

农机动态

AGRICULTURAL MACHINERY DYNAMIC

主办单位：中国农业机械流通协会 总第157期



省时省力

梦想触手可及

沫河系列26-120马力
全配置拖拉机

无级变速 动力换挡
道依茨法尔系列140-400马力高端智能拖拉机



2014. 11

山东常林道依茨法尔机械有限公司
Shandong Changlin Deutz-Fahr Machinery Co., Ltd

电话：0539-6361577 传真：0539-6260622
网址：www.changlindeutz-fahr.net



五征农业装备



五征农业装备
WUZHENG
中国农机手大赛战略合作品牌

4YZP-4型 自走式
四行玉米收获机



雷诺曼系列 四驱轮式拖拉机
145~230马力



山东五征集团有限公司农业装备事业部

SHANDONG TIRBUL EQUIPMENT DIVISION, SHANDONG WUZHENG GROUP CO., LTD.

地址：山东省日照市北经济开发区五征汽车城
邮编：262306 电话：0633-5329999 传真：0633-5323562



客户服务
400-6582-999
www.wuzheng.com.cn

For Earth, For Life
Kubota

久保田

全力实现您的致富梦想





2015年东北三省 农机产品展示交易会

3月24日隆重开幕 展期：2015年3月23日—25日

邀请函



扫码关注展会微信



主办单位：

黑龙江省农业机械流通协会
吉林省农业机械流通协会
辽宁省农业机械流通协会

协办单位：

黑龙江省农业机械化技术推广总站
黑龙江省农业机械工程科学研究院
黑龙江省农业机械试验鉴定站
黑龙江省新闻广播媒体

支持单位：

黑龙江省农业委员会
黑龙江省农业机械化管理局
黑龙江省农垦总局农机局

承办单位：

黑龙江省农业机械有限责任公司（原黑龙江省农业机械总公司）
黑龙江省汽车农机大市场

地址：哈尔滨市松北区松北大道76号

邮编：150028

联系人：曾杰 张帆 石宇驰

电话：0451-88106887 88106110 88106890

手机：13633615515 15145089689

传真：0451-88072777

网址：<http://www.hlj-am.com.cn>

E-mail：hljsnj@126.COM

热线电话：4006548777

户名：中国银行哈尔滨松北支行 联行行号：104261004009

账号：165212635972

农机动态

2014年第十一期 (总第157期)

Sponsor 主办: 中国农业机械流通协会

Editor in Chief 主编: 张华光 Zhang Huaguang

Associate Editor 副主编: 潘超 Pan Chao

马春 Ma Chun

赵丽蓉 Zhao Lirong

Special Adviser 特约顾问: 王广宁 Wang Guangning

Special Support 支持单位: 山东常林机械集团股份有限公司
(按笔画排序 排名不分先后) 河北中农博远农业装备有限公司
奇瑞重工股份有限公司
常州东风农机集团有限公司
福田雷沃国际重工股份有限公司

Address 地址: 北京市西城区月坛南街26号3029室

Zip Code 邮编: 100825

Tel 电话: 010-68596528 010-68530027

E-mail 邮箱: camdaxzxb@163.com

Web 网址: www.camda.cn

Layout Designer 排版: 《当代农机》期刊社

Printing 印刷: 北京墨阁印刷有限公司

如有印装问题, 本刊负责调换

目 次

卷首语

- 4 企业靠什么弯道超车

风向标

- 5 中央通过有关农民股份合作和农村集体资产股份权能改革试点方案
5 世界银行预测 2015 年非洲经济增长率将达 5.2%
6 中央经济工作会议召开在即 土地改革将朝四方方向迈进
6 一号文件预热 “土改” 概念股启动

会员风采

- 7 多方位开展协会活动 全面推进“农机流通服务品牌工程”和行业诚信体系建设发展
/ 中国农业机械流通协会党委书记、会长 毛 洪
- 14 2014 中国国际农业机械展览会胜利闭幕 AMC 项目受邀参展广受热捧
- 15 创新智慧点亮市场梦想 勃农 330 玉米脱等新产品千锤百炼凸显火爆
/ 黑龙江省农机有限责任公司 陈岐山
- 17 东方红国 3、国 4 柴油机在武汉国际农机展精彩亮相 / 一拖（洛阳）柴油机有限公司 崔梦河
- 18 福田雷沃重工 2 亿元海外订单交付 / 福田雷沃国际重工股份有限公司 王晓亮
- 19 山东大华再摘桂冠 / 山东大华机械有限公司 朱 鹏
- 20 一枝独秀看时风
- 23 携手勇猛机械 共成长共辉煌
- 24 保障 APEC 峰会——200 余台玉柴发动机开足马力
- 25 约翰迪尔、哈银金融与龙江农机三方共议农机租赁销售
- 25 中联重机设立欧洲研发中心



市场直通车

- 26 今年市场变脸，明年意欲何为——2014~2015 年中大型拖拉机市场综述与展望
- 31 市场稳健推进，需求酝酿变局——2014~2015 年收获机械市场综述与展望
- 35 走势波澜不惊，需求升降分明——2014~2015 年低速汽车市场综述与预测
- 39 10 月份 PMI 显示：指数有所回落，走势基本正常
- 40 2014 年 1~10 月份农机行业运行简报
- 41 CAMDA 中国农机市场景气指数 (AMI) 商务报告

数据斋

- 45 2014 年 1~10 月工业生产者出厂价格指数 (分行业)
- 45 2014 年 1~10 月工业生产者出厂价格指数 (分产品)
- 46 2014 年 1~10 月主要农机产品产量汇总表
- 46 2014 年 1~10 月农机行业出口交货值汇总表
- 47 2014 年 1~9 月全国机械行业进出口汇总表
- 47 2014 年 1~9 月手扶拖拉机出口一览表
- 48 2014 年 1~9 月轮式拖拉机出口一览表
- 48 2014 年 1~9 月联合收割机出口一览表
- 49 2014 年 1~9 月谷物播种机出口一览表
- 49 2014 年 1~9 月犁出口一览表
- 50 2014 年 1~9 月低速汽车产销情况



营销新干线

- 55 认清身边最好的资源
- 55 老板的致命错误
- 55 优秀部门经理每日必做 7 件事
- 55 管理的五层境界
- 56 经销商营销制胜的四把利器

它山之石

- 58 从库存生产模式到快速响应模式

企业靠什么弯道超车

中国农机行业在经历前10年那个火红年代之后，进入常态化。常态化所表现出来的一个突出特征即市场进入弯道，大众农机产能严重过剩，刚性需求走弱，利润下降，一些企业退出甚至倒闭。这不仅对大家耳熟能详的拖拉机、小麦、水稻收割机市场如此，即使对处于成长期的玉米收割机市场也是如此。前不久，一家供应商告诉笔者，河北省今年80多家玉米收割机企业“退市”。笔者认为，他们这样做是智慧的，他们知道急流勇退，懂得市场大环境已经不再支持其生存。

众所周知，在短缺背景下发展起来的中国农机行业，过热之后必然出现供给过剩。当经济回归常态后，必然有许多企业或者转变经营模式，或者主动退出竞争，否则，就有可能“一夜回到解放前”。

当今的农机市场，发展机遇正被压缩在狭小的空间里，留给企业的只有一条路：拼实力、拼管理、拼创新，最终体现到拼产品质量与品质上。那些该“弃”，那些该“转”，那些只能“保本”经营，自己必须有一个清晰的认识。在市场激情四射的时代，许多中小型企业可以不做品牌、不做营销、甚至不做服务，仅靠公关和销售就能“横行”天下，所向披靡。因为那个时代市场需求旺盛，是产品就有市场，搭上政策的车就可以发财。当市场风光不再，热度悄然退去，仅靠公关和销售再也无法独善其身之时，如果一些企业尚不自觉，依然躺在已有成功经验的温床上继续其春秋大梦，最终的结果不言而喻。

企业靠什么弯道超车？

中小型企业，思考更多的是寻找生存空间和生存的根本理由。即在产品上要做到小而精、小而专，所谓“精”，一是精巧，一是精干。在市场运作上要精巧，在内部管理上要精干。所谓专，一是专心，一是专注。在产品定位上要专心，在目标市场构筑上要专注。

一方面，与龙头企业或者强势品牌在市场上形成互补，最大限度通过学习和模仿缩小差距。另一方面，要找到并且专注于自己的目标市场，形成局部优势。弘扬共产党创业初期的思想，建立稳固的根据地，使之成为属于自己独具特色的区域利基，形成局部优势，然后才能“星星之火，可以燎原”。

对于中小型企业来说，必须放弃一夜暴富思想。对于大企业，恰恰相反，必须去追求超额利润。而只有那些市场的塑造者、机会的创造者、超级价值的提供者，才能获取超额利润。

当某一个厂商率先采用纵轴流新技术，掀起了一场收割机革命的时候，他们的超额利润随之而来；当一个企业因拥有大品牌权利，掀起品牌旋风的时候，市场销售随之逆势上扬；当一个厂商推进低成本管理，而市场价格却能高于其他厂商的时候，便获得了高于行业的超额利润……。今后农机企业奇迹的诞生，除了培育以上的创造能力，大企业没有其他出路。没有创造力，企业越大，死得越快，死得越惨。

