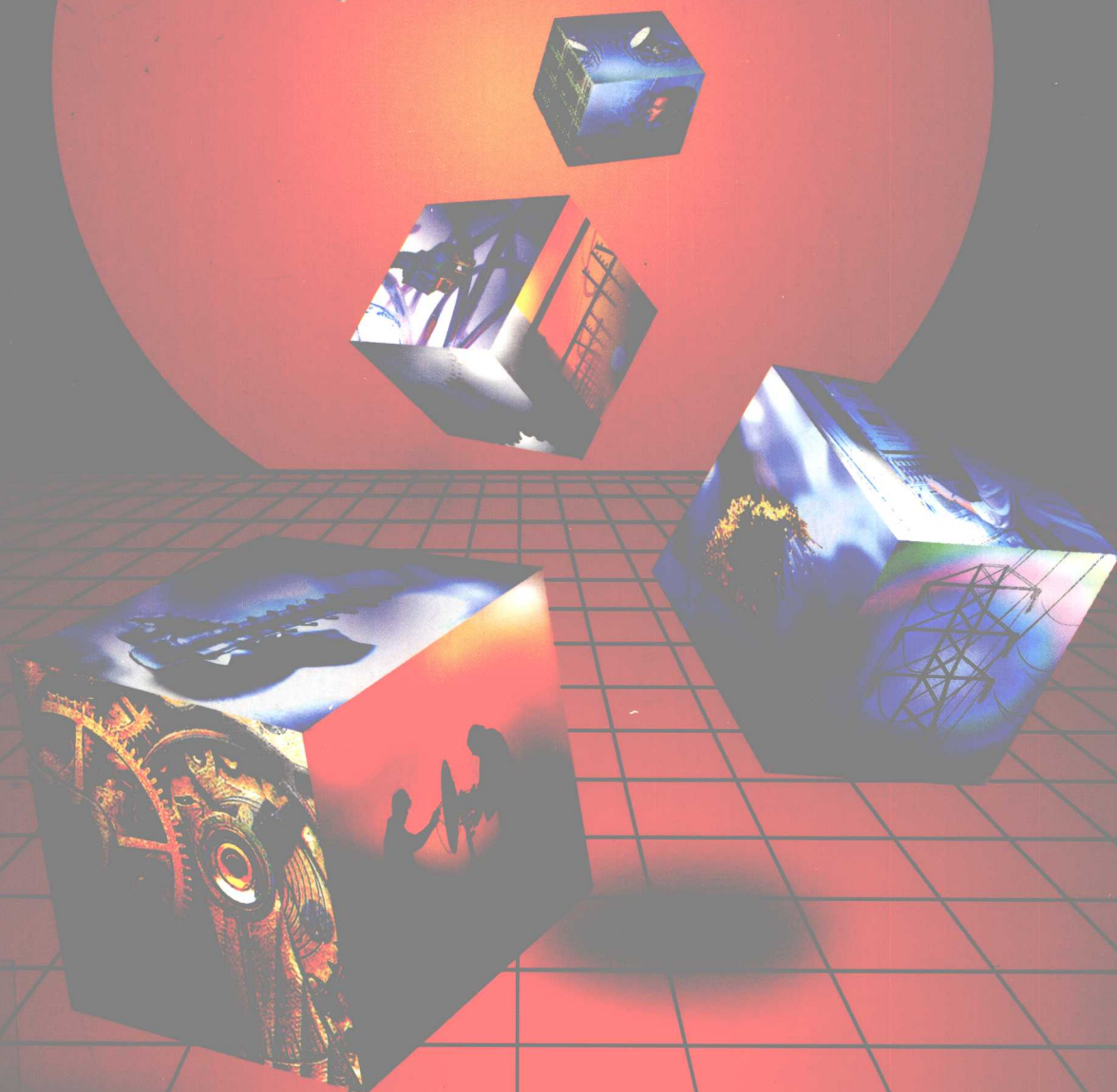


国际商务信息指南

全球工程机械

企业 · 产品 · 市场要览

Global Construction Machinery
Enterprises & Products & Market Guide



机械工业出版社

机械工业信息研究院
装备制造业情报研究所

编著

全球工程机械

企业·产品·市场要览

机械工业信息研究院 编著
装备制造业情报研究所



机械工业出版社

京工商广临字 200210083 号

随着我国经济高速增长和基础设施建设的广泛开展,我国已经成为全球工程机械市场中需求增长最强劲的地区之一。中国加入了 WTO,市场将进一步开放,从而工程机械产品进出口业务将日益扩大,工程机械制造业的国际合作与交流将日益频繁。为此,我国各行各业的企业事业单位,包括工程机械的使用、制造、销售、租赁、维修、配套、科研、开发和各类中介服务等单位,都迫切需要及时掌握工程机械产业、市场、企业的最新发展情况和准确的企业联系信息。本书集市场分析报告、产业研究报告和企业名录于一体,旨在为广大用户和读者提供内容详实、准确、新颖的国际商务交流信息。

图书在版编目(CIP)数据

全球工程机械企业·产品·市场要览/装备制造业情报研究所编著. —北京:机械工业出版社, 2003. 8
ISBN 7-111-10608-3

I. 全... II. 装... III. 工程机械—概况—世界
IV. F416.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 048193 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑:王丽滨 版式设计:霍永明 责任校对:王欣

