

2014-2019年中国汽车滤清器行业分析与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2014-2019年中国汽车滤清器行业分析与投资战略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/201406/05-156375.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

汽车滤清器的应用：

A. 汽车滤清器是专门保护乘驾人员的.空调滤清器能过滤掉外界空气中的花粉，灰尘，有害物质如：石棉，煤烟，细菌和有毒气体如：臭氧，苯和甲苯等。

B.保持相关部件的清洁：空调滤清器能保持下方零部件的清洁，如：风扇，加热和仪表板等。

C.活性炭汽车滤清器：它和一般空调滤清器的不同在于多一层活性炭过滤层，进一步吸收有毒气体，如：臭氧，氧化氮，硫磺和碳氢化合物. 汽车滤清器建议更换周期建议更换周期：在10000公里之内。

纵观我国滤清器市场，自主品牌滤清器企业占有一定优势，但跨国公司开始占据着越来越重要的市场地位，几乎垄断了高端车型滤清器的配套市场。当前，曼·胡默尔、马勒、索格菲、弗列加、唐纳森、电装等跨国滤清器公司都已在我国投资建厂。

国内外知名滤清器品牌表：	序号	品牌名称
备注	1	曼·胡默尔（Purolator滤清器）

汽车配件行业的主要企业，产品范围包括了Purolator滤清器的所有空滤、机滤、燃滤和空调滤。销售区域主要集中在北美市场。已在上海和长春建立了两家合资企业。

2	马勒滤清器	在中国有七个生产基地。上海马勒滤清系统有限责任公司是马勒在国内重要的合资企业。	3
---	-------	---	---

马勒东炫滤清器	是德国马勒集团和韩国主要滤清器生产商东炫集团在中国建立的独资子公司。	4	弗列加滤清器
---------	------------------------------------	---	--------

由中国东风汽车公司和美国康明斯过滤系统公司合资，在上海浦东成立。在康明斯体系外，弗列加滤清器的优势并不明显。

器	霍尼韦尔的Extra Guard机油滤清器拥有两倍于任何主要竞争对手的尘粒阻
止能力，实验表明Extra Guard机油滤清器相比于其他品牌产品，可以有效阻止高大六倍以上	
的10-20微米的颗粒。	6 唐纳森滤清器

是全球过滤系统及其配件行业的领导先驱，过滤产品广泛应用于工业市场及发动机市场。

7	博世滤清器	博世拥有约1700种滤清器，品种涵盖：机油滤清器、汽油滤清器、空气滤清器、空调滤清器，并一直在为欧洲各车厂的各类汽车提供滤清器。在欧洲市场的市场覆盖率达95%。	8
---	-------	--	---

索菲玛汽车滤清器	索菲玛汽车滤清器有限公司是意大利国际环球滤清器集团投资兴建的专业生产空气滤清器、机油滤清器、燃油电喷滤清器等产品的独资
----------	---

企业。

资料来源：中国产业研究报告网整理

滤清器市场竞争激烈，行业内没有形成垄断或近乎垄断的超大型企业。

滤清器属于汽车上的易损件，需要定期更换。因此，售后市场滤清器的销量非常大。争夺售后市场的滤清器企业数量远远多于配套市场，多数主攻配套市场的滤清器企业都在汽配市场上占有一定份额。在滤清器售后市场，品牌集中度很低，曼·胡默尔、马勒、索格菲、弗列加、唐纳森、5家滤清器企业的市场占有率仅为15%。而在配套市场，5家滤清器企业的市场占有率为40%。

在国内汽油机和柴油机市场上，金威滤清器所占的市场份额超过10%，是行业龙头企业。其在售后市场上同样有不俗表现，其60%的产品是供应售后市场的。在一项对滤清器代理商和服务站的调查中，豹王是市场上覆盖面最广的品牌，有24.7%的经销商在销售豹王品牌的滤清器。

2013年我国滤清器市场产量约7.33亿只，进口320万只，出口7800万只，国内表现消费量约6.58亿只。国内滤清器市场规模达到了110.6亿元。近几年我国滤清器市场规模情况如下图所示：