创造什么？创造新的市场机会；创造具有中国元素的、有别于西方的、新的生活方式；研发与上述要求相对应的、具有竞争优势的产品；创立让上述一切成为可能的经营理念。

回溯10余年中国农机市场激情燃烧的岁月，行业为什么迟迟不能完成产业升级，其中一个重要原因是农机主流消费群体还处于弱势，消费个体并无足够的购买力，只能消费大众产品。企业无足够的利润，自然无法完成产业升级。而随着农机合作组织、家庭农场、农机大户的崛起，这种局面将被彻底颠覆，大中型企业要适时而动，培养谋取超额利润的能力，要敢于与跨国公司分食高端市场。否则，农机行业要完成产业升级将成为无源之水，无本之木。

中国农机行业的发展前景可谓美不胜收，企业定位很关键，产品升级很重要，付诸行动很紧迫！

中央通过有关农民股份合作 和农村集体资产股份权能改革试点方案

关键词：农村股权改革，放利于民

日前，中央审议通过了有关农民股份合作和农村集体资产股份权能改革试点方案，标志着我国布局农村集体资产产权试点工作即将全面展开。试点的目标在于探索赋予农民更多财产权利，明晰产权归属，完善各项权能，激活农村各类生产要素潜能，建立符合市场经济要求的农村集体经济运营新机制。

这是农村改革一项重要顶层设计，是农村集体经济改革重大制度创新。

改革试点将兼顾东中西不同区域，选择若干有条件的县(市)为单位开展，试点工作在 2017 年底完成。试点过程中，要防止侵吞农民利益，试点工作应严格限制在集体经济组织内部。

世界银行预测 2015 年非洲经济增长率将达 5.2%

关键词：非洲经济稳步增长，或将推动非洲农机市场上扬

据刚果门户网站报道，世界银行发行的半年期刊《非洲脉搏》分析了非洲经济发展前景。世界银行预测，尽管面临全球经济放缓及原材料价格下降压力，2015 年非洲经济增长率仍将达 5.2%，超过 2014 年的 4.6%。

世界银行近期发行公告指出：“助推非洲经济发展的因素包括：基础设施领域公共投资的强势增长、农产品产量的增加以及贸易、电信、交通和金融领域业务量的增加。尽管受全球经济放缓的影响，原材料价格和外国直接投资额均下降，但这些均不能阻止非洲经济的复苏。”

世界银行称：“结构性问题以及投资者信心缺失严重阻碍了非洲第二大经济体—南非经济的发展。2014 年第 2 季度，南非经济增长率仅达到 1%，为 2009 年金融危机以来最低。恰恰相反，非洲第一大

经济体—尼日利亚的经济却强势增长。该国 2014 年第 1 季度国内生产总值同比增长 6.2%，第 2 季度同比增长 6.5%。”

世界银行明确指出，科特迪瓦、埃塞俄比亚、莫桑比克以及坦桑尼亚等低收入国家的经济将持续增长。科特迪瓦是因为可可和大米产量大幅增加，埃塞俄比亚则受农业稳步发展、基础设施领域公共投资稳定增加的影响。

此外，世界银行《非洲脉搏》认为：“非洲地区初步工业化已不再是经济发展和增加就业的关键。研究表明，资源采掘业和服务业支撑着非洲发展。尽管大部分工薪阶层和 80% 的最贫困人口主要收入依然来自农业领域，但工业和农业生产对非洲经济发展的贡献率已下降。”

中央经济工作会议召开在即 土地改革将朝四方向迈进

关键词：利用土地杠杆促进土地流转，激发新红利释放

每年年底都是一系列重大经济工作会议召开的时期，近期有消息称，土地改革总体方案已获高层批复，修改后现已上报国务院以及中央全面深化改革领导小组办公室，有望在中央经济工作会议中公布。

随着城镇化进程加快，土地制度改革的迫切性日益凸显，土地制度改革将朝着以下四个方向迈进。

明晰土地产权减少政府过度介入，将土地使用权、收益权、部分处分权明确和清晰地界定给农民；开展土地股份制改革，组建新型农民合作经济组织，让农民获取土地增值收益。

利用土地杠杆促进土地流转，激发新红利释放。协调区域发展，形成东中西部的经济内循环机制；促进经济转型，由第二产业主导、第三产业强化向第三产业主导转变；优化产业结

构和城市用地结构，促进纺织、造纸、化工等产业向郊区集聚，信息、通信、金融及文娱等产业在城市中心区域聚集，传统服务业和高端装备、环保等新兴产业布局在城市中间或外部地带。新型城镇化强调效益和质量，土地作为其发展基础，应从分散化向规模化转变，适应市场化要求。鼓励和支持承包土地向专业大户、家庭农场、农民合作社集中，重点发展农业合作社，实现家庭经营体制农场化。

土地空间置换优化土地资源，促进土地适度规模经营和农村集中居住，缓解工业化和城镇化进程中用地矛盾；土地资本化促进土地增值收益分配向农村居民倾斜，解决农村人口市民化中成本分担问题。

一号文件预热 “土改” 概念股启动

关键词：通过土地确权流转，使农民的财富增加而提高购买力。

下月即将召开中央农村经济工作会议，届时出台的一号文件将包含土地改革内容从而加速进程。

据悉，由国土资源部、农业部等多部委参与制定的土地改革总体方案已形成并提交审议，预计最快可在中央农村经济工作会议上正式推出，并在2015年安排试点。此外，新版《土地管理法》和《土地承包法》将于12月浮出水面。此次改革的两大重点将是土地节约集约利用和农地入市。

农地流转方面，预计资本下乡不会杜绝但会严格限制经营范围。而宅基地流转方面，预计小产权房仍不被承认，但会探索推进农民住房财产权抵押、担保、转让。

今年土地流转的投资机会明显不同，以往只是概念吹风，而今年有现实的紧迫性。当前外需疲弱内需不足，而农村户籍

人口占绝大多数，激活农村消费是关键。通过土地确权流转，使农民的财富增加而提高购买力。此外，土地的集约化经营及解放农村劳动力，都有利于增强经济发展动力。

整个种植产业链正发生巨大变化，而投资机会可分为两大类：第一类标的为原有的土地资源型上市公司，此类投资机会属于国企改革大机会。第二类投资机会为下游种植业集中度提升带来的产业链变革机会，种植主体从小农向种植大户、合作社经营等规模种植户转移。

土地流转领域未来的投资机会将集中于资源获取能力和创新性的经营模式。短期内，种植产业链上的上市公司将创新出各类经营模式，投资机会也将多元。对于3-5年之后的长周期，经营模式的执行效率将是业绩提升的决定因素。

多方位开展协会活动 全面推进“农机流通服务品牌工程” 和行业诚信体系建设发展

——中国农业机械流通协会六届二次理事会工作报告

● 中国农业机械流通协会党委书记、会长 毛 洪 (2014年10月28日)

各位理事、同志们：

我代表中国农业机械流通协会向大家报告协会自去年5月换届以来的主要工作，提出推进“农机流通服务品牌工程”和行业诚信体系建设发展的一些想法。请予审议。

一、一年多的主要工作

换届会以来，我们全面贯彻党的十八大、十八届三中全会精神，按照当初的工作定位，在全体会员和协会工作人员共同努力下，着力开展丰富多彩的行业活动，完成了多项针对性较强的行业研究，取得了较为显著的成绩。主要工作有：

(一) 三方合作，成功召开“中国国际农业机械展览会”

“2013中国国际农业机械展览会”（简称“国际农机展”）在青岛举行。“国际农机展”是国家商务部、农业部、工信部重点支持的展会。本次“国际农机展”共有1767家境内外农机企业参展，包括多家世界500强企业和30多家国际知名企业；展览面积超过了20万平方米，其中国际展区面积超过1.5万平方米；参展产品覆盖面广、技术水平高，代表了我国乃至国际农机制造业的最高水平；参观观众达到13万人次，其中专业观众超过8万人。“国际农机展”期间，我们举办了“促进亚太区域可持续农业机械化发展论坛”“2013年农机行业经济运行与市场分析报告会”“深松机作业竞赛活动”“农机服务组织发展论坛”“农用航空技术交流暨无人遥控飞行器作业发展研讨会”“中外农机企业交流座谈会”“农用飞机展示及无人遥控飞行器现场演示”“全国农机大专院校和科研院所人才及成果交流会”“进口农具及农业规模化生产解决方案展示交流会”“2013国际农机展优秀新产品和推荐新产品图片展”“数字化制造技术与装备演示推介会”等主题会议和专项活动。



毛洪会长在中国农业机械流通协会六届二次理事会上讲话

“2014中国国际农业机械展览会”今天已开幕。本届“国际农机展”展览面积20万平方米、参展企业1600余家、到会观众将达到13万人次。展会期间将举办“中国农机发展论坛”“亚太区域农机协会圆桌会议”“2014年农机行业经济运行与市场分析报告会”“2014国际农机展金奖、创新奖颁奖典礼”等活动和会议。