封面设计:张建永 责任印制:王书来
保定市印刷厂印刷·新华书店北京发行所发行

2003 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

889mm×1194mm/16·20.375 印张·12 插页·598 千字

定价:198 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线电话(010) 68993821、88379646

封面无防伪标均为盗版

编 委 会

主 任 委 员:

中国工程机械工业协会

杨红旗 理事长

副主任委员:

中国国际贸易促进委员会机械行业分会

周卫东 副会长

中国机械工业联合会

杨学桐 副秘书长

天津工程机械研究院

李鹤鹏 院长

中国工程机械工业协会

茅仲文 副秘书长

编委会委员: (以下排名不分先后)

中国设备管理协会

郑国伟 副会长

中国国际贸易促进委员会机械行业分会

郭旭萍 副主任

中国国际贸易促进委员会机械行业分会

毕淑娥 高级工程师

中国工程机械成套公司

祁 俊 总经理

郑工集团

徐永庭 总工程师

广西柳工机械股份有限公司

黄旭就 总工程师

中国工程机械工业协会铲运机械分会

陈凯运 秘书长

中国工程机械工业协会挖掘机分会

陈正利 秘书长

中国工程机械工业协会专用配套件分会

马传伟 秘书长

中国工程机械工业协会工程起重机分会

沈永明 秘书长

中国工程机械工业协会机动工业车辆分会

苏恩一 秘书长

中国工程机械工业协会维修分会

孟 颖 秘书长

燕山大学机械工程学院

孔祥东 院长

项目策划: 何 发

编辑人员: 王丽滨 王建霞 许小群 赵智勇

责任编辑: 王丽滨

审 稿: 陈立高

广告负责: 刘勇

编制说明

由于经济的高速增长和基础设施建设的广泛开展,我国已经成为全球工程机械市场中需求增长最强劲的地区之一。中国已经加入 WTO,中国市场将进一步开放,从而工程机械产品进出口业务将日益扩大,工程机械制造业的国际合作与交流将日益频繁。为此,我国各行各业的企事业单位,包括工程机械的使用、制造、销售、租赁、维修、配套、科研、开发和各类中介服务等单位,都迫切需要及时掌握工程机械产业、市场、企业的最新的发展情况和准确的企业联系信息。

经过调查研究并广泛采纳业内人士建议,机械工业信息研究院装备制造业情报研究所与中国国际贸易促进委员会机械行业分会合作,郑重推出大型国际商务信息交流工具书——《全球工程机械企业·产品·市场要览》。本书为国内首创,集市场分析报告、产业研究报告和公司名录于一体,内容新颖、资料详实、信息准确。本书由装备制造业情报研究所编著,机械工业出版社出版。

《全球工程机械企业·产品·市场要览》全书分四个部分:市场篇、产业与产品篇、企业篇和名录篇。

市场篇、产业与产品篇文章的主要撰稿人是茅仲文,以及郑国伟和尹继瑶等。茅仲文撰写了大部分文章,郑国伟编写了市场篇的第三、四篇文章,尹继瑶编写了产业与产品篇的第八篇文章。

本书在编辑、出版的过程中得到了行业协会、研究所、生产企业以及业内专家的大力支持和密切配合,保证了本书内容的新颖性、可靠性和可读性。在此,我们对这些单位和专家表示衷心的感谢!书中难免有错误与不足之处,欢迎读者指正并提出宝贵意见。

机械工业信息研究院 装备制造业情报研究所
《工程机械企业·产品·市场要览》编辑部

总 目 录

编制说明

市场篇 1

全球工程机械市场分析 3

中国工程机械市场需求分析 10

“入世”对中国工程机械行业市场环境的影响与对策 17

中国工程机械进出口分析 20

产业与产品篇 23

全球工程机械制造业发展概况 25

国际挖掘机的生产和技术发展 32

国际装载机的生产和技术发展 37

国际推土机的生产和技术发展 47

国际轮式起重机的生产和技术发展 53

世界叉车的生产和技术发展 60

世界路面机械的生产和技术发展 67

世界压实机械制造业的行业格局及产品技术 75

全球工程机械产业兼并重组的现状与分析 81

企业篇 85

名录篇 103

附录 广告企业索引 318



A

市场篇

KOBELCO

市 场 篇 目 录

全球工程机械市场分析.....	3
一、全球工程机械市场总体发展趋势.....	3
二、主要热点市场和进出口贸易结构.....	5
中国工程机械市场需求分析.....	10
一、十年来中国工程机械产品市场发展走势分析.....	10
二、工程机械用户产业发展情况分析.....	11
三、2002~2005 年发展展望.....	14
“入世”对中国工程机械行业市场环境的影响与对策.....	17
一、入世后工程机械市场变化趋势.....	17
二、入世对工程机械行业的影响.....	18
三、应采取的措施.....	18
中国工程机械进出口分析.....	20
一、进出口情况与特点.....	20
二、需要重视的几个问题.....	22

全球工程机械市场分析

一、全球工程机械市场总体发展趋势

自 20 世纪 80 年代以来,随着西方发达国家大规模基础设施建设项目不断完善,工程机械产品市场需求增长开始减缓,产品结构发生较大变化。发达国家产品需求向小型化、多功能方向发展,而且增长速度相当快,例如,小型挖掘机产量发展到占挖掘机总量的 40%,滑移转向装载机产量占到装载机总量的 42%;但是在发展中国家,对大型、中型施工装备的需求量上升较快,两者均超过了平均增长幅度

