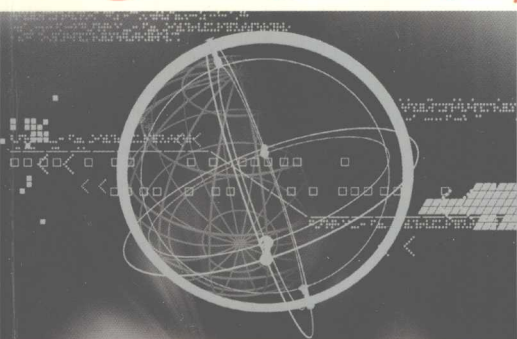


中国产业地图编委会 编

中国产业地图



The Industrial

Map of
China

2004

中国产业地图编委会 编

中国产业地图

The Industrial

Map of
China
2004



上海人民出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

中国产业地图2004 / 中国产业地图编委会编.

上海: 上海人民出版社, 2004

(产业地图系列)

ISBN 7-208-05393-6

I. 中... II. 中... III. 经济发展—报告—中国—
2004 IV. F124

中国版本图书馆CIP数据核字 (2004) 第102208号

责任编辑 孙 瑜
封面装帧 王晓阳

• 产业地图系列 •

中国产业地图2004

中国产业地图编委会 编

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路193号 www.ewen.cc)

世纪出版集团发行中心发行 上海精英彩色印务有限公司印刷

开本 890×1240 1/16 印张 21 插页 2

2004 年 10 月 第1版 2004 年 10 月 第1次印刷

ISBN 7-208-05393-6/F.1210

定价 160.00 元

中国产业地图编委会

主任：张林俭（上海市企业联合会会长、上海仪电控股（集团）公司董事长）

委员：李兆熙（国务院发展研究中心企业研究所副所长、研究员）

康荣平（中国社会科学院世界经济与政治研究所世界华商研究中心主任、研究员）

姚锡棠（浦东改革与发展研究院院长）

佘宝庆（上海金陵股份有限公司董事长）

蒋守雷（上海集成电路行业协会秘书长）

孙海鸣（上海财经大学工商管理学院院长）

华 民（复旦大学世界经济研究所所长）

作者简介

主 编

张林俭 高级经济师，全国人大代表，中共上海市委委员。早年毕业于上海科技大学，曾任上海市经济委员会企业管理处处长，上海市人民政府办公厅副主任、市长秘书，上海市仪表电讯工业局局长。现任上海仪电控股（集团）公司董事长、党委书记，上海市企业联合会会长。

李小军 曾任职于上海市财政局和建设银行上海分行，1986—1995年在日本立正大学和山口大学攻读日本经济史、多国籍企业论，后在日本公司任职多年；1996年由政府召回参加国家“九五”重点工程909项目建设；2000年后出任多家投资管理公司总经理。

潘 鸿 上海交通大学企业管理专业博士，曾在中国建设银行上海市分行、中国信达资产管理有限公司、中国通商控股有限公司和湖南电广传媒股份有限公司等公司任职。现任上海融天资产管理有限公司总经理。

主 编 助 理

余新海 上海财经大学产业经济学硕士，现任上海融天资产管理有限公司产业地图部主管，主要负责公司具体咨询项目的外部环境与行业分析。

序

呈现在读者面前的这本《中国产业地图 2004》，是中国产业地图编委会今年继推出《上海产业地图 2004》和《中国房地产产业地图 2004》后，向读者奉献的第三部产业地图。今年我们还将推出《中国金融产业地图 2004》和《中国医药产业地图 2004》。

产业地图的研究、编纂和出版是一种开拓与创新。在快速、多变的信息时代，将枯燥的经济统计数据 and 严谨的产业研究成果从民间的视角、以读图这种生动的表现形式展现给读者，是我们为读者提供一个轻松汲取产业精华信息的尝试。