(二) 商务部农机流通营销人员管理技术培训班首次举办

为贯彻商务部《关于加快农机现代流通体系建设的意见》（商建发〔2011〕431号）精神，提高农机流通专业人才素质，加快农机现代流通体系建设，我们经过努力争取，2013年11月11日-16日，商务部市场体系建设司委托我会联合山东省农机流通协会在山东济南举办了农机流通营销人员管理技术（山东）培训班，这是商务部首次举办的农机流通方面的培训。为期5天的培训，山东省部分农机流通企业的骨干营销人员共90人参加了培训。共有11位老师分别授课，分别介绍了我国农业机械化、国内外农业装备技术的现状和发展趋势，以及我国农机流通行业的相关政策、法规、标准和发展格局，重点讲授了农机经济形势分析与职业经理人修炼、工业品业务流程管

控、营销渠道管理、农机营销服务理念与售后服务等营销管理技术等。

我们希望通过农机流通人才培养,完善农机流通服务和继续教育,培养一批综合素质高、营销经验丰富、专业技术精湛、服务质量优良的农机流通人才,逐步解决农机流通企业人员老化、知识老化、人才青黄不接的问题。这次培训活动对提高山东农机流通企业的人员素质起到了作用,为今后逐步在全国开展农机流通人才培养积累了宝贵经验。

(三) 完成多项课题研究, 指导行业发展

1、经过一年多的调研和多次讨论、修改、完善,完成了商务部委托的《农机现代流通体系建设发展规划研究》课题和《农机流通体系建设专项规划(2013-2020)》建议稿。本规划是我们下一步推进行业发展的理论依据。

2、完成《农机市场景气指数研究》课题。景气指数已经成为当今许多行业用来反映行业运行状况的定量指标。在农机行业,农机市场景气指数的研究与开发是一项开创性工作。为了更好地完善农机市场景气指数的研究与开发,商务部经过招标竞选,委托我们会进行《农机市场景气指数研究》课题研究。我们推出的“农机市场景气指数(AMI)”,采用国际上流行的景气分析和监测预警方法,构建出我国农机市场监测的先行、同步、滞后指标,对农机市场经济周期波动做出一定程度的预测,反映的信息比较全面,能够为当前和未来农机市场的研究提供依据。该课题已完成,得到了行业专家、指数专家和有关领导的好评。目前,我们正在试运行AMI,下一步我们还要扩大信息采集点的数量,加强指数结论与实际的吻合度,适时向全行业发布。

3、与商务部流通产业促进中心共同承担国家开发

银行委托的《全国农机流通大市场布局研究》课题,已按计划完成。

4、受农业部农业机械化推广司委托,我们正在做《农机购置补贴政策实施促进农机工业和农机流通业又好又快发展研究》课题,预计年底完成。

(四) 制定标准, 强化行业规范

标准是行业发展、行业规范的基础。在商务部市场建设司、流通发展司的大力支持下,在众多会员单位的积极参与下,我们制、修订了多项行业标准和国家标准。

1、在进行大量调研、听取意见、召开座谈会和专家会的基础上,完成了《农业机械营销企业服务质量规范》《农业机械品牌经销商技术规范 and 等级划分》《农业机械交易市场建设管理规范》三项行业标准的制、修订。三项标准已由商务部发布,2014年3月1日实施。

2、由我会牵头制定的国家标准GB/T18389-2001《农业机械营销企业开业条件 等级划分及市场行为要求》已执行了13年,许多条款和提法已过时,经国家标准委批准立项,我会组织修订,现已完成报批稿,正在国标委审批过程中。

3、由商务部立项的行业标准《农机流通术语》现已完成征求意见稿,下一步抓紧召开专家会,完成报批。

4、《农业机械连锁企业技术规范》和《农业机械流通企业技术培训服务规范》行业标准已在商务部立项,希望各理事单位积极参与和我们一起制定这两项标准。

(五) 加强信用等级评价, 推动行业诚信体系建设

1、进一步完善信用等级评价在线申报系统的设计。由于原系统的设计未曾考虑到满三年重新申报的

情况，已经申报的企业无法重新申请。为此，对整个系统重新设计并开始运行。

2、一年多以来，先后开展了第四、第五、第六批农机流通企业的信用等级申报和评价。第四批信用等级评价企业20家、第五批为14家、第六批23家，已正式公布并在商务部和国务院国资委备案。（这个内容在第三部分专题阐述）

（六）搭建综合服务平台，提升行业服务水平

1、信息服务。完成商务部、农业部所需要的市场调查报告，信息工作简报及各种相关材料。定期向商务部提供月度市场发展报告；每月汇总农机工业、农机销售和农机进出口等方面的统计数据，结合农机市场的实际情况，撰写农机行业运行简报，报商务部并发表在商务部市场体系建设司网站上；年初在哈尔滨召开了“全国农机流通信息工作会议”；去年“全国会”上和工业协会合作，举办了“2013年农机经济运行与农机市场形势分析会”；明天下午还将在这里召开“2014年农机经济运行与农机市场形势分析会”。

2、改版面向会员发放的《农机动态》。从今年一月开始，我们改版了《农机动态》，设立了“卷首语”“风向标”“会员风采”“市场直通车”“数据斋”“营销新干线”“他山之石”等栏目。汇聚了大量的数据、市场分析、会员介绍等。特别在每期里试运行发布了《CAMDA中国农机市场景气指数（AMI）商务报告》，请会员单位、企业家提出意见，以便我们及时修正。为提升影响力并宣传行业，我们除面向会员发放《农机动态》外，还特别赠送有关领导、专家、各级农机管理部门和重点农机合作社。我们力求把《农机动态》办成与《农机市场》杂志既不相同、又互相衔接，共同面向行业服务的“姐妹篇”。

3、编撰了出版了《中国农机市场发展报告（2012-2013）》和《中国农机市场发展报告（2013-2014）》，到受行业欢迎和好评。这也是我们重点培育的项目。

4、树立行业标兵，推广先进经验。在去年“第十次全国农机流通行业优质服务表彰大会”基础上，为贯彻商务部发布的《农业机械品牌经销店技术规范 and 等级划分》《农业机械交易市场建设管理

规范》行业标准，推进“农机流通服务品牌工程”实施工作，我们推选出农机品牌示范店65家，重点大市场18家。在这次会上，我们对这些单位及其经验大力宣传，希望其他企业向他们学习。

5、金融服务。协会搭建的“农机行业多层次多渠道投融资平台”取得成效，帮助会员企业获得国家开发银行中长期贷款2.4亿元；与金融机构共同发起成立“农机产业发展基金”，支持农机行业快速发展。

6、国际交流。协会与德国农协、法国农机协会签署了战略合作协议；与法国农机协会就“中法农业机械示范园”项目达成合作意向；就项目及展会合作与德国机械设备制造联合会（VAMA）洽商；观摩了德国“田间日”活动；与意大利贸促会就组团参展事宜洽商；与泰国会展业代表洽商进一步开展中泰双方展会合作；与商务部贸发局合作，参与了2014（埃塞俄比亚）中国农业机械展览会组展工作；与西麦克公司结成战略合作伙伴，组织农机企业参加外展；组团观摩德国、法国、意大利等大型国际农业机械展览会，期间与主办方、参展商、经销商以及有关国际组织进行了深入的交流和洽商；观摩了第11届（哈萨克斯坦）中国商品展览会。

7、反映行业诉求，争取政策支持。近年来，国家出台了一系列支农、惠农政策，这些政策有效推进了农业机械化发展，也带动了农机流通业的发展。同时我们也应该看到，农机流通还存在许多问题，例如，从流通企业层面看：基础设施差，流通方式仍较传统，流通成本高、效益低；组织化程度低，网点布局不合理，缺乏规模化的企业；流通环节技术水平不高，尤其是商流、储运、信息网络应用等技术差；服务能力弱，特别是对农民用户的售前、售中、售后服务弱；农机流通队伍不稳、人才缺乏。从发展环境来看：对农机流通管理缺乏统筹协调的机制和体制；农机流通相关法律法规建设滞后，市场行为不规范；农机流通企业普遍存在融资难；财税政策对农机流通业的支持很少。等等。围绕这些问题，我们深入调研，多次召开座谈会，力求找出问题的症结。一方面，我们密切与农业部、商务部、国家发展改革委、财政部、国税总局、国家开发银行等部门的联系，多次主动向它们书面或口头汇报，阐述我们行业的

特点是具有社会性、公益性和服务性，提出对农机流通业的扶持措施，包括财政支持、税费减免、金融支持、用地等方面的意见和建议。另一方面，我们依靠农机行业的全国人大代表，通过他们提交减免农机流通企业所得税、免农机配件经营增值税，财政资金支持农机流通企业基础设施建设等提案，由人大常委会转各部委。另外，我们还在有关媒体和有关论坛、座谈会上呼吁，反映行业的现实状况。