的 1~2 个百分点。据美国商务咨询公司和英国工程机械咨询有限公司及欧洲工程机械年度报告提供的信息,1987~1996 年间年需求平均增长率为 5.8%,1996~1998 年间年需求平均增长率为 3.8%;2000 年总销售额达到历史新高,为 854 亿美元,其中不包括工业搬运车辆及西欧、北美的汽车起重机,如果包括叉车、工程起重机械在内,全球市场总销售额为 1350 亿美元。各地区市场需求变化情况详见表 1-1,表中统计分析的数据约占全球工程机械销售额 80%以上。从表中可以看出,工程机械的主要市场集中在北美、欧洲、日本及亚太地区。

表 1-1 全球工程机械产品市场需求变化情况

(单位:亿美元)

年 份	1987	1996	1998	2000	2001	增长率(%)			
						1987~ 1996	1996~ 1998	1998~ 2000	2000~ 2001
北美地区	110	197	219	260	232	6.7	5.4	9	-10.8
中南美洲	25	37	47	52	51	4.5	12.7	5.2	-1.9
欧洲	173	179	216	250	245	0.4	9.9	7.6	-2
非洲及中东	19	27	30	34	39	4	5.4	6.5	14.7
日本	56	160	112	98	93	12.4	-16.3	-6.5	-5.1
亚太地区	46	115	146	160	175	10.7	12.7	4.7	9.4
总需求量	429	715	770	854	835	5.8	3.8	5.3	-2.2

注:本表数据根据美国商务中心、金融时报和英国工程机械咨询有限公司提供的资料整理推算。

从国际市场发展趋势看,2000 年是市场需求量最好的一年,其中西欧、北美、亚太地区主要产品销售量均创出了历史最高,只有日本市场继续存在衰减趋势。西欧、北美、日本三大市场 2000 年和 2001 年主要产品销售情况详见表 1-2。表中由英国工程机械咨询有限公司和美国工程机械咨询有限公司提供的资料基本

相符。2001 年产品销售量出现大幅回落,其中市场销售量下降幅度大的有推土机、挖掘机、装载机、越野式自卸车等产品,下降率均在 10% 以上,说明今后几年工程机械市场要走入低潮。但是亚太地区仍然是工程机械发展的热点市场,保持连续增长,正在逼近北美、西欧市场规模。

表 1-2 西欧、北美、日本三大市场 2000 年和 2001 年主要产品销售情况

(单位:台)

地区与年份 产 品	西 欧 地 区		北 美 地 区		日 本		小 计		2001 年 变化率(%)
	2000	2001	2000	2001	2000	2001	2000	2001	
铰接式自卸车	2327	2508	1850	1605	80	65	4257	4178	-0.8
刚性自卸车	546	609	610	635	255	250	1411	1494	5.9
沥青摊铺机	1099	1187	2300	1915	431	330	3830	3432	-10.4

(续)

地区与年份 产 品	西 欧 地 区		北 美 地 区		日 本		小 计		2001 年 变化率 (%)
	2000	2001	2000	2001	2000	2001	2000	2001	
反铲装载机	17582	16724	28000	23800	10	10	45592	40534	-11.1
履带式推土机	1383	1539	12000	10000	1640	1380	15023	12919	-14
履带式挖掘机	19480	19545	15950	14475	32800	25050	68230	59070	-13.4
履带式装载机	532	591	1700	1350	205	175	2437	2116	-13.2
平地机	522	568	3750	3700	310	250	4582	4518	-1.4
小型挖掘机	40951	42032	10200	9500	29000	25180	80151	76712	-4.3
越野桅杆式自装卸车	2370	1961	3500	2400	—	—	5870	4361	-25.7
越野伸缩臂式自装卸车	19970	20179	12100	8500	17	20	32087	28699	-10.6
铲运机	21	26	800	577	30	30	851	633	-25.6
滑移转向装载机	12731	12870	71000	64100	1700	1490	85431	78460	-8.2
轮式挖掘机	10026	8302	700	600	200	180	10926	9082	-16.9
轮式装载机	21918	19274	15300	13625	9200	9600	46418	42499	-8.4
其中: ≤80 马力	10084	7859	1600	1425	5000	5110	16684	14394	-13.7
>80 马力	11834	11415	13700	12200	4200	4490	29734	28105	-5.5
合 计	151458	147915	179760	156782	75878	64010	407096	368752	-9.4
增长率 (%)	8	-2.3	-2	-12.8	4	-15.6	3	-9.4	—
占总销售量的百分数 (%)	37	40	44	43	19	17	100	100	—

1. 北美市场

主要集中在美国、加拿大地区。在 2000 年前的一段时期,工程机械得到高速发展,到 2000 年主要产品(不包括工程起重机、叉车及搬运车辆)销售量达到 179760 台,与 1999 年同位于历史新高。但是到 2001 年,工程机械销售量出现大幅度下降,2002 年仍为下降趋势。近几年来,反铲装载机、滑移转向装载机发展很快,逐步被市场接受,说明产品市场在转移。

2. 西欧市场

经过连续几年增长以后,2000 年主要产品销售量达到 151458 台,为历史最高水平。2001 年销量稍有回调,比上年下降 2%,但仍保持较高水平。市场好的原因主要来自几个方面:一是欧元逐步稳定,各国建立了对欧元的信心,投资项目增加,预算上升,引起设备采购量增加;二是较长时间的低通货膨胀和低利率,促进了借贷和融资效率,提高了商业信心;三是