《中国产业地图 2004》提供了中国产业布局、结构、发展的现状并展示出中国产业变动的方向。作为经济发展的内容与基础，产业的抉择和发展状况是一个国家经济健康运行的命脉所系。正在实施中的国家“十五”规划中的主线，就是产业结构的优化调整：除了调整不合理的城乡结构和区域经济布局，以第一、二、三产业结构和各产业内部结构优化升级为内容与目标的产业结构调整，更是经济结构调整的关键。目前正在进行中的国家对经济的宏观调控，正是为了促进产业结构的优化调整，加快经济增长方式的根本转变，并促成宏观经济的全面、协调、可持续发展。《中国产业地图》今后将持续出版，它不仅集中展现当年各产业经济的实况，而且还将清晰地描述各产业经济演进和变动的轨迹。

《中国产业地图 2004》帮助读者准确把握产业发展的脉搏。产业地图既有别于统计年鉴报表的数据罗列，也不同于政府部门的政策发布，它侧重于为产业经济的关注者和参与者提供导读。带给读者的是生动丰富的信息内涵和清晰的事实阐述。《中国产业地图 2004》不仅可以帮助投资人较为准确地把握国内产业的定位、态势和走向，而且可以从整个产业的布局 and 变化中解读蕴藏的商机，从而帮助投资者做出明智的判断和抉择。

《中国产业地图 2004》提供了搜寻产业信息的便捷路径和工具。当今世界是信息爆炸的时代，产业信息庞杂而变化无穷，单个信息需求者已不可能也没有必要自备足够的 ability 去捕捉所有适用信息以做出相应反应；随着经济全球化进程的深入，重组、并购之势风起云涌、跌宕起伏，企业重组价值的发现和挖掘尤为可贵。《中国产业地图 2004》突出了全书的导览、图解功能，作为国内信息媒体的一种新兴的生动的表现形式，一种高度提纯浓缩的产业信息载体，本书的出版为读者提供一个了解中国产业信息的最快捷、最实用的窗口，特别是



中国产业地图 2004

The Industrial Map of China, 2004

在中国经济广受世界注目的今天，以“中国概念”引领的本书更加凸现了其使用价值。

中国产业地图编委会目前策划的还有《长三角产业地图》、《珠三角产业地图》、《中国IT产业地图》、《中国汽车产业地图》、《中国物流产业地图》等，今后我们将以年鉴的方式每年推出，力图为海内外投资者在各产业领域提供一套直观的产业发

值此《中国产业地图2004》问世之际，中国产业地图编委会全体同仁及编者，向惠顾本书的朋友们致意。

中国产业地图编委会

2004年9月

《中国产业地图2004》分类标准说明

国内外比较权威的行业分类标准主要有五种,这五种分类标准可划分为两种类型:管理型和投资型。联合国国际标准产业分类(ISIC)、北美行业分类系统(NAICS)和国家统计局的行业分类标准属于典型的管理型,而全球行业分类标准(GICS: Global Industry Classification Standard,)、富时全球分类系统(FTSE)则属于投资型。

为保持本书分类的权威性、国际性,并考虑到与2003年中国产业地图所采取的国家统计局分类标准的不同,我们在本书的编撰中,采取了全球行业分类标准(GICS)。全球行业分类标准由摩根士丹利资本国际公司(MSCI, Morgan Stanley Capital International)和标准普尔(Standard & Poor's)在1999年联合发布,2002年第一次修订,是目前国际上最流行的产业分类标准之一。

全球行业分类标准属投资型,其主要特征如下:

- 广泛性: 该分类标准适用于全球所有上市公司;
- 准确性: 该架构准确地反映了股权投资领域的行业分布状况;
- 灵活性: 该分类由四个不同层次构成,分别为子行业、行业、行业组以及部门。

全球行业分类标准将上市公司分为能源材料、工业、大宗消费、可选消费、健康护理、金融、IT电信服务、公用事业等8大行业群,包括59个行业,综合我国2003年各个行业的发展态势与相对重要性,我们选取了其中47个行业作为本书考察的对象。

在全球行业分类标准下,按照公司的主要业务活动,我们将每家公司归类到唯一的一个子行业中。因此,一家公司在全球行业分类标准的四个不同层次中的归类也是唯一的。

将公司归入到其各自所属的子行业中是一件复杂的事情,当公司环境不断变化时尤其如此。在对公司归类时,我们遵循以下原则:

(1) 如果公司某项主营业务的收入占公司总收入的50%以上,则该公司归属该项业务对应的行业;

(2) 如果公司没有一项主营收入占到总收入的50%以上,但某项业务的收入和利润均在所有业务中最高,而且均占到公司总收入和总利润的30%以上,则该公司归属该业务对应的行业;

(3) 如果公司没有一项业务的收入和利润占到30%以上,则由本中心策略研究小组进一步研究和分析确定行业归属。

第一章
IT电信
组稿负责人：姚常伟 余新海

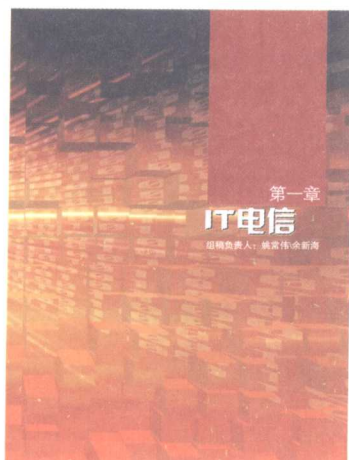
中国产业地图 2004

— 目录 | contents —

序	1
《中国产业地图.2004》分类标准说明	1
中国的一天	1

第一章 IT电信

第1节	电信运营业	2
第2节	通信设备制造业	10
第3节	电子元件业	18
第4节	计算机制造业	24
第5节	软件业	32
第6节	半导体业	38



第二章 能源材料

组稿负责人：张稷、刘哲

第四章 可选消费

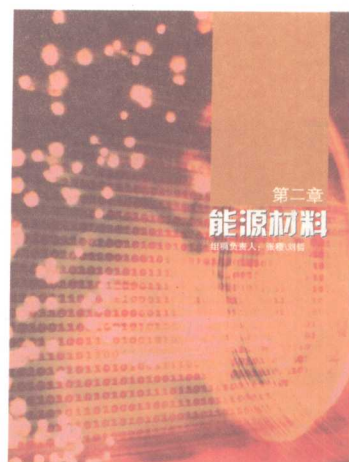
组稿负责人：余新海

第三章 传统工业

组稿负责人：余英范、杨庆

第二章 能源材料

第1节	钢铁业	46
第2节	石油天然气业	52
第3节	化纤业	60
第4节	煤炭业	66
第5节	玻璃业	72
第6节	化工原料及制造业	78
第7节	水泥业	84
第8节	有色金属业	90
第9节	造纸业	96
第10节	橡胶轮胎业	102



第三章 传统工业

第1节	电力设备业	110
第2节	工程机械制造业	118
第3节	工业机械制造业	124
第4节	建筑业	132
第5节	运输服务业	140
第6节	运输设施业（上）—机场业	146
第7节	运输设施业（下）—港口业	152

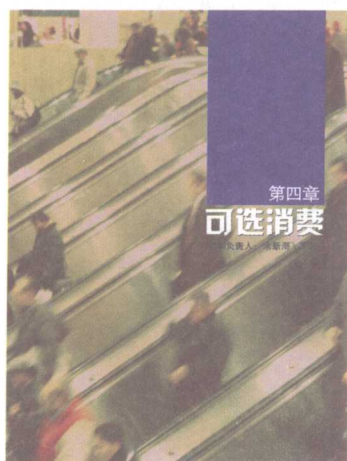


第六章
健康护理
组稿负责人：鲍庆余 靳海

中国产业地图

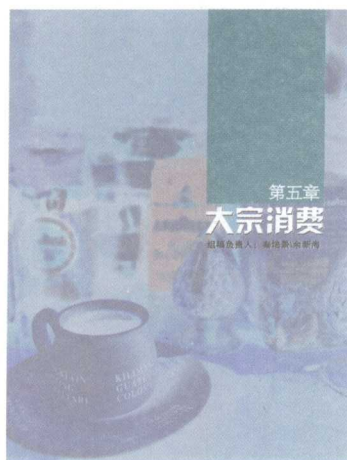
目录 | contents 2004

第四章 可选消费



第1节	汽车业	162
第2节	纺织服装业	168
第3节	家电业	174
第4节	零售百货业	180
第5节	旅游业	186
第6节	广告传媒业	192
第7节	摩托车业	198