资料来源：中国产业研究报告网整理

中国产业研究报告网发布的《2014-2019年中国汽车滤清器行业分析与投资战略研究报告》立足于汽车滤清器市场发展现状分析，通过对汽车滤清器行业环境、汽车滤清器产业链、汽车滤清器市场供需、汽车滤清器价格、汽车滤清器生产企业的详尽剖析，以使投资者达到对汽车滤清器产品市场发展现状的全面、深入掌握；同时为使投资者把握汽车滤清器未来的市场发展趋势，我中心还对汽车滤清器行业未来发展趋势和市场前景进行科学、严谨的分析与预测；另外在投资分析部分，针对企业投资决策依据进行了重点分析，并综合给出投资建议。

报告目录：

第一章 汽车滤清器行业发展概述 1

第一节 汽车滤清器行业概述 1

一、汽车滤清器特点 1

二、汽车滤清器应用 1

第二节 汽车滤清器细分产品分析 1

一、空气滤清器 1

二、机油滤清器 2

三、燃油滤清器 3

第二章 2013年中国汽车滤清器行业运行环境分析 6

第一节 国内宏观经济环境分析 6

一、GDP历史变动轨迹分析 6

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 7

三、2014年中国宏观经济发展预测分析 10

第二节 中国汽车行业振兴规划 11

一、汽车行业振兴规划概述 11

二、汽车行业振兴规划细则 11

三、汽车行业振兴规划三大任务 12

四、汽车行业振兴规划五项措施 13

五、汽车行业振兴规划的意义与作用 15

第三节 2013年中国滤清器行业相关政策概况 15

一、国家相关标准规范情况 15

二、滤清器四项标准实施影响分析 20

第四节 2013年中国滤清器行业的产业环境概况 21

一、中国汽车行业保持快速发展 21

二、中国汽车零部件行业发展处于关键时期 21

第三章 2013年国内外汽车产业整体运行态势分析 24

第一节 2013年世界汽车产业运行概况 24

一、世界各地汽车销量情况分析 24

2013年全球汽车销量为8539.38万辆，同比增长3.9%。当中欧洲销量为18,282,465辆，占全球总销量的21.4%；美洲市场销量为18,282,465辆，占比为29.3%。

资料来源：OICA

2013年全球汽车销量分国家统计

图表：略

资料来源：OICA

资料来源：OICA

虽然发达国家（如美国）的汽车市场已出现复苏迹象，但预期全球销售增长将主要受发展中国家需求的动力带动，主要为巴西、俄罗斯、印度及中国（「金砖四国」）及亚洲其它国家、拉丁美洲、中东、非洲及其它经济正处于发展过渡期的国家。凭借其庞大的人口、不断推进的城市化及日益增强的购买力，金砖四国将为汽车市场提供巨大的增长潜力。

二、世界汽车行业格局将发生重大变动 31

三、世界汽车市场竞争格局分析 32

第二节 2011-2012年中国汽车工业运行态势分析 34

一、中国汽车市场发展趋好的主要依据 34

二、中国汽车出口形势不容乐观 36

据中国海关统计2013年我国汽车累计出口94.85万辆，比2012年同期下降了6.61%；累计创汇金额128.98亿美元，比去年同期下降了6.04%。

资料来源：艾凯数据中心整理

2006-2013年中国汽车出口量统计：万辆

时间		出口数量		2006年	
34.34		2007年	61.24		2008年
68.1		2009年	37		
2010年	56.67	2011年	84.95		
	2012年	101.50	2013年		
94.85					

资料来源：艾凯数据中心整理

其中：乘用车累计出口55.33万辆，比2012年同期下降了5.85%；累计创汇金额41.04亿美元，比去年同期下降了4.34%。商用车累计出口39.52万辆，比2012年同期下降了7.67%；累计创汇金额87.94亿美元，比去年同期下降了6.82%。

2013年1-12月份，汽车出口主要国家：阿尔及利亚、俄罗斯联邦、智利、伊朗、秘鲁、伊拉克、巴西、埃及、哥伦比亚、乌拉圭等。

中国汽车出口，尤其是民族品牌汽车，仍然在走“低价竞争取胜”的老路，面临的仍是低端市场、低档车、低价格、低利润、低质量的五低格局。实际上，我国汽车出口占总销量比例仍然相当低，不仅无法企及日本、德国、韩国等汽车出口大国的水平，也不及泰国、印度、巴西等当地市场蓬勃发展的国家。此外，与世界级汽车制造企业相比，中国汽车