8、强化协会自身建设，提高综合服务水平。一是制定、实施了各项规章制度和业务管理制度、党建制度等，实行规范化、制度化、管理；二是加强党建工作，按照中央和国务院国资委及中物联党委的要求，认真开展党的群众路线教育实践活动，取得了阶段性重要成果。三是加强分会的管理和指导。

此外，我们还做了大量的调研、咨询、个性化服务等工作；新发展了44家会员；组织了“东盟博览会”农机展区；参与了有关部委市场形势分析会等活动。等等。总之，一年多以来，我们做了许多工作，但我们认为离理事会的要求、行业的期望还有较大差距，我们还需要加倍努力、不懈工作。

二、推进“农机流通服务品牌工程”实施的工作思路

2010年国务院国发[2010]22号《关于促进农业机械化和农机工业又好又快发展的意见》文件中，关于构建现代农机流通体系时提出：“实施农机流通服务品牌工程，优化市场布局，发展连锁经营，培育一批辐射面广、服务质量好的大型农机流通企业、品牌农机店和区域性农机市场，健全农机零配件供应网络，提高农机产品流通效率，方便农民购机。”2011年商务部商建发[2011]431号《关于加快农机现代流通体系建设的意见》文件中进一步阐述：“实施农机流通服务品牌工程，鼓励有条件的农机生产企业与流通企业加强合作，发展农机品牌经销店，加快形成具有主机销售、配件供应、售后服务、信息反馈、技术培训等功能的农机品牌经销服务网络，支持大型农机流通企业建立连锁化销售和服务网络，健全农机配件供应网络，引导社会资源建立农机物流共同配送网络，推动建立农机生产企业品牌营销服务网络、专业农机流通企业销售服务网络相结合的新型农机流通体系。”

因此，农机流通服务品牌工程主要内容可以归纳为：引导大型农机生产和流通企业以品牌为纽带发展农机品牌专卖和连锁经营，支持企业进行营销服务一体化建设和改造，配备必要的维修、检测、培训设施、设备，建成一批具有整机销售、配件供应、售后服务、信息反馈、技术培训“五位一体”功能的农机品牌经销店，打造农机流通服务品牌网络，着力提升售后服务能力和水平，力争在2020年前建成完善的农机销售和服务网络，方便农民购机和获得良好及时的售后服务，使农民购买农机买得放心、舒心，用得安全、安心。

通过实施农机流通服务品牌工程建设，达到农机流通网络和基础设施不断完善，组织化程度、现代化水平显著提升，销售和售后服务能力明显增强，农机销售和售后服务网点农村乡镇覆盖率提高到90%以上，基本形成以大型农机流通企业为主导，农机专业市场为依托，农机品牌店、销售服务中心为支撑，乡镇农机销售和服务网点为基础，布局合理、经营规范、运作高效、发展协调的农机现代流通体系。为此，我谈几点想法：

1、优化农机流通主体结构，推动流通企业做大做强

鼓励和引导农机流通企业优化产权结构，建立产权明晰、权责明确、管理科学的现代企业制度，提高科学决策和经营服务水平，激发企业活力，增强发展后劲；支持多种所有制农机流通企业的发展，鼓励社会资本进入农机流通行业，实现投资主体多元化；支持农机流通企业战略重组，加快集团化、集约化进程，通过资产重组、兼并收购、强强联合等方式，形成一批规模大、辐射范围广、经营服务能力强，具有服务品牌和较强竞争力的大型企业集团；支持中小型企业走营销服务一体化的发展道路，培育一批区域性的“强、优、专”骨干企业；引导制造企业合理布局营销网络，规范授权代理销售制度。形成全国性大型企业为龙头，区域性“强、优、专”中小企业为骨干的农机流通体系。

2、发展连锁经营和联合联盟经营，建立连锁化和网络化销售和服务体系

推进连锁经营的发展，支持大型农机流通企业对中小企业进行连锁化、标准化改造，建立连锁化销售和服务网络，以直营连锁为基础，规范发展特许加盟连锁。鼓励企业创建农机流通服务品牌，通过联合联盟等方式，强化营销服务网络建设，合理布局和下沉销售服务网点，满足农民就近就便服务的要求，建立便捷高效的农机销售和服务体系。

3、推进企业品牌化经营服务建设，提高服务能力

推广整机销售、配件供应、售后服务、信息反馈、技术培训“五位一体”营销服务模式，提高服务能力和服务效果。支持企业加大对农机流通基础经营、服务设施和售后维修设施设备的投入，为企业建立“五位一体”营销服务模式提供必要的硬件条件。一是支持综合经营型农机流通企业建立“五位一体”营销服务模式，建成农机流通品牌服务企业。二是支持有条件的农机制造企业与农机流通企业合作，建设发展“五位一体”的农机品牌专卖店。

4、推进农机交易市场升级换代，提升市场管理水平

逐步推进农机交易市场的建设，建成一批交易规范、功能完善、设施先进的区域性农机交易市场（农机物流园区），增强市场辐射带动和集聚效应。一是鼓励在粮棉主产区 and 农业大省建设现代农机装

备展示平台，逐步形成区域性农机交易中心、配送中心、维修中心、品牌产品服务中心和培训中心。二是推进现有农机交易市场升级改造，完善交易、维修、配送、培训、信息化、配套服务等硬件设施，提升市场管理的规范化和现代化水平。三是鼓励农机仓储和物流配送中心建设，发展社会化农机主机及配件配送。

5、宣传贯彻行业标准，推进农机流通服务品牌工程的具体实施

《农业机械营销企业服务质量规范》《农业机械品牌经销店技术规范和等级划分》《农业机械交易市场建设管理规范》三项行业标准已由商务部发布，2014年3月1日实施。我们将围绕积极宣传贯彻这三项标准来推进农机流通服务品牌工程的工作。

《农业机械品牌经销店技术规范和等级划分》标准规定了农业机械品牌经销店的基本要求、经营服务要求及其等级划分，对整机销售、配件供应、售后服务、信息反馈、技术培训“五位一体”功能，从硬件到软件均提出了具体的规范和要求，该标准适用于农业机械品牌经销店建设和管理，适用于所有农机流通企业提升管理和服务水平，无论是品牌专卖店还是多品牌专业卖场都适用。我们希望并大力支持农机流通企业进行营销服务一体化建设和改造，加大基础经营设施、维修设施设备、培训设施与设备、信息化软硬件设施设备的建设和投入，配备必要的展厅、仓储、维修、检测、培训、信息技术等设施，建成具有五位一体等营销服务功能的、管理好、销售能力强、服务水平高、效益好的企业。

《农业机械交易是市场建设管理规范》标准规定了农业机械交易市场建设要求和管理要求。对市场的设施设备、机构和人员设置、信息化建设、市场管理者行为（包括招商及商户管理、服务管理、经营管理、物业管理、消防安全管理）以及商户行为提出了具体要

求。该标准适用于新建、改建、扩建的农业机械交易市场。我们希望并大力支持农机交易市场按照该标准进行建设或升级改造，建成区域性农机交易中心、仓储和物流配送中心、维修中心和培训中心，提升市场管理的规范化和现代化水平，增强市场辐射带动和集聚效应，提供一站式购机的良好的消费环境。

6、实施农机流通服务品牌工程的目标

当前，农机流通企业约有1万家，有一定规模的农机交易市场30多个。近年来，农机生产企业和流通企业对品牌店建设都给予了高度的重视，大市场也对品牌店进场非常重视和欢迎。据不完全统计，目前各类各级别农机品牌店（形象店）约1000个。其中：中国一拖“东方红”品牌店300来个；福田雷沃重工品牌店400来个；奇瑞重工约35个；常柴专营店约160个；迪尔、久保田、爱科等品牌店也发展较快。全国性农机连锁企业5家，连锁店约2500家。

当然，许多企业、品牌店、连锁店“五位一体”的功能还不健全，需要进一步完善和提升。根据调查表明，具有三包服务功能的农机流通企业约占所有企业50%，具有较强服务能力（即完全具备整机销售、配件供应、售后服务、信息反馈、技术培训“五位一体”功能）的农机流通企业约占5%。因此，需要加大实施农机流通服务品牌工程的步伐，需要农机生产企业和流通企业继续共同努力。

到2020年，我们的目标是：发展若干个大型农机流通企业，改造建设全国90%以上农机流通企业成为营销服务一体化的具备“五位一体”功能的企业，农机连锁直营店、农机专业卖场、农机品牌专卖店比例达到1:1:2。建成以大型农机流通企业为龙头，骨干农机流通企业（直营店、专业卖场、品牌专卖店）为主体的网络化、品牌化的农机销售服务体系。

三、推进农机流通行业诚信体系建设发展

诚信是中华民族的传统美德，言而有信，待人以诚，是做人的准则和品质。对于企业而

言，诚信是一块金字招牌，是企业参与市场竞争的有力武器，是企业自我建立的强大的无形资产，是企业的生命。谁以诚信为保证，谁就能经久不衰；谁赢得了优良的市场信用，谁就能更好地争取客户，进而最大程度地占领市场。