租赁业务急剧增加,租赁公司积极进取,正在更新和增加设备。但是根据 OHR (Off-Highway Research) 分析认为,这种持续增长不可能保持下来,2001 年以后出现大幅下降是不可避免的。2002 年下降幅度已达到 12%,并引发世界工程机械市场的不景气。

西欧工程机械市场主要集中在法国、德国、英国、意大利四个地区,共占整个西欧市场的 70%左右,其次是西班牙。表 1-3 为西欧各国工程机械在西欧市场的份额。从表中看出,德国在 20 世纪 90 年代初期是欧洲最大市场,占 38%份额。东、西德统一以后,东部地区大量的建设项目需要工程机械,经过几年建设以后,从 1996 年开始明显下降,2001 年下降为 17%。相反,由于法国经济的好转,市场份额不断上升,由 12%增加到 20%。同样,意大利也呈上升趋势,英国稳中有降。

表 1-3 西欧各国工程机械在西欧市场的份额*

(单位: %)

年 份	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
法国	12	15	14	14	16	18	20	20
意大利	12	13	15	16	16	17	17	19
德国	38	31	27	25	24	22	21	17
英国	20	19	19	18	15	14	13	15

(续)

年 份	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
西班牙	3	4	4	6	7	8	8	8
葡萄牙	1	2	2	2	3	3	3	3
荷兰	3	3	3	4	3	3	3	3
比利时	2	2	3	3	3	3	3	3
爱尔兰	-	1	1	1	1	1	2	2
瑞士	2	2	2	2	2	2	2	2
丹麦	1	2	2	2	2	2	2	2
瑞典	1	1	1	1	2	2	2	2
奥地利	2	2	2	3	2	2	2	1
挪威	1	2	2	2	2	1	1	1
芬兰	-	1	1	1	1	1	1	1
合计	100	100	100	100	100	100	100	100

注：各分项百分比数已取整，故分项之和与合计数稍有出入。

3. 日本市场

自 1991 年市场滑坡以来，内需市场 1990 年为 16675 亿日元，到 2001 年下降为 8408 亿日元，一直没有好的转机。尽管日本政府采取相应的经济对策，增加公共建设投资，拉动内需，但是民用设备投资依然减少，就整个建设规模而言，并没有增长，但是下降趋势有所缓解。由于日本国内经济结构调整尚无成效，泡沫经济形成的债务沉淀，使大量金融机构无力投资项目，预计日本工程机械市场暂时不会好转。

4. 拉美市场

因阿根廷引发的金融危机已波及周边国家，乌拉圭、巴西、委内瑞拉等中南美洲地区，2002 年上半年工程机械市场也开始大幅下滑，前景暗淡。

综上所述，国际工程机械市场除了几个热点地区以外，2001 年开始普遍进入回落趋势，惟独中国市场正以强劲的势头发展。因此，世界上十几家跨国公司在 2002~2006 年新的发展战略中，都把中国作为开拓市场的战略目标。对此，国内企业既要利用中国工程机械产品性能价格比优势冲破出口压力，开拓国际市场，又要在利用外资的同时 有规模的企业必须把发展定位于国际市场的大环境，主动联合购并，努力发展规模，提高竞争力，才能有条件在世界市场一体化进程中确定自己的战略目标。

二、主要热点市场和进出口贸易结构

(一) 以印度尼西亚为代表的东南亚工程机械市场重新启动

自 20 世纪 90 年代以来，东南亚经济增长速度较快。“四小龙”曾经成为经济发展的亮点。但是由于泡沫经济影响，金融危机使这些地区财政陷入极度困难的境地。经过两年多来的经济整合，目前已开始走出低谷。

印度尼西亚（简称印尼）政府自瓦西德总统上台以来，不断加大投入，发展道路、电力、通信事业，为开发资源和扩大出口创造条件，工程机械需求量明显上升。但是印尼基本没有工程机械制造业，所需工程机械全靠进口。目前，在印尼市场上国际工程机械厂家主要是美国的卡特彼勒，日本的小松、日立、三菱重工等企业，其产品有挖掘机、装载机、压路机、平地机及少量的推土机等。市场主要集中在印尼的爪哇岛和苏门达拉岛。这些公司的产品质量和技术水平明显高于中国产品，用上 4000~5000h 都无需进行大修理，而且代理商工作和零配件供应点及宣传广告等方面都做得很好，有标志明显的维修服务车，随时为用户服务。不过，其产品价格比中国产品价格平均高二倍多，用户反映买它们的机器无后顾之忧，不延误工期，作业效率高。

在印尼市场，中国工程机械厂家也开始参

与激烈的市场竞争,主要产品有徐工集团的压路机和少量的装载机,上海东风集团的压路机,西安筑路机械厂的沥青摊铺机,常林股份有限公司的轮式装载机,长治液压件厂的碎石机及其他混凝土机械等。其中,徐工集团的压路机最多,约有 300 多台,常林股份有限公司长岭牌装载机有 200 台左右。合力叉车在印尼设立了组装厂,叉车已批量进入印尼市场。因此,在印尼形成以中、美、日三家为主的竞争格局。

(二) 以土库曼斯坦为代表的中亚经济发展,成为工程机械新的热点市场

前苏联解体后,独联体中亚国家开始致力于本国工业化经济发展,土库曼斯坦就是其中的典型代表,充分利用本国资源,走开放发展之路。

土库曼斯坦在前苏联时期,曾以生产优质长绒棉闻名于世,其产量占前苏联的三分之一。因此,棉花生产在土库曼斯坦的经济发展中占主导地位。前苏联解体后,由于土库曼斯坦有着丰富的石油天然气资源,因而迅速改变了原来的经济发展方向,转而确立了以石油天然气生产为主导的经济发展战略。