第五章 大宗消费



第1节	农产品业	206
第2节	烟草业	212
第3节	酿酒业	218
第4节	软饮料制造业	224
第5节	乳品制造业	232
第6节	方便食品业	238

第七章 金 融

组稿负责人：万晶、余新海

第八章 公用事业

组稿负责人：秦培新、余新海

第五章 大宗消费

组稿负责人：秦培新、余新海

第六章 健康护理

- 第1节 化学制药与中药制药业246
- 第2节 生物制药业252
- 第3节 医药流通业258

第七章 金 融

- 第1节 银行业268
- 第2节 信托业274
- 第3节 证券业280
- 第4节 基金业286
- 第5节 保险业294
- 第6节 房地产业300

第八章 公用事业

- 第1节 电力业310
- 第2节 自来水的生产与供应业318

附录：《中国产业地图2004》企业名录索引

第六章 健康护理

组稿负责人：秦培新、余新海

第七章 金 融

组稿负责人：万晶、余新海

第八章 公用事业

组稿负责人：秦培新、余新海



第一章

IT电信

组稿负责人：姚常伟\余新海



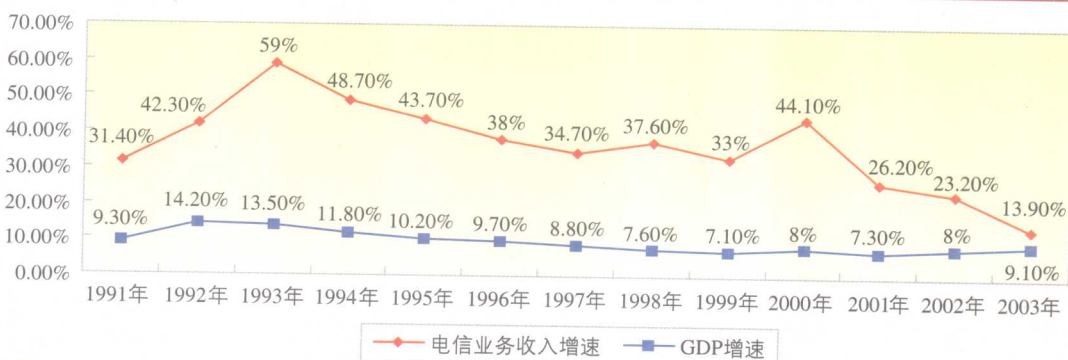
第 1 节：电信运营

—— 3G 前夜的竞争与调整

产业运行纵览

- ◆ 业务收入增幅递减，用户总数继续上升。由于基数逐年变大，2003年我国电信运营业务收入延续2000年以来的增速跌势，业务收入增幅下滑到13.9%，创15年来最低记录；用户数增势继续下滑，但总体数量依然稳步增加，移动用户与固话用户数量双双位居世界首位。
- ◆ 移动通信快速增长，其用户数量首超固话用户数。移动通信业务收入比2002年增长17.3%，取代固话成为电信行业增收的主导力量，占据了46.9%的份额，成为我国电信发展史上一个里程碑式的标志。
- ◆ 固话业务持续低迷，移动分流趋势明显。固话业务收入延续增量不增收的态势，而移动业务在用户数量、通话时间等方面极大地分流了固话业务。
- ◆ 数据业务高速增长，新业务塑造新局面。中国电信与中国网通在2003年进行宽带推广，刺激了数据业务用户的发展；小灵通的蓬勃发展使固网运营商在一定程度上缓和了增收缓慢的窘境。而短信与数据等新业务的发展为移动运营商提供了新的利润增长点。相比之下，卫星通信和无线寻呼市场大幅萎缩，业务收入同比分别下降了45.8%和39.7%。