开展农机流通企业信用评价，目的是为了整顿和规范行业信用秩序和竞争环境，通过评价行业内企业信用等级，在中国农业机械流通行业中形成以行业信用信息平台为基础、以行业自律为灵魂、以企业守信为表率、以加强市场监管为重点、以培育信用意识和能力为支撑，营造“守信光荣、失信可耻”为保障的行业信用环境，并树立中国农业机械流通行业的良好形象，增强企业在国内外市场中的竞争力。

1、行业诚信体系发展现状

我国农机流通行业从计划经济覆盖全国各地县的 2000 多家国有农机公司系统，发展到市场经济条件下的万余家的各种所有制经济形式的经销商，自 2004 年以来逐年力度加大的农机购置补贴，导致经销商规模庞大、农机产品销售价格混乱、市场争夺手段多样、服务质量参差不齐等一系列问题。行业诚信建设面临严峻形势，加快推进农机流通行业信用体系建设刻不容缓。

2010 年，我会经商务部和国务院国资委批准，开始对行业企业进行信用等级评价工作，迈开了农机流通行业诚信体系建设的步伐。截至 2014 年 10 月，共开展了六批信用评价工作，对业内的近 200 多家企业进行了信用评价，累计公布 A 级以上的信用企业 182 家，其中 31 家企业提出复审，8 家企业申请了升级，部分企业因信用等级较低未予公布。

行业企业的信用评价工作虽然取得一定进展，但与整体发展水平和规模不匹配、不协调、不适应。目前，农机流通行业诚信建设存在的主要问题包括：覆盖全行业的信用体系尚未形成；守信激励和失信惩戒机制尚不健全，守信激励不足，失信成本偏低；信用服务市场不发达，服务体系不成熟，服务行为不规范；企业、个人的诚信意识和信用水平偏低，履约践诺、诚实守信的氛围尚未形成，商业欺诈、套补骗补资金等现象仍存。

2、加强诚信体系建设的形势和要求

党中央、国务院高度重视社会信用体系建设。党的十八大提出

“加强政务诚信、商务诚信、社会诚信和司法公信建设”；党的十八届三中全会提出“建立健全社会征信体系，褒扬诚信，惩戒失信”；《中共中央 国务院关于加强和创新社会管理的意见》提出的“建立健全社会诚信制度”；以及《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》提出“加快社会信用体系建设”的要求。可见信用建设的重要性。

国务院建立了社会信用体系建设部际联席会议制度统筹推进信用体系建设，公布实施《征信管理条例》，一批信用体系建设的规章和标准相继出台。各部门推动信用信息公开，开展行业信用评价，实施信用分类监管；各行业积极开展诚信宣传教育和诚信自律活动；各地区探索建立综合性信用信息共享平台，促进本地区各部门、各单位的信用信息整合应用；社会对信用服务产品的需求日益上升，信用服务市场规模不断扩大。另外，国家已编制了多个指导性文件，连续召开多次全国性或专题性会议，研究和部署社会信用体系建设工作，重视程度之高、研究问题之深、工作抓得之紧，历年罕见。今年 6 月 14 日，国务院正式发布《社会信用体系建设规划纲要（2014～2020 年）》。

我国农机行业正处于结构调整、转变发展方式的关键阶段。现代市场经济是信用经济，建立健全农机流通行业信用体系，是整顿和规范农机市场经济秩序、改善市场信用环境、降低交易成本、防范经济风险的重要举措。加快推进农机流通行业信用体系建设，是促进资源优化配置、促进行业结构优化升级、净化市场的重要前提，是行业持续稳健发展的迫切要求。

经济全球化使我国的农机产品走出国门、进入国际市场的步伐加快，随着我国与其他国家和地区的经济社会交流更加密切，未来我国的农机产品还将扩大在国际市场的拓展力度。完善行业信用体系，是深化农机流通企业的国际合作与交往，树立国际品牌和声誉，降低对外交易成本的必要条件，对农机流通企业适应全球化具有重要意义。

因此，无论是从国家层面的要求，还是行业发展的要求，加快推进农机流通行业诚信体系建设迫在眉睫。

3、推进行业诚信体系建设的工作措施

一是继续加强诚信宣传。紧密配合商务部、国资委等 18 部门开

展的“诚信宣传月”活动，贯彻落实《社会信用体系建设规划纲要（2014—2020年）》，通过“中国信用企业网络展”、“中国信用企业发布”等活动渠道，宣传推广农机流通行业信用评价结果；在我会《农机市场》杂志、《农机动态》、中国农机流通网等媒体上对信用评价工作和授信企业进行宣传推广，树立行业企业诚信意识，提高企业参与信用评价的积极性。

二是继续开展行业企业信用评价工作。通过各种宣传、调研、走访等，引导更多的流通企业参与行业信用评价工作，扩大参评企业的覆盖范围和规模。

三是拓展企业信用等级评价结果的应用。配合商务部、国资委等部门开展的信用建设工作，加大信用评价结果的推广应用。比如商务部和央视网合作开办的中国信用企业网络展、和百度合作的信用企业搜索推广，《中国行业信用评价A级以上企业名录》出版等。

四是创新信用评价工作。我们拟和工业协会探讨联合成立中国农机行业诚信工作委员会，发起成立“中国农机行业诚信联盟”，倡导《农机行业诚信公约》，在行业内推广统一使用“中国农机诚信单位”标识，每年召开“中国农机行业信用企业高端论坛”，在中国农机流通网和中国农机工业网上开设信用体系建设窗口发布行业诚信建设信息，建立行业信用企业升降级和黑名单发布制度，出版《中国农机行业年度信用建设白皮书》等，以提高信用评价工作及其结果的影响力，推动农机行业信用体系建设工作健康快速发展。

总之，诚信建设对改变农机流通企业多、规模小、竞争力不强的不利状况至关重要，对农机流通行业的持续健康发展意义重大，需要集聚全行业的智慧和力量共同推进。

四、2015年工作要点

2015年，我们要认真学习贯彻党的十八大、十八届三中、四中全会精神，紧紧围绕农机流通的特点，深入调查研究，反映行业诉求，引导行业发展。工作重点是：

（一）推进三大工程实施

1、配合商务部进一步推进农机流通服务品牌工程实施，加快农机品牌经销店建设。继续积极争取财政资金支持，在今年推出的农机品牌示范店的基础上，全面推进建设农机品牌示范店。

2、推进农机流通人才培训项目实施，继续探索开展农机流通营

销、服务人员管理技术培训。

3、推动实施农机流通信息工程。重点是：完善农机市场景气指数数据采集、汇总以及运行和试发布；继续编纂《2014—2015中国农机市场发展报告》；开好一年一度的“信息工作会”。

（二）全力办好“2015中国国际农业机械展览会”

（三）推进农机大市场建设

围绕国家开发银行的《全国大型农机流通市场布局》课题，为大市场建设项目提出规划指导建议，为争取政府有关部门的政策支持和金融机构的资金支持提供依据。

（四）深入调查研究，反映行业诉求

1、继续开展农机流通体系建设专项课题研究，了解行业的问题、困难和呼声。

2、完成行业标准《农业机械连锁企业技术规范》和《农业机械流通企业技术培训服务规范》的制定工作。

3、积极开展金融服务，与金融机构合作，组织筹建农机产业发展基金，支持农机流通行业加速发展。

（五）搭建综合平台，开展丰富多彩的行业活动

一是拟成立“专家委员会”“农机流通企业家俱乐部”“农机进出口分会”“农机物流分会”等，全面为行业、会员服务；

二是拟由协会主办、青园集团等协办，开展全行业书法、绘画、摄影大赛，希望大家积极参与。

（六）进一步加强协会自身建设

一是要认真学习贯彻党的十八大和十八届三中、四中全会精神，加强制度建设，探索科学民主管理的办法和有效途径，探索搞好协会工作的内在规律，使协会工作持续、稳定、健康发展。二是要进一步加强理论与实际、实践相结合，在各项工作中努力开拓创新。三是要加强协会领导班子建设，改革内部民主运行、决策机制。四是要强化内部学习培训机制，提高专职工作人员的业务素养。五是要加强与各省级协会的联系、合作，共同开展行业工作。

同志们，农机现代流通体系是农业机械化的重要环节，是农业现代化的重要内容，农机流通发展前景远大。让我们团结一致、携手合作，共同创造农机流通的新局面，为农业现代化贡献力量！

谢谢大家。

2014 中国国际农业机械展览会胜利闭幕 AMC 项目受邀参展广受热捧

由中国农业机械流通协会、中国农业机械化协会、中国农业机械工业协会共同主办的 2014 中国国际农机展于 10 月 28-30 日在武汉隆重召开。作为农业部、四川省、成都市人民政府携手打造的现代农业综合示范项目——AMC 中国农机（成都）国际展示交易中心也应邀参展。展会期间，广大参会者对 AMC 项目展示的山地丘陵特色农机表现出强烈兴趣，共有数十家国内外一线农机厂商与 AMC 达成初步的意向性合作协议。闭幕式上，AMC 项目受到活动组委会与参会企业高度认可，并最终被授予“最具区域影响”的农机产业项目名称。