在产品质量、技术水平、售后服务、营销策略上依然有着较大的差距，成为制约汽车企业走出去的瓶颈，而这一差距也难以期望中国企业在短期内得以弥补。

三、中国汽车产业兼并与重组 38

四、中国汽车行业景气指数分析 41

第三节 近几年中国汽车工业数据监测 42

一、2013年中国汽车工业经济运行情况分析 42

二、2007-2013年中国汽车产量统计分析 46

三、近三年中国汽车销售数据分析 46

四、2012年中国汽车保有量分析 47

第四节 2013年中国汽车行业问题与策略应对 50

一、国外贸易保护政策阻碍中国汽车出口 50

二、中国汽车行业自身存在的缺陷 52

三、中国汽车工业面临人才紧缺难题 54

四、中国汽车产业应坚持走精益生产之路 56

第四章 2013年中国汽车滤清器产业运行态势分析 62

第一节 2013年中国汽车滤清器产业运行总况 62

一、中国汽车滤清器产业所处发展阶段 62

二、滤清器行业恶性循环圈分析 62

三、中国汽车滤清器企业分布 63

第二节 2013年国内汽车滤清器行业品牌意识分析 65

一、国内汽车滤清器行业品牌现状 65

二、汽车滤清器行业品牌营销应注重方向 66

三、国内汽车滤清器企业品牌建设走向 67

第三节 2013年中国车用滤清器市场问题分析 67

一、生产能力问题 67

二、研发和技术创新问题 67

三、专业人才问题 68

四、依赖进口问题 68

五、中外资竞争问题 68

第五章 2013年中国汽车滤清器技术及新产品分析 69

第一节 2013年中国汽车滤清器技术分析 69

一、中国汽车滤清器技术现状 69

二、汽车发动机滤清器技术解析 70

三、机油滤清器的配套技术详解 72

四、汽车润滑油滤清器技术分析 76

第二节 中国汽车滤清器新产品动向 78

一、曼·胡默尔为潍柴动力研发定制化滤清器 78

二、霍尼韦尔推出高性能机油滤清器 78

三、盛联滤清器推出GPC滤清器 78

第六章 2013年中国汽车滤器市场运行分析 80

第一节 2013年中国车用滤清器市场特点分析 80

第二节 2013年中国车用滤清器市场现状综述 81

一、中国滤清器市场规模 81

二、中国滤清器市场销售形势 81

第三节 2013年车用滤清器市场流通渠道分析 82

一、滤清器代理商品牌认知研究 82

本次调查经销商、4S店、滤清器企业（总代理商）200家，回收有效样本155份，其中汽配城商户占到46.1%、一级经销/代理商占到25.7%、汽车修理厂占到18.4%。调查区域分布在北京、上海、广州、南京等地区。

2013年滤清器市场知名度最高的是豹王，品牌提及率在65%，其次是海业、箭冠，品牌提及率分别达48%、40%。对比前三年的调研结果，2013年豹王的排名位居首位没有变化，海业、箭冠的排名跃居第二位和第三位。可见，外资或合资品牌在我国滤清器行业的知名度越来越高，品牌之间的竞争越来越激烈。

资料来源：艾凯数据中心整理

二、各品牌市场覆盖率情况 83

三、代理商关注因素情况 83

资料来源：艾凯数据中心整理

代理/经销滤清器时最先考虑的因素是质量，其次是价格，再次是品牌。通过我们走访的众

多经销商反映，现在许多车主在购买滤清器产品时，首先问到的是产品的质量如何，寿命多长，然后才问价格，是什么品牌关注较少。因此，经销商为了赢得客户，稳住市场地位，就得将产品的质量放在首位。