土库曼斯坦国土面积 48.8 万 km²,其中 40 万 km² 范围内含有大量的油气资源,再加上新发现的黑海大陆架的油气,全境内 80% 以上的领土和水域中含有油气资源。目前已探明 150 多处石油资源,达 70 亿 t 以上,天然气达 23 万亿 m³。

土库曼斯坦 1991 年独立以来,尼亚佑夫总统即企盼将自己的国家建成中亚的“科威特”。经过数年的规划,最终制定了全面引资、大力开发油气资源的经济发展战略,到 2020 年,石油产量将达到 8000 万 t,天然气产量也将达到 2300 亿 m³。目前已有中国、美国、日本、沙特、伊朗、俄罗斯、土耳其和意大利等国家的数十家大公司与土库曼斯坦签定了油气开发和生产协定,主要工程项目有:

(1) 土库曼斯坦、日本和中国投资 120 亿美元,兴建一条长 6250km 自土库曼斯坦经中亚国家、中国至太平洋的天然气管道。

(2) 土库曼斯坦、伊朗、土耳其、保加利亚、日本及西欧国家共同投资 100 亿美元,兴建一条长 5200km 自土库曼斯坦经土耳其、保

加利亚至西欧的天然气管道。

(3) 土库曼斯坦、美国、巴基斯坦等国合作兴建一条长 1300km 自土库曼斯坦经阿富汗、巴基斯坦至印度洋的天然气管道。

(4) 土库曼斯坦、伊朗和阿拉伯银行合作兴建一条长 685km 自土库曼斯坦经伊朗至波斯湾的输油管线。

此外,土库曼斯坦政府还采用许可证和国际招标方式,向外国公司推出了包括土库曼斯坦黑海大陆架在内的 8 个大型油气田开发计划。如果这些计划逐步实现,到 2020 年以后,土库曼斯坦的油气田年收入将达到数千亿美元,真正成为中亚地区的“科威特”,工程机械市场将在那里大有可为。

(三) 阿联酋工程机械市场迅速发展并形成小区竞争热点

改变过分靠石油收入,建立多元化经济是阿联酋经济结构调整的长远目标,也是阿联酋经济发展的跨世纪目标。1997 年阿联酋政府和经济计划部制定了发展非石油经济的宏伟计划,并逐步得到实施。

随着国家经济的发展,对电力的需求与日俱增。为此,阿联酋政府决定利用丰富的天然气资源发展电力工业。阿联酋制定了 2010 年电力发展规划,按照这一规划,塔维拉电厂于 1998 年并网发电。到 2000 年海港电站二期工程和塔纳山一期工程将相继竣工,新增发电量 690MW。到 2010 年阿联酋发电总量将达到 4100MW。此外,阿联酋还注重利用本身能源和资金充足的优势发展炼铝和炼铁等高能耗工业以及资本密集型的高附加值产业,鼓励私人 and 外商投资建设水泥厂、面粉厂、塑料厂、管材厂、矿泉水厂等。目前非石油工业企业的产值已占国内产值的 6.1%。

在经济多元化方面,阿联酋着重给予在自由区和工业区中的投资者更多的优惠政策,政府鼓励在自由区建立贸易和仓储加工工业公司。目前,阿联酋已有 11 个工业投资区,正在建设的还有 3 个投资区。与此同时,阿联酋正在加紧建设 6 个现代化的自由贸易区,其中阿布扎比萨迪亚自由贸易区规模最大,该自由贸易区投资 33 亿美元,建有储藏能力 930 万 t 货物的仓储中心,货仓包括粮仓、低温仓、冷冻

仓, 液体仓和贵重金属仓等。这些项目的启动和建设, 引来了许多工程机械制造厂商前来投标、销售产品、承揽工程项目。

(四) 发展中的非洲市场

1. 埃及制定新世纪发展蓝图, 工程机械市场前景看好

埃及政府在新世纪到来之际, 提出一个宏伟计划, 将大力改善埃及人民的生活, 使社会得到全面发展, 使埃及赶上时代的发展步伐。

为了达到这个目标, 埃及政府已着手筹划一些全国性的大工程。其中一个计划是开发新河谷, 扩大耕地面积, 大批移民将迁离世代生存的尼罗河谷, 重新改变埃及的人口分布状况, 该计划的核心是向新河谷地区提供足够的尼罗河水。工程完成以后埃及将首次在西奈地区开发 62 万费单 (1 费单相当于 4200m²) 的耕地, 在上埃及的图仕卡开垦 50 万费单可耕地, 并在沙克奥外奈特开发 20 万费单耕地。在苏伊士湾和上埃及建立自由贸易区及工业区的计划, 将是埃及在 21 世纪要完成的重点计划。因此, 在埃及土石方工程机械和混凝土机械将有较好的市场发展前景。

2. 赞比亚要大力发展公路建设

赞比亚是一个拥有 75 万 km² 土地, 1000 万人口的非洲内陆国家。交通运输主要靠铁路和公路, 公路总长 6.6 万 km, 其运输量占国内客货运输总量的 15% 左右。长期以来, 由于重使用轻养护, 赞比亚的大部分公路年久失修, 处于残破不堪的状况。据赞比亚政府 1995 年对全国道路进行的一项调查显示, 处于完好状态的公路仅占全国公路的 20%。此外, 许多农村地区至今仍处于与世隔绝的封闭状态。在全国推进经济改革的同时, 赞比亚政府于 1997 年推出了道路整改计划, 准备在 10 年中耗资 8.6 亿美元, 用于全国公路网的新增、改造和养护。