展会期间，AMC 项目在 A6-22 展位举办了多场小型专题推介会也是人气爆棚，不时有同行对 AMC 项目整体产业规划、园区格局排布、优惠扶持政策、农机发展态势等进行了现场提问，现场相关工作人员以宣传片加讲解的方式，系统详尽的介绍了 AMC 项目的规划前景、现代农机产业发展格局与研发动态等，为广大农机企业发展探索现代农机之路提供了良好的经验借鉴！共有数百参会人员对项目公众微信号进行了扫描关注，并表示将共同关注中国现代农机产业发展大潮！同时，在现场举办的打印机体验活动可谓人潮攒动，无数粉丝亲身体验并通过现场无线 WIFI 上传了活动图片，让更多的人了解和关注到 AMC 项目，为 AMC 项目面向全国奠定良好的基础。

由中国农机流通协会举办的“中国农机有形市场创新发展座谈会”，也在展会期间盛大召开，AMC 项目负责人受邀参会。会上，AMC 项目负责人就如何促进农机产业结构调整、农机有形市场的发展现状和面临的转型升级瓶颈、电子商务的发展对农机市场转型的影响、农机有形市场发展的模式创新与盈利以及如何提升农机有形市场的竞争力等方面进行了精彩的发言，并引起现场专家和企业代表的热烈反响，100 多名与会专家学者和各行业领导就中国有形农机市场合理转型、构建新市场布局作出合理的探讨与构想。此次会议，必将促进有形农机产业健康稳步向前发展！

创新智慧点亮市场梦想 勃农 330 玉米脱等新产品千锤百炼凸显火爆

● 黑龙江省农机有限责任公司 陈岐山

自 2004 年《农业机械化促进法》实施以来，在中央惠农购机补贴政策的刺激下，我国农机行业实现了连续 10 年的高速发展，但今年的农机市场销量却首次出现了整体下滑的现象。前三季度，农机行业部分产品、市场曾一度低迷，出现 10 年少有的负增长现象，对于长期以来习惯于高歌猛进式发展的农机人来说，这种变化无疑是痛苦的。这说明，农机行业已进入了结构调整、提升品质的关键时期，转型迫在眉睫。

在黑龙江乃至全国农机市场销售乏力的局面下，黑龙江勃农兴达机械公司依靠科技创新开发市场死角再次崭露头角，其最新研发的 330 型玉米脱粒机、指夹式免耕精量播种机、气吸式免耕精量播种机等新产品历经 3 年实践磨炼，而今一炮走红。今秋所生产的 800 台 330 型玉米脱粒机仅两个月即销售告罄，但因季节性需求和企业生产能力所限，市场供应缺口仍有上百台的遗憾不得不移至来年兑现。

近三年来，这家公司开发新产品有 17 种，其最新冒红的代表作，一是为适应高速免耕播种和中小马力拖拉机配套作业 2BZM—2 型指夹式免耕精密播种机，这种新型播种机结构合理、性能可

靠，被列入国家重点农机购机补贴产品，它能在未整地高留茬地块一次完成侧深施肥、开沟播种、压底格、施口肥、覆土、镇压等联合作业，其采用的美国进口指夹式排种器，可实现玉米高速精量播种，单粒率高达 98%，尤其是该机派生出的 2015 式新款，其独创的偏坡地自动平衡装置、牵引点液压调节功能、播种单体四杆挂钩连接方式、四杆弹簧拉力可调节功能、仿形独臂活块连接方式，使该机如虎添翼，深受用户欢迎。

二是与传统机型播种机结构截然不同的、主要与 35—48 马力拖拉机配套的 2BFMQ—2 免耕施肥播种机，它采用的三点悬挂可以在已耕或微耕带有残茬的耕地上使用，适应于 65—70 厘米行距的玉米、甜菜、向日葵等单行作物精量播种作业，可一次完成侧施肥、开沟、播种、覆土、镇压功能，具有出苗齐、苗壮、增产等优点。

最炙手可热的要属 5TY—330 型玉米脱粒机，这是勃农兴达公司在 80 年代生产研制玉米脱粒机的基础上，借鉴国际先进的玉米联合收获机的轴流滚筒脱粒原理，独家首创的新一代揉搓式玉米脱粒机，为传统钉齿式玉米脱粒机的换代产品，获得了国家 3 项实用新型专利、1 项发明专利。

这是公司工程技术人员历经3个春夏秋冬、上千次的反复试验、千锤百炼不断完善的结晶，它以结构简单、粮食品质高、更好的作物适应性、每小时可完成35吨以上的玉米脱粒的更高生产率，而一炮走红，在今秋市场上出现一机难求的紧俏场面。

生产效率的提高为购机经营者创收增添了巨大的升值空间，黑龙江桦南县一位王姓购机者场上作业每小时脱粒达到了50吨的高产，一天加工收入4000多元，他高兴地说，这可是一台新财神。

在农机市场整体下滑的局面下，截至10月末，勃农兴达公司完成产值和销售收入、实现利润、上缴税金与上年同比分别增长了7%、6%和6%。

面对记者采访，这家公司总经理李金泽说：当前，我国农机产品竞争已由数量竞争向平台对抗延伸，由传统的产品价格竞争向以提供产品、服务、培训等一体化解决方案、精准服务为主的体系竞争推进。农机企业必须注重提升研发能力及制造水平，加快传统产品转型，培养新兴产业，企业正由单纯制造产品向制造和服务一体化转变。这就需要我们不间断的进行新产品研发和技术创新，为建设黑龙江农业强省源源不绝地提供先进农机装备。

面对新一轮结构调整和农机发展大势，我们要紧紧抓住国家所实施的惠农购机补贴、深松作业补贴、粮食增量补贴、推进保护性耕作工程、黑土地保护工程，以及现代农机产业园等项目给农机企业带来难得的机遇，一是要着眼全球市场中高端产品开发和关键技术，通过战略联盟、重组并购、多元合作等方式，优化研发资源，进行核心技术、关键产品的全球化布局和一体化运作。二是创新管理模式，加快产品制造能力升级，不断融合先进设计和制造技术，加大制造资源投入，突破关键技术，研发制造能为农民提高价值收入的大型农机具系列产品，推动农机产品实质性的升级和换代，更好地满足省内外用户的

作业需求。三是要加大自主知识产权的保护力度，让科学技术和创新智慧转化为实实在在的生产力，成为企业经济崛起的基础动力。

总工程师杨彪表示，创新是一个民族的灵魂，是一个国家兴旺发达的不竭动力。没有创造，也就没有机遇。谁把握了技术主导权，谁就把握了竞争主导权。近三年来，我公司开发新产品17种，获得高新技术产品1项，获得专利16项，获得市级科技进步奖3项。经省级产品鉴定、推广鉴定和适应性鉴定共21种，实现了农机具向安全、适用、耐用、可靠、精密的转化。

在当前激烈的市场竞争中，创新求变是企业制胜的不二法宝，也是企业发展的永恒话题。今后，我们将针对市场产品结构调整、提升核心品质的关节点，在加强农机新装备的研制中，坚持大型化、智能化和国际化的转型方向，努力提高产品科技含量和附加值。强企之路，任重道远，牢记使命，奋勇前行。

销售副总胡延民则对其独家生产的330型玉米脱市场潜力做了分析。第一，黑龙江作为粮食总产量、粮食商品量、粮食净流出量和人均粮食产量连续多年位居全国第一的产粮大省，玉米播种面积已连续两年超1亿亩，玉米产量已占粮食总产量的50%。今年玉米收获可达到700万吨上下，场上脱粒机械需求量庞大。尤其是10万多个家庭农场和种植大户、1170个现代农机合作社对玉米脱老机型的更新换代，目前的意向性订单已在3500台左右。这就要求我们在产品流通创新上要有新作为，即以销售提升市场覆盖面，以培训提升使用利用率，以售后服务提升创收价值。当下，我公司已在所建的农机产业园区新上一条330玉米脱生产自动线，计划明年生产该机4000台，仅此一项即可创产值1.6亿元。在农机品种局部饱和、市场增长乏力的景况下，我们依靠科技创新有望实现产值翻番的新突破。同时，我们还要在周边市场对冒充我勃农品牌的产品打假扫劣，充分保护好农民消费者的合法权益。

东方红国 3、国 4 柴油机在武汉国际农机展精彩亮相

● 一拖（洛阳）柴油机有限公司 崔孟河



2014年10月28-30日，中国国际农业机械展览会在武汉国际博览中心隆重举行。中国国际农业机械展览会是“亚洲第一、世界知名”的农业机械展览会，是中国乃至亚洲最大的农业机械展示、交流、交易、合作的平台。本届展览会展览面积20万平方米，来自国内外的农业机械行业参展商1800余家，中外观众达13万人次。同时，本届展览会还举办了“中国农机发展论坛”、“亚太农机区域合作圆桌会议”、“中外农机贸易洽谈会”等活动。