四、代理商进货渠道情况调查 84

五、代理商希望得到厂商支持情况 84

六、代理商信息获取渠道情况 85

七、代理商盈利情况调查 85

第七章 2011-2013年中国汽车滤清器制造行业主要数据监测分析 87

第一节 2011-2013年中国汽车滤清器制造行业总体数据分析 87

一、2011年中国汽车滤清器制造行业全部企业数据分析 87

二、2012年中国汽车滤清器制造行业全部企业数据分析 89

三、2013年中国汽车滤清器制造行业全部企业数据分析 90

第二节 2011-2013年中国汽车滤清器制造行业不同规模企业数据分析 92

一、2011年中国汽车滤清器制造行业不同规模企业数据分析 92

二、2012年中国汽车滤清器制造行业不同规模企业数据分析 93

三、2013年中国汽车滤清器制造行业不同规模企业数据分析 93

第三节 2011-2013年中国汽车滤清器制造行业不同所有制企业数据分析 94

一、2011年中国汽车滤清器制造行业不同所有制企业数据分析 94

二、2012年中国汽车滤清器制造行业不同所有制企业数据分析 94

三、2013年中国汽车滤清器制造行业不同所有制企业数据分析 95

第八章 2013年中国汽车滤清器行业竞争格局分析 96

第一节 2013年国内滤清器产业竞争总况 96

一、国内滤清器市场竞争程度 96

二、汽车空调滤清器竞争优势 97

三、滤清器：企业文化竞争的新兴战场 97

第二节 2013年中外品牌汽车滤清器竞争态势 100

一、自主品牌市场份额分析 100

二、外资与合资品牌在高端市场竞争分析 100

三、售后市场竞争状况 101

第三节 2013年高精度柴油滤清器市场竞争分析 102

一、高精度柴油滤清器市场需求分析 102

三、自主品牌产品竞争分析 102

第九章 2013年中国汽车滤清器产业集群分析 104

第一节 2013年中国蚌埠滤清器产业发展状况分析 104

一、蚌埠滤清器产业概况 104

二、滤清器产业集群现身蚌埠 104

三、蚌埠滤清器产业发展优势 107

四、未来蚌埠滤清器发展方向 108

第二节 2013年温州市滤清器产业规划分析 108

一、温州滤清器产业概况 108

二、温州鞋业渐迎“小阳春” 110

三、温州市滤清器产业发展规划 112

1、抓好行业联盟标准推广实施 112

2、深化名牌培育质量提升工程 112

3、打造汽摩配行业区域品牌 113

第十章 2013年中国汽车滤清器企业竞争策略分析 114

第一节 2012-2013年中国滤清器行业会展策略 114

一、打造产品品牌 114

二、销售产品 114

三、低成本开拓新市场 114

第二节 2012-2013年中国滤清器行业品牌营销策略 115

一、国内汽车滤清器行业品牌集中度分析 115

二、国内汽车滤清器行业品牌建设分析 115

三、汽车滤清器行业品牌营销终端策略 116

第十一章 2013年中国汽车滤清器优势企业竞争性财务指标分析 117

第一节 上海弗列加滤清器有限公司 117

一、企业概况 117

二、企业主要经济指标分析 118

三、企业盈利能力分析 118

四、企业偿债能力分析 119

五、企业运营能力分析 119

六、企业成长能力分析 119

第二节 蚌埠金威滤清器有限责任公司 120

一、企业概况 120

二、企业主要经济指标分析 121

三、企业盈利能力分析 121

四、企业偿债能力分析 122

五、企业运营能力分析 122

六、企业成长能力分析 122

第三节 上海索菲玛汽车滤清器有限公司 123

一、企业概况 123

二、企业主要经济指标分析 123

三、企业盈利能力分析 124

四、企业偿债能力分析 124

五、企业运营能力分析 124

六、企业成长能力分析 125

第四节 佛山市豹王滤芯制造有限公司 125

一、企业概况 125

二、企业主要经济指标分析 126

三、企业盈利能力分析 126

四、企业偿债能力分析 127

五、企业运营能力分析 127

六、企业成长能力分析 127

第五节 马勒东炫滤清器（天津）有限公司 128

一、企业概况 128

二、企业主要经济指标分析 128

三、企业盈利能力分析 129

四、企业偿债能力分析 129

五、企业运营能力分析 130

六、企业成长能力分析 130

第六节 蚌埠市昊业滤清器有限责任公司 130

一、企业概况 130

二、企业主要经济指标分析 131

三、企业盈利能力分析 132

四、企业偿债能力分析 132

五、企业运营能力分析 133

六、企业成长能力分析 133

第七节 华盛滤清器（深圳）有限公司 133