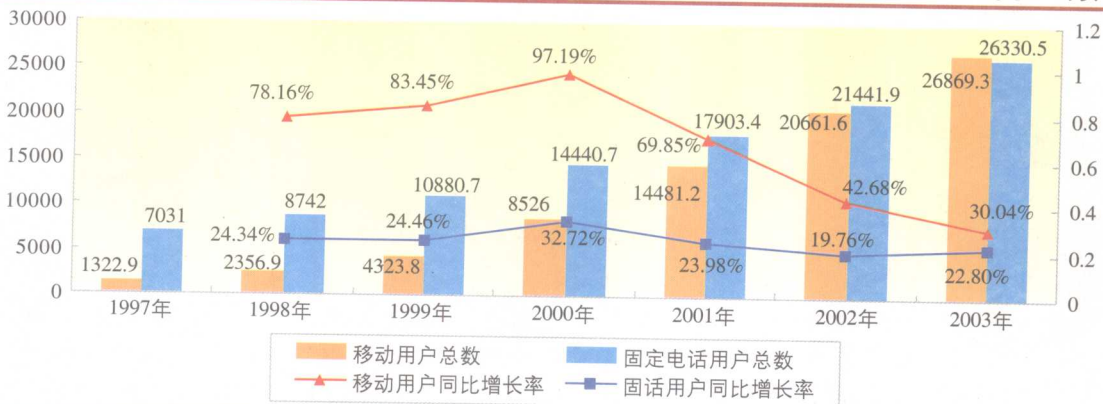
我国电信运营业务收入增速与 GDP 增速对比



资料来源：信息产业部统计数据

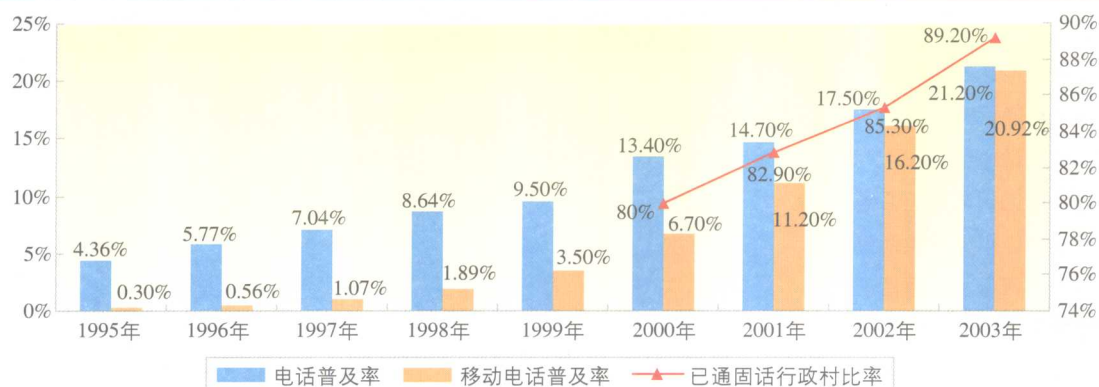
我国移动电话与固定电话用户数增长示意图

单位：万户



资料来源：信息产业部统计数据

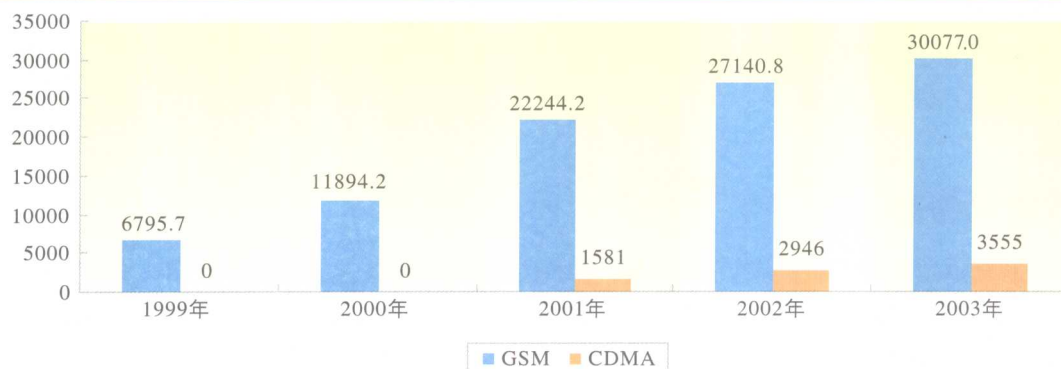
我国电话普及率



资料来源：信息产业部统计数据

GSM 与 CDMA 业务发展情况

单位：万线

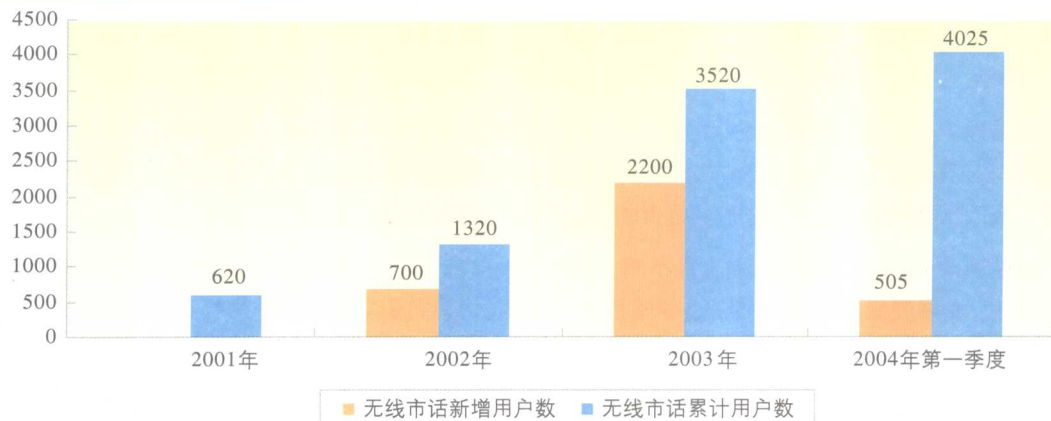


资料来源：赛迪网

3

无线市话用户增长示意图

单位：万户



资料来源：赛迪网



2003 年我国电信行业话务量与话务收入水平一览表

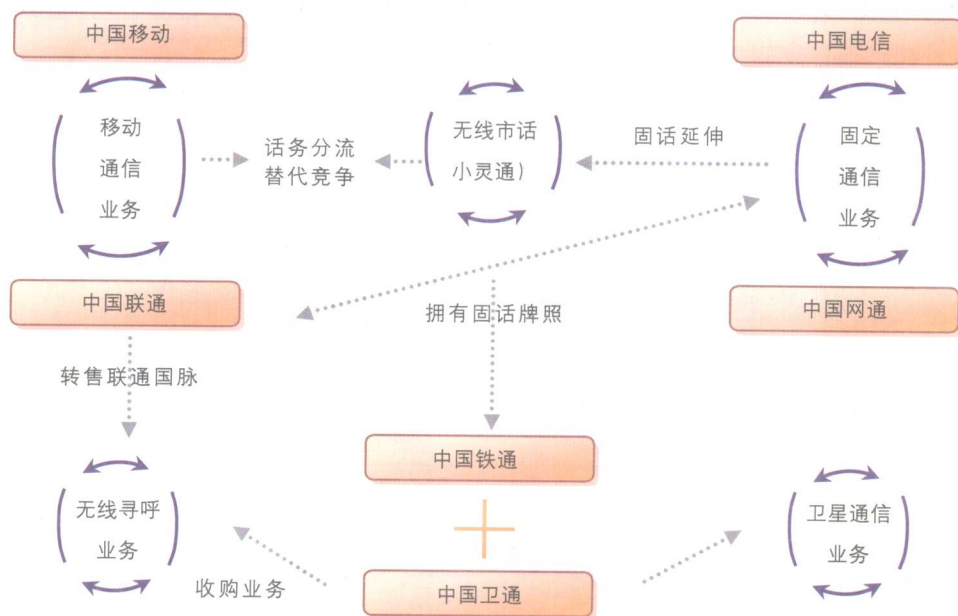
指 标	单 位	数 值	同 比 增 长(%)
国内长途电话通话时长	亿分钟	5791043.3	6.3
国际电话通话时长	万分钟	44546.3	-1.8
港澳台电话通话时长	万分钟	55402.4	-15.8
本地网内区间电话通话量	亿次	599.6	14.6
本地网内区内电话通话量	亿次	5295.6	-7.1
本地网内拨号上网通话量	亿次	1104.4	-7.2
移动本地通话时长	亿分钟	5772.9	53.9
移动国内长途通话时长	亿分钟	540.9	24.6
移动国际电话通话时长	万分钟	29742.3	5.9
移动港澳台电话通话时长	万分钟	29064.1	12.5
IP 电话国内通话时长	万分钟	8081057.8	41.1
IP 电话国际通话时长	万分钟	88881.4	25.6
IP 电话港澳台通话时长	万分钟	113365	25.1