为了充分利用好这次难得的宣传企业良好形象、展示企业先进产品的机会，公司领导决定参展的柴油机全部为达到国3、国4排放要求的产品，充分展示我公司产品技术的先进性，维护人类宜居地球的社会责任，使得主机厂、经销商和广大用户更加信赖东方红柴油机。

开始制作样机、底架和后处理装置的时间相距展会召开的日期已经很近，时间紧、任务重，公司领导亲自安排和协调，技术中心、技术部、重柴、销售管理科的相关负责人，协同配合、加班加点，按时完成了全部的制作任务，保证了参展产品及时运往武汉。

本次展览会共展出了8台样机，其中中国4样机3台、国3样机5台。普遍采用了单体泵+增压中冷+废气再循环+后处理装置的先进的排放控制技术。本次展会，重柴参展了2台，柴油机公司参展了3台，动力机械公司参展了1台，扬动参展了2台。扬动的其中1台为燃气机。我公司是此次展会上，发动机生产企业中唯一展出国4样机的企业，成为展会的一大亮点。

这次展会，销售管理科的2位布展人员，提前对8

台样机进行了展位安排、清洁和增亮，使得样机便于观众参观、更加漂亮美观。专门邀请了扬动、重柴、动力机械公司、开发部、技术部的技术人员现场讲解。销售管理科的参展人员负责现场发放资料。

在展会上，中国农机流通协会的领导，主机厂的领导，大量的经销商和络绎不绝的用户，纷纷参观了东方红柴油机，提问了诸多柴油机结构、技术、公司的销售情况、技术升级和储备情况、应对国3柴油机切换的准备情况、和众多主机厂的配套情况等等。观众普遍认为，东方红柴油机不愧为农机配套动力的老大，技术先进，系列和品种齐全，展示的国3、国4柴油机引领了农机配套动力的发展方向。东方红国3、国4柴油机，在展会上也引起了迪尔领导和技术人员的极大关注，与我公司参加展会的领导和技术人员沟通交流长达一个多小时。

本次展会吸引了几乎所有的国内、国际农机巨头的参加，包括一拖、福田、中联重机、迪尔等，展会面积为理解国际农机展的最大。各重点主机厂和配套件生产厂均加大了展场面积，进行了漂亮、特色、吸引人的特装，纷纷展出了本企业的先进和特色产品。充分说明大家普遍看好今后的农机发展，争取在今后的农机市场中争取更大的市场份额。

在这次展会上，主要竞争对手玉柴、全柴动力、潍柴、华丰、雷沃动力、迪尔动力、上柴、潍坊华恒、华源莱动、山东力之源、无锡四达等，均在动力展区进行特装、展示了自己独具特色的产品，也均展出了农用的国3产品。竞争对手进入农机配套市场的力度越来越大，市场竞争也将越来越激烈。

福田雷沃重工 2 亿元海外订单交付

● 福田雷沃国际重工股份有限公司 王晓亮

11月7日上午,福田雷沃重工出口斯里兰卡2亿大单交付仪式在福田雷沃重工科技办公楼前举行,伴随设备金钥匙的交付,满载雷沃农业装备、工程机械等产品的运输车辆驶出厂区,发往斯里兰卡。这是近年来中国出口亚太区域成交额较大的机械装备类政府采购项目。同时,也是福田雷沃重工一次性交付海外的最大机械装备订单。

记者在采访中了解到,斯里兰卡近几年不断加大基础设施建设,由于中国与斯里兰卡关系稳固,中国也不断加大对斯国的投资和援助力度。如今几乎所有的斯里兰卡大型建设项目,都有中国产品的身影。福田雷沃重工产品自2009年进入该国市场以来,凭借良好的市场表现已在斯里兰卡民众心中树立了良好的口碑。依据雷沃产品在斯里兰卡市场表现情况,斯国政府高层认为雷沃工程机械、拖拉机和工程车辆在市场适应性、可靠性、经济性方面完全符合该国的建设需要,因此放心的将本次采购合同交付福田雷沃重工。

福田雷沃重工副总经理常嘉茂告诉记者,秉承福田雷沃重工一贯的“客户第一”的准则,首批设备已完成生产。为做好后续的服务保障,让斯里兰卡用户用上放心的雷沃产品,除了按期高质量交付订单产品外,还邀请斯里兰卡服务人员来厂参加了技术指导培训。除此以外,福田雷沃重工还将派驻一支售后服务专业团队,一同前往斯里兰卡,为项目的执行提供专业的支持。除了给予产品回装、调试、使用、维护、保养等方面的全方位培训、指导,售后服务专业团队还将协助斯里兰卡政府建立配件库,为后续服务提供充分保障。

据了解,这是近年来中国出口亚太区域成交额较大的机械装备类政府采购项目。将进一步提升中国制造在国际市场的地位和影响力。福田雷沃重工自2004年起开始进行国际市场开拓,在此过程中逐步朝向“全球创造、中国制造,全球分销”的商业模式发展。为

打造企业的国际化竞争优势,实现技术研发走出去的策略,先后在欧洲成立重点针对大马力拖拉机、大型收获机械等高端农业装备的研发中心,在日本成立重点针对液压、电控等工程机械关键核心技术的研发中心,成功搭建起以欧洲、日本技术中心为高端平台,与雷沃国内工程技术研究院三足鼎立的全球研发体系,使核心技术实现了与世界同步。

在实现技术、供应链与世界同步的基础上,福田雷沃还将海外营销网络的构建与服务网络的打造放在同等重要的位置。从走向海外初始,福田雷沃就对海外服务网络体系建设进行了规划。其中,起步阶段为委托服务,公司对海外经销商的服务站进行服务授权,委托其全权负责公司产品的服务。随着公司海外业务量的迅猛增长,海外服务升级到了技术支持下的代理服务阶段。目前,福田雷沃重工的海外服务已步入建立完善的售后服务体系的第三阶段。通过在重点区域建立售后服务中心,目前福田雷沃已建成了由300多家销售服务商组成的覆盖120个国家和地区的集“销售、服务、配件供应、用户培训与信息反馈”五位一体的全球营销服务网络体系,将雷沃系列产品带入更广阔的国际市场。

近年来,在国际金融危机的不利背景下,福田雷沃海外业务却是好事连连。凭借性能卓越的产品和良好的服务支持建立的卓越口碑,接连赢得蒙古、阿尔及利亚、埃塞俄比亚、苏丹、斯里兰卡等政府大订单,此类政府援外型大订单已占到公司海外业务量的1/3,多个政府援外大订单的有效执行,也一定程度上为“中国制造”逐步累积着良好的海外口碑。

据统计,自2005年至今,福田雷沃重工出口产品已涵盖农业装备、工程机械、车辆三大产业,累计销售超过16万台各类机械。今年前三季度的海关出口数据显示,雷沃拖拉机在中国出口市场的份额达到27%,持续领跑行业。

山东大华再摘桂冠

● 山东大华机械有限公司 朱 鹏

金秋十月，丹桂飘香。山东大华机械有限公司喜讯连连，迎来了自己的丰收季。

由该公司自主研发生产的“1SZL-300 深松整地联合作业机”、“2BMYFS-16(5)/8(5)-4 深松免耕施肥播种机”，在“2014 中国国际农业机械展览会”上分别摘得展会金奖、展会创新奖两项大奖。

2014 年 10 月 28 日，由中国农业机械流通协会、中国农业机械化协会、中国农业机械工业协会主办的 2014 中国国际农业机械展览会在武汉国际博览中心盛大举行。本届展会作为世界知名、亚洲最大的农业机械展览会，得到了国内外农机界人士的广泛关注，引发了各农机生产企业、农机经销企业、农机用户等群体的极大参与热情。本届展会展览面积达 20 万平米，参展企业达 1800 余家，中外观众达 13 万人次。

本次展会上山东大华机械有限公司展出的“1SZL-300 深松整地联合作业机”是大华公司吸收世界最先进的深松技术，采用原装进口欧洲的深松铲研发的新型复式整地机具，具有其它型式的深松机不可比拟的优点：1、作业质量高。深松铲采用特种弧面倒梯型设计，作业时不打乱土层，不翻土，实现全方位深松，形成贯通作业行的“鼠道”，松后地表平整，保持植被的完整性，经过旋耕碎土作业和重型镇压轮镇压，具有保墒效果并起到限位作用，可最大程度的减少土壤失墒，更利于免耕播种作业；2、适应性强。适用于不同质地及秸秆覆盖量的土壤进行作业，高强度框架结构，主梁离地、梁与梁之间距离均超过 60 厘米，避免堵塞，特别是在秸秆覆盖量大的地块作业不会产生壅堵，深松与旋耕整地工作深度可独立调节，利用油缸和多个调节孔进行调整，方便快捷；3、使用寿命长。采用进口原装钢材制造的深松铲，具有高强度和高耐磨性，旋耕机采用大中箱球铁箱体，配备了十模数齿轮和新材料耐磨旋耕刀具，使整机强度全面提高。公司展出的“2BMYFS-16(5)/8(5)-4 深松免耕施肥播种机”，用进口弧面倒梯形深松铲生产的“W”系列深松机与系列免耕施肥播种二代机组合，可与 100-200 马力拖拉机配套使用，作业幅宽从 2-3.5m，播种行数从 14-20 行，可一次性完成全方位深松土壤、深施化肥、苗带旋耕、施种肥、畦土覆平、双圆盘开沟器开沟、播种、镇压、等多道工序。

