况	94
5.6.3	产品配套	94
5.7	华盛滤清器(深圳)有限公司	95
5.7.1	企业概况	95
5.7.2	企业经营现状	95
5.7.2.1	财务情况	95
5.7.2.2	产品生产情况	96
5.7.2.3	产品销售情况	96
5.7.3	产品配套	96
5.7.4	竞争优势	97
5.8	蚌埠昊业滤清器有限公司	98
5.8.1	企业基本概况	98
5.8.2	企业经营现状	98
5.8.2.1	企业财务情况	98
5.8.2.2	产品生产	99
5.8.2.3	产品销售	99
5.8.3	产品配套	99
5.9	上海曼-胡默尔滤清器有限公司	99
5.9.1	企业概况	99
5.9.2	企业经营情况	100
5.9.2.1	财务情况	100
5.9.2.2	产品生产情况	100
5.9.3	产品销售及配套情况	101
5.9.4	曼•胡默尔的中国市场策略	102

第六章 滤清器配套机会 103

6.1	滤清器配套市场	103
6.2.1	发动机市场趋势	103
6.2.1	发动机市场配套	104
6.2	滤清器汽配市场	105
6.2.1	汽配市场影响因素	105

- 6.2.2 汽配市场需求情况 108
- 6.2.3 汽配市场消费偏好 110
- 6.2.4 汽配市场竞争 116
 - 6.2.4.1 汽配市场规模 116
 - 6.2.4.2 汽配行业经营主体 117
 - 6.2.4.3 汽配区域竞争格局 118
 - 6.2.4.4 汽配行业品牌竞争格局 119

第七章 中国滤清器行业投资 121

- 7.1 滤清器行业发展趋势 121
 - 7.1.1 滤清器汽配市场前景广阔 121
 - 7.1.2 高精度柴油滤清器成为趋势 121
 - 7.1.3 滤清器技术要求趋高 122
 - 7.1.4 自主品牌产品依然受限制 122
- 7.2 滤清器市场预测 123
 - 7.2.1 滤清器需求预测 123
 - 7.2.1.1 中国滤清器市场需求预测 123
 - 7.2.1.2 出口市场预测 124
 - 7.2.2 滤清器产量预测 124
- 7.3 汽车滤清器投资风险 125
 - 7.3.1 经营风险 125
 - 7.3.2 市场风险 126
 - 7.3.3 政策性风险 126
 - 7.3.4 技术风险 127
 - 7.3.5 财务风险 127
 - 7.3.6 竞争风险 127
- 7.4 汽车滤清器投资建议 128
 - 7.4.1 精益化的发展战略 128
 - 7.4.2 自主研发的贯彻实施问题 129
- 7.5 汽车滤清器投资模式 130
 - 7.5.1 资产并购模式 130
 - 7.5.2 海外研发投资模式 131

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/96897.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提供专业投资咨询报告、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。