在 2000 年 2 月举行的赞比亚道路建设十年规划研究会上, 与会的 250 名专家来自数十个国家、代表 160 多家公司。会上介绍了各国、各公司的道路建设经验和先进的筑路机械产品, 表现了参与赞比亚道路建设的热情。赞比亚也是中国在非洲投资额最多的国家, 至 1999 年, 已经达到 11 亿美元。参与赞比亚建设, 中国工程机械将有较好的市场前景, 也将对非洲

内陆市场产生辐射影响。

3. 南非改善投资环境和工程机械市场大举启动

南非是非洲经济最发达, 现代化程度最高的国家, 仅仅占非洲总面积 4% 的南非, 钢产量占非洲的 83%, 煤产量占非洲的 97%, 发电量占非洲的 50%。南非拥有非洲 69% 的铁路运输量, 32% 的汽车量。人均国民生产总值超过 4000 美元。

南非投资政策优惠, 主要体现在区域工业发展计划, 该计划鼓励国际投资者到大城市以外的地区开厂置业, 以求全国工业均衡发展。政府对每个提案以 100 万兰特 (南非货币), 发给 100% 的迁厂补助费, 包括运输、关税及安装费用。投资人可以直接向各地的开发公司提出具体申请, 仅此优惠而言, 对于那些在兼并、改组或技术更新改造过程中, 形成相当的闲置设备和技术力量的中国中小企业, 如果其产品适合南非, 尤其是适合黑人消费市场结构和需求的话, 正是一条积极可行的求生存谋发展之路。南非政府为促进外资企业发展, 除具有某些发展中国家实行的出口鼓励政策, 如优惠的出口退税、出口补贴、运输补助等措施外, 还有“利润奖励”等办法。对于新成立或扩展的第二产业企业, 从事制造、加工或组装且增值率不低于 25% 的企业, 可获南非免税补助, 其额度相当于建立后头两年固定资本金的 10.5% (最多为 1.5 亿兰特), 还有“三年免税”的优惠待遇。国际企业在南非投资设厂, 土地、建筑和厂房租赁费实行最长为 25 年的减让; 经批准的科研开发费用给予免税; 由南非境外的控股公司提供给南非分公司的贷款, 其利息免税; 为正式雇员建房开支的贷款成本予以相当比例的分年度补贴。在南非投资, 公司组织形式高度自由, 独资、合资、合伙、合营、私营、股份制、股份公开或不公开等各种形式均可采用, 对外国人的出资比例也没有限制, 可以全部内销或全部外销, 外销产品可以给予免税出口津贴, 额度最高可以达到出口商品离岸价的 19%。南非政府还对企业派遣人员出国进行市场调研, 邀请外国采购团来访给予补贴, 包括对机票、住宅、咨询等费用的津贴。由于南非投资环境的改善, 中国工程机械产品对南非的出口也与日俱增。两年来, 出口增长速度达到 20%

以上。有的企业还准备在南非办厂以南非为基地, 扩展在非洲的工程机械市场。

(五) 拉美工程机械市场的特点

1. 市场容量大, 是一个发展中的大市场

巴西是拉美第一大国, 有较雄厚的工业基础, 长期以来形成了门类众多的工业体系。巴西机械产品进口市场多年保持在 30~40 亿美元的规模。除巴西外, 拉美其他国家的机械工业都不是很发达。

阿根廷是农牧业国家, 主要工业产品为食品、钢铁、化工、石油, 它们的工业总产值占国内生产总值的 40%。智利的工业主要为轻工业和加工业, 大部分工业产品和生产资料依赖进口。拉美除巴西以外, 其他国家, 如阿根廷和智利都不能生产和制造工程机械等大型机电产品, 全部靠进口原装整机。阿根廷工程机械年进口金额约两亿美元。因此, 机电产品在拉美国家有较为广阔的市场。但是, 大多数拉美国家因高债务和高利息贷款两大金融隐患, 终于在 2001 年阿根廷首先引发了金融危机, 目前已波及到乌拉圭、委内瑞拉、巴西等。货币贬值, 没有付款能力, 银行信誉下降。2002 年上半年开始, 造成工程机械市场大幅下降, 恢复市场预计要 2~3 年的时间。

2. 市场品位高

由于各国居民贫富悬殊, 拉美市场对消费类产品有不同档次的要求, 但对于资本及投资类产品则基本遵循名牌、高价原则。长期以来, 拉美机电产品市场一直被欧美大的跨国公司所垄断, 几乎世界上所有大的汽车公司、工程机械知名企业均在巴西建有生产或组装厂, 如工程机械行业的卡特、小松、沃尔沃、凯斯、菲亚特等在巴西都设有组装厂。在阿根廷工程机械市场上, 约有 40% 为美国卡特公司的产品, 日本小松公司的占 15%, 美国凯斯公司的占 10%, 其余市场份额主要为迪尔、P&H、DYNAPAC、JBC、韩国现代与大宇等公司的产品占据。由于物价昂贵, 人工费用高, 因而各种产品的市场价格较高, 加上本地没有生产厂家, 各大名牌厂商人为抬高市场价格, 许多产品售价要高于欧美。如卡特 5t 装载机在阿根廷的市场价达到 13 万美元, 另加 IVA (附加税), P&H 16t 汽车吊价格达到 15 万美元, 另加 IVA。