一、企业概况 133

二、企业主要经济指标分析 134

三、企业盈利能力分析 135

四、企业偿债能力分析 135

五、企业运营能力分析 135

六、企业成长能力分析 136

第八节 飞得滤机（苏州）有限公司 136

一、企业概况 136

二、企业主要经济指标分析 136

三、企业盈利能力分析 137

四、企业偿债能力分析 137

五、企业运营能力分析 138

六、企业成长能力分析 138

第九节 浙江环球滤清器有限公司 138

一、企业概况 138

二、企业主要经济指标分析 139

三、企业盈利能力分析 140

四、企业偿债能力分析 140

五、企业运营能力分析 140

六、企业成长能力分析 141

第十节 上海曼胡默尔滤清器有限公司 141

一、企业概况 141

二、企业主要经济指标分析 142

三、企业盈利能力分析 142

- 四、企业偿债能力分析 143
- 五、企业运营能力分析 143
- 六、企业成长能力分析 143

第十二章 2014-2019年中国汽车零部件行业发展趋势分析 144

第一节 2014-2019年中国汽车零部件市场发展趋势 144

- 一、中国汽车零部件行业未来增长点分析 144
- 二、中国汽车零部件行业发展趋势 145
- 三、中国汽车零部件行业发展走向 146

第二节 2014-2019年中国汽车发动机市场发展趋势 147

- 一、中国汽车发动机市场发展趋势 147
- 二、商用车发动机及活塞市场分析及预测 148
- 三、中国车用发动机活塞市场需求预测 149

第十三章 2014-2019年中国汽车滤清器行业发展预测分析 150

第一节 2014-2019年中国车用滤清器行业发展趋势 150

- 一、滤清器企业进入配套市场趋势 150
- 二、国产高精度柴油滤清器市场潜力分析 151

第二节 2014-2019年中国车用滤清器市场需求预测分析 152

- 一、主机配套市场需求预测 152
- 二、售后市场需求预测 152
- 三、中国滤清器出口预测 153

第三节 2014-2019年中国滤清器行业走向 153

- 一、政策走向 153
- 二、产品研发和技术创新能力 154
- 三、自主品牌产品发展 154
- 四、市场秩序规范 154
- 五、行业协会作用 155
- 六、产业集群发展分析 155

第十四章 2013-2018年中国汽车滤清器行业投资机会与风险分析 156

第一节 2013-2018年中国汽车滤清器行业投资机遇分析 156

一、汽车滤清器投资潜力分析 156

数据显示：从2003年到2013年10年间，我国汽车保有量增长迅速，从2400万辆增长到1.37亿辆，近十年汽车年均增加1100多万辆，是2003年汽车数量的5.7倍，占全部机动车比率达到54.9%，比十年前提高了29.9%。

截止目前我国汽车保有量已经突破1.3亿辆，并且到2020年我国汽车产销量仍会保持快速增长，意味着主要市场在汽车售后市场的中国汽车配件企业，将继续受惠于汽车保有量增加所带来的机遇。具体到滤清器行业来说，随着保有量的持续增长行业市场会保持15%以上的速度增长，未来几年后滤清器在中国汽车售后市场的规模将进一步扩大。预计到2019年行业市场需求将达到**亿只，年均复合增长率为**%。

2014-2019 年我国汽车滤清器需求预测分析

图表：

略 资料来源：艾凯数据中心整理

二、汽车滤清器投资吸引力分析 157

第二节 2013-2018年中国汽车滤清器行业投资风险析 159

一、国内主机配套市场存在的风险 159

二、国内售后市场存在的风险分析 159

三、市场竞争风险分析 160

第三节 专家投资建议 161

第十五章 2013-2018年中国汽车滤清器行业投资战略研究 163

第一节 2013-2018年汽车滤清器行业发展战略研究 163

一、技术开发战略 163

二、产业战略规划 164

三、业务组合战略 164

四、营销战略规划 164

五、区域战略规划 165

六、企业信息化战略规划 165

第二节 2013-2018年对中国汽车滤清器品牌的战略思考 166

一、品牌的基本含义 166

二、品牌战略在企业发展中的重要性 166

三、汽车滤清器品牌的特性和作用 168

- 四、汽车滤清器品牌的价值战略 169
- 五、中国汽车滤清器品牌竞争趋势 171
- 六、汽车滤清器企业品牌发展战略 171
- 七、汽车滤清器行业品牌竞争策略 176

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/201406/05-156375.html>