资料来源：信息产业部,融天整理

企业概况考察

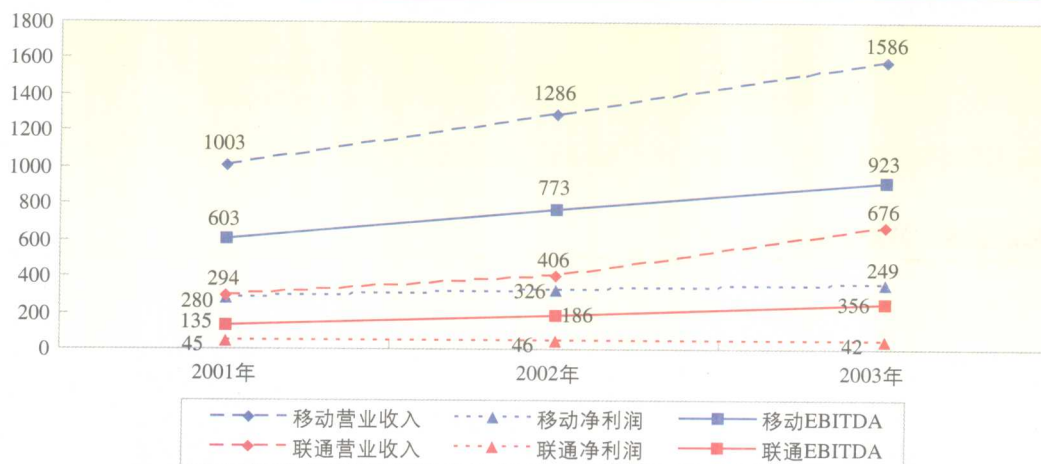
- ◆ 中国移动继续领跑，专业经营创造辉煌。在短信与数据等新业务的推动下，2003 年中国移动用户数、业务收入双双高速增长，而且以“动感地带”品牌的推出为标志，中国移动在市场细分与品牌塑造方面全面领先国内同行。
- ◆ 中国电信锐意创新，新兴业务支撑发展。一直饱受固话低迷之苦的中国电信依赖宽带业务与无线市话小灵通业务的拓展，在业绩上取得了明显的进步，旗下上市公司净利润取得了 252.6% 的飞速增长。
- ◆ 中国联通战略转型，CDMA 开创新局面。2003 年中国联通转售寻呼业务，暂缓发展固话业务，集中资源全力经营 CDMA，在 CDMA 业务上取得了利润扭亏为盈与收入翻番的佳绩。
- ◆ 中国网通内部整合，跨国运作蓄势待发。中国网通基本完成内部整合，北方公司、南方公司与国际公司三驾马车表现迥异。北方公司在宽带与小灵通业务支撑下业绩不俗，南方公司则陷入高投资、低回报的窘境，收购亚洲网通为国际公司的跨国运作埋下伏笔。
- ◆ 中国铁通改头换面，中国卫通前景不明。通过从铁道部划归国资委名下，中国铁通终于摆脱了定位不明、发展受限的尴尬局面，而中国卫通斥巨资并购中国联通早已衰落的寻呼业务，为自身发展背上沉重的包袱。

我国电信运营市场“五加一”竞争格局示意图



中国移动与中国联通赢利情况比较图

单位：亿元



资料来源：中国移动与中国联通 2003 年年报
 注：EBITDA 为利息、税项、折旧及摊销前盈利。