因此, 对于中国工程机械产品进入拉美市场在价格上占有极大优势。但是近年来, 许多用户为回避高价产品, 又开始转向欧美的二手名牌设备, 对于中国工程机械产品进入拉美市场又形成一定的威胁。

3. 市场风险大, 习惯于分期付款

拉美人习惯借贷, 不仅政府外债累累, 个人也是靠先消费后还贷过日子。在商品买卖过程中形成了分期付款 (加息) 的特殊做法。小到一双鞋, 大到几万、几十万的机器, 都可分期付款购买, 买主宁愿付很高利息分期付款来购买自己所需商品。大型机械产品价格高, 相对来说放账期限较长, 如 DYNAPAC 压路机登广告放账 24~36 个月, 一般放账月息在 1% 左右。由于多数拉美国家较小, 市场需求不大, 机电产品进口商和经销代理商资本小, 每年的经营额一般平均为几百万美元, 而且品种多, 批量小, 没有具备垄断市场能力的大客户, 承担风险的能力不强, 支付条件较差, 因此进口机电产品一般都采用分期支付、卖方信贷方式。例如, 墨西哥为 D/P360 天, 智利习惯于 D/P180~300 天。大型成套设备付款期一般为 8~10 年, 批量较大的机电产品进口通常采用招标方式, 付款期一般为 3 年。

4. 市场变化快, 贸易政策多变

随着世界经济区域化的发展, 共同体市场对进口产品的控制越来越严, 各国政府贸易及关税政策经常变化。如东南亚金融危机波及拉美, 为保护本国市场, 维持货币的稳定性, 拉美主要国家, 包括巴西、阿根廷均采取增加税赋, 取消优惠关税等限制措施。如 1995 年前阿根廷政府进口工程机械的关税为零, 到 1995 年后变为 10%, 1996 年 10 月增至 14%。最近巴西政府出台了包括 56 项措施的“一揽子”计划, 旨在增加税赋, 削减开支, 其中包括取消优惠关税, 提高 3000 种商品税率。阿根廷政府提高了进口关税, 从 1997 年 11 月 29 日起, 要求所有进口商品均出具 SGS 认证, 涉及 1800 种商品, 此外还需有阿根廷使馆的原产地证明。智利也提出, 从 2001 年开始严格进口标准, 对汽车排放量等指标均将加以控制。

5. 成套设备进入拉美市场难度大

一般说来, 工程机械等成套设备进入拉美市场必须经过投标。由于拉美各国政府中有的

部门存在腐败现象，因此投标项目必须有当地企业参与且与政府有较密切关系，否则中标的可能性很小。

除上述热点地区以外，南亚的印度和巴基斯坦工程机械制造业能力很薄弱，但经济发展

开始进入稳定发展阶段，进行经济结构调整，发展基础产业。例如，印度计划在 2002 年之前，需私人投资 2000 亿美元，用以发展电力、港口、道路及电信产业，为工程机械提供了广阔的市场。

中国工程机械市场需求分析

工程机械, 概括地说, 就是指土方工程、石方工程、交通建设工程、水利电力建设工程、矿山建设、建材开发作业、流动式起重装卸作业(即非固定地点作业与物料搬运)、各种建筑工程的机械化施工作业及其混凝土生产等所需的机械装备。中国工程机械产品包括的范围与其他国家相比, 还有电梯、叉车(工业搬动车辆)、铁路线路和军用特供工程机械等产品。工程机械的发展与国家经济现代化发展和基础设施建设水平息息相关。工程机械行业是否先进发达, 直接影响到交通运输、能源、原材料、农林水利、建筑业和国防等领域的建设与发展。由此可见, 工程机械是国家进行现代化建设的主力军和先行官。有无发达的工程机械制造业, 已是经济强国和发达国家的重要标志之一。在发展相关的产业中, 工程机械产品具有重要的、不可替代的作用。当前中国正由发展中国家向中等发达国家转型, 大量的基础设施工程、城市化工程、物流现代化工程等建设进入高峰期。这是带动工程机械产业高速发展的根本原因。这些相关产业的发展和投资规模变化情况, 以及中国加入“WTO”以后的国际环境及其对策, 基本决定了中国工程机械产业的发展特性。

一、十年来中国工程机械产品市场发展走势分析

从“八五”计划开始, 是中国改革开放以来, 全社会固定资产投资开始大幅增长的时期, 1991年固定资产投资仅为5510亿元, 到1992年, 从中央到地方, 当年投资达到近万亿元, 2000年达到了4万亿元。在与工程机械发展密切相

关产业中大批建设项目启动, 特别是工业建筑和房地产建筑业进入高成长期, 从而带动了工程机械市场的大发展。十年来工程机械行业发展走势分析见表2-1和表2-2。其中表2-2为1992~2002年工程机械(不包括电梯产品在内)的发展走势。2002年的工业总产值和销售收入数据是根据当年上半年主要企业报表统计预测的。从表2-1看出, 1992年和1993年工程机械产品销售额增长率分别达到了40%和56.3%。这两年产品供不应求, 销售价格不断攀升, 企业销售收入远远高于当时的销售产值。但是, 1993年通货膨胀已经比较严重, 金融利率高、“三角债”加剧, 经济发展过热现象开始显露出来。从1994年开始, 国家为防止经济过热, 抑制泡沫经济的形成, 及时加强了宏观调控力度和实行货币从紧的政策, 实施了一系列使经济过热软着陆的措施, 工程机械大部分产品产、销量开始下降, 库存量加大。同时, “八五”计划期间中国为扶植工程机械行业发展, 国家和地方投入了40亿元大量资金进行技术改造, 提高技术水平和扩大生产能力, 但是由于市场回落, 从而出现生产能力过剩, 加重了企业的贷款负担, 连续三年企业经济效益出现负增长。1997年开始有所回升, 主要产品销售额比上年增长7%, 由于产品价格竞争加剧, 经济效益还是下滑。1998年下半年开始, 受国家基础产业建设投资拉动, 市场开始好转, 直到1999年开始, 连续三年继续保持高速增长的状态。根据2002年上半年的企业报表分析, 2002年工业总产值和销售额均创出历史新高, 增长率约达到30%以上, 企业的销售利润也开始大幅增长。从这种走势情况分析, 说明工程机械

表 2-1 1992~2002 年中国工程机械行业发展走势

年 度	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
工业总产值/亿元	209	296	282	278	286	303	331	400	467	552	745
值不变价年增长率(%)	30.3	41.6	-4.7	-1.4	2.9	5.9	9.2	20.8	16.8	18.2	35
销售收入/亿元	263	411	350	343	316	340	350	420	480	560	724
年增长率(%)	40.0	56.3	-15	-2	-7.9	7.6	2.9	20	14.3	16.7	29.3

表 2-2 1992~2002 年中国工程机械行业发展走势 (不包括电梯)

年 度	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
工业总产值不变价/亿元	160	224	199	193	198	216	231	290	339	430	560
年增长率 (%)	33.0	40	-11.2	-3	2.6	9.1	6.9	25.5	16.9	26.8	30.2
销售收入/亿元	208	330	255	242	212	233	236	293	341	390	524
年增长率 (%)	42.0	58.7	-22.7	-5.1	-12.4	9.9	1.3	24.2	16.4	14.4	34.4

与基本建设投资拉动影响极为密切,同时产品价格也在发展变化,特别是装载机、叉车、商品混凝土机械、塔式起重机等产品低价竞争比较突出,价格逐渐下调,进而出现销售收入普遍低于销售产值,利润率下降,给行业发展、科技进步造成一定影响。

在全国推进城镇化建设的同时,大中城市的旅游宾馆、酒店公寓、写字楼、大型商业楼、

超市和居民住宅小区的建设迅速发展,促进电梯、扶梯产品市场的迅速增长,产品供不应求。2002 年电梯销售量将要突破 5 万台。电梯行业生产与销售收入增长情况见表 2-3 所示。从中看出,电梯行业十年来一直是上升趋势,近三年来增速加快。从目前进口量不断上升情况看,今后两年市场仍然比较火爆。

表 2-3 1992~2002 年中国电梯产品发展走势

年 份	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
产量/百台	160	240	280	290	297	285	302	325	375	437	516
工业总产值 不变价/亿元	48.8	72	83	85	88	87	100	110	128	149	186
销售收入/亿元	54.4	81	95	101	104	107	114	127	139	170	200

二、工程机械用户产业发展情况分析

1. 铁路建设

“九五”计划期间铁路建设实际完成投资 2600 多亿元。“十五”计划期间,国家铁路和合资铁路建设规模为:新线 6000km,既有线复线 3000km,既有线电气化改造 5000km,地方铁路建设规模 1000km 左右。“十五”计划期间投资计划达到 3000 亿元,平均每年 600 亿元。所需的施工装备投资占铁路建设投资的 10%以上,每年所需施工装备约 60 亿元左右,其中一级施工单位采购量将达到 35 亿元以上,特别是青藏铁路建设,对施工装备的要求很高,基本以机械化施工作业为主,工程机械的采购投资比例将更高。

2. 公路建设

“十五”计划期间计划新增公路里程 25 万 km,每年要新增 5~6 万 km,其中国家重点干线 7.3 万 km。“五纵七横”是国家重点干线的主骨架系统,总里程 35000km,已建成 18000km。“十五”计划期间要完成 1 万 km,至“十五”计划期末要完成总程的 75%,其余

25%要求在 2007 年全线贯通,比原计划 2010 年提前 3 年完成,因此,从现在开始每年约用 2000 亿元投资完成主干线建设。“十五”计划以后,在国家主干线的基础上再行加密,把全国所有地级市连接起来,使干线、公路形成网络,总投资 1.5 万亿元以上,用 20~30 年时间建成。

到“十五”计划末期全国高速公路里程达到 25000km,到 2002 年已经完成 17000km,还将继续建设 8000km。“十五”计划后三年每年还有 2000km 高速公路的建设任务。包括地方投资,每年要投入 2000 亿元以上资金用于高速公路建设。

公路建设高速发展,继续拓展出中国的工程机械市场,“十五”期间每年用于公路建设的路面机械设备和路基施工机械投资在 120 亿元以上。除了路面机械以外,其中对土石方工程施工用的挖掘机、推土机、装载机及隧洞、桥梁建设装备、工程起重机等产品带动性比较大。值得注意的是,目前高速公路里程已经达到 17000km,一级公路近 20000km,路面修复和养护任务逐步显现出来,特别是有些施工质量较差的路段,通车两年就进入维修。因此,在发展路面施工机械的同时,还要尽快发展各种