一枝独秀看时风

无论是群雄争霸的展会现场，还是竞争激烈的发展赛场，这艘冠盖全国的“企业航母”始终风帆高扬，一马当先。

一枝独秀看时风

长江浩荡，楚地争雄。

10月28日，为期3天的2014中国国际农业机械展览会在三楚重镇——江城武汉拉开帷幕。

在这个1800余家国内国际农业机械行业参展商参加的“亚洲第一、世界知名”的农业机械展览会上，名企云集，各出高招，一番激烈角逐之后，谁是真正的“农机王者”？

作为连续多年成就“中国农机工业第一”传奇的时风集团以行作答，无论展会场内场外，均在全国同行业中一枝独秀，成为名副其实的“农机之王”。

在今年经济下行压力下，时风仍能步步为“赢”，取得如此佳绩，着实令人赞叹！“时风超市”成国际农机展会焦点

在时风展区，记者看到，时风各类展品一应俱全，“时风产品超市”的标识赫然醒目，参观者摩肩接踵。“在本届农业机械展览会上，我带领公司营销、技术、管理千人团队参加，为参会人数最多

的企业。同时，时风展位面积最大，展区面积2697平方米，借助这一广阔平台，我们引入‘时风产品超市’理念，展台设计制作层次高，参展产品最多，现场人气最为非常火爆。”时风集团总经理刘成强介绍说。

据了解，为参加好此次展会，时风集团精心准备：除了强大的参会阵容、齐全而精良的参展产品外，会场内外的宣传也做足了文章，随处可见热情洋溢的宣传标语，方便参观者入场的展区标识，无不体现出时风的真诚、用心。此外，时风集团全力打造的时风文化形象墙、时风收割机展区、时风拖拉机展区、时风三轮汽车展区、时风电动汽车展区、时风轻卡展区、时风巨兴轮胎展区、时风发动机、配件展区、举行大型抽奖活动区等8大亮点，更以其独特魅力“添彩”盛会，在千里之外的武汉书写出时风浓墨重彩的一笔。

时风文化形象墙高层次，组装大型LED彩色电子屏，充分体现科技感、现代感、高层次，播放能体现公司新工艺、新装备、新技术和各类高端机器人生产的视频内容，以突显时风集团雄厚实力以及时风产品的高技术含量、高质量标准的特点。精心组织制作企业文化展板，充分展示了时风集团雄厚

实力、先进的企业文化以及公司发展新成就。时风产品展区内全系列产品全部亮相，亮点纷呈。在一辆辆时风电动汽车、时风收割机等产品前，各地客商认真观摩，详细听工作人员介绍，或坐在驾驶室里“过把瘾”，或用手机拍照留作资料，不少外国客商穿梭其间，咨询洽谈，对优质的时风产品无不挑出大拇指深表赞赏。

经销商是推动时风发展的一支重要力量。重情重义的时风对广大经销商始终高看一眼，厚爱一层，本届展会上更是为广大经销商及关心支持时风事业发展的嘉宾准备了电动汽车、液晶电视、三星手机、手机充电宝、便捷手电筒、时风雨伞、精美小礼品等价值40万元的丰厚礼品，他们可通过参加“扫描二维码关注时风”抽奖大型活动登台领奖，在获益颇丰中感受时风的深情厚谊。河南周口天利汽车贸易公司总经理孙玉田参与抽奖活动，幸运地摘得特等奖，获得时风电动汽车一辆，他高兴地说：“我们企业和时风合作18年的老朋友了，是时风壮大了我们的企业，也成就了我的事业，目前，公司年产值达4000万元。通过本届展会更增强了我们与时风合作的信心，下一步继续加强合作，一心一意卖好时风产品，开创更广阔的共赢之路。”

在展会期间，时风以强大的实力、精心的准备和丰富多彩的活动，赢得万众瞩目，“时风产品超市”成为整个国际农业机械展会的焦点，3天时间共吸引近6万人次参观交流、咨询洽谈，展区内全部展品被经销商抢购一空，时风产品的知名度和品牌影响力借助盛会东风得到进一步提升，时风集团和广大经销商“合作联盟”更加巩固，合作范围和领域继续扩大，为时风再攀发展新高峰夯实了基础。

时风惊艳亮相的背后

在展会上的突出表现，折射出的是时风集团精彩的发展轨迹、强劲的发展势头和巨大的发展潜能。

回首过去二十年，时风集团与广大经销商共同创造时风三轮汽车市场大繁荣，共同推进时风发动机、拖拉机成为行业第一品牌，共同拓展时风轻卡汽车、农业装备、电动汽车市场，共同成就时风中国农机工业第一。随着产业链的不断延长，促使时风集团发展规模不断扩大，从昔日集团成立之初的占地80亩，员工1500人，总资产4200万元开始，先后规划建设总装厂、工业园、汽车厂、热电厂、轮胎公司第一工厂、第二工厂，电动汽车第一工厂、第二工厂，现已形成了总占地5000亩，员工30000人，总资产60亿



元的国家大型企业。2011年以来,针对转型升级的发展要求,时风集团发出了“请跟我来”的真诚呼声,号召广大经销商与时风共同转型升级,建设时风超市,在更广阔的合作平台上共创发展新局面,得到了广大经销商很好的回应,很多经销商根据市场需求调整了产品结构,引进适销对路的产品,实现了新形势下可持续发展。

今年,面对国内不容乐观的经济形势,时风集团不断加大转型升级力度,加快新兴产业发展步伐,1-9月份,实现主营业务收入246.9亿元,同比增长6.1%;利税12.8亿元,同比增长11%。辉煌的战绩,在中国农机工业企业内一枝独秀。

— 时风五大产业园又有新进展。时风化纤轮胎产业园总投资10亿元建设3.5万吨锦纶工业布聚合纺丝项目,建成后将形成年产10万吨锦纶切片、锦纶丝、帘子布等相关产品生产能力,成为全国最大的锦纶产业基地;

— 工艺装备高端制造之路越走越宽阔。先后引进了近500余台数控加工设备,11条自动化铸造线,400余台焊接、搬运、涂装机器人,大幅提升了零部件质量保证能力;

— 跟进市场需求抢抓市场新机遇。在刚刚结束的秋季广交会上,时风订单额度突破4000万美元,创历史新高;

— 电动汽车新兴产业发展呈现新亮点。按照电动乘用车要求,最新研发D102、D201、D202新车型。D102车型按都市SUV的风格设计开发,融合时尚、创新元素,适应年轻消费群体需求。工信部、公安部、发改委等多部委到时风集团调研电动汽车产业发展,对于电动汽车产业发展释放了积极信号。随着品质的提升,时风电动汽车销量不断提升,目前日产量达200辆。今年1-9月份产销电动汽车3.7万辆,预计全年产销电动汽车超5万辆。

时风发展好,捷报频传来。

打铁靠的“自身硬”。时风集团能在群雄争霸的展会现场“独领风骚”,离不开在竞争激烈的发展赛场上勇夺冠军的超强实力,两者合二为一,更能相互促进,成为谱写时风发展新篇章的巨大动力。

新常态下开创发展新局面

对于当前我国经济面临发展的“新常态”,时风集团有着自己的

理解。

“我们认为,对于今后市场的判断,‘市场需求减少是新常态,竞争越来越激烈是新常态,用户越来越挑剔是新常态,产品结构不断调整是新常态’,适应这种新常态,需要我们双方更加努力,作为时风要不断提高产品质量,为用户提供更高质量,更加适应用户需求的好产品。作为经销商要加大宣传,提升服务,根据市场需求调整产品结构,加强厂商合作,共同应对市场。”在展会招待晚宴的致辞中刘成强向广大经销商坦诚地说。

为开创新常态下的发展新局面,今年以来,时风集团坚持“传统产业转型升级、战略新兴产业加快发展”的战略思路,坚持主业发展不动摇,巩固提升三轮汽车等传统产业行业第一的主体地位。抢抓农机补贴机遇,开发战略新品,全力打造中国现代农业装备第一品牌;坚持“大进大出”的经营思路,以质量赢市场,全力打造中国锦纶产品第一品牌;抢抓新能源汽车产业发展机遇,集三万员工之力,全力打造中国电动汽车第一品牌。与此同时,时风集团积极与农机部门全面对接,严格按照市场规则,用良好的产品赢得市场和用户的认同,在同行业间传递了正能量。“时风集团企业大:产品开发有人才支撑,产品可靠有装备保障,售后服务有资金、有队伍,经销商卖不担心,农民用可安心。时风集团大企业:产品结构调整快,产品质量可靠好,售后服务有保障,经销商可以放心销,全国用户争先恐后买。”到过时风的各级领导、经销商、用户无不发出如此赞叹。

在2014中国国际农业机械展览会上,时风一枝独秀,收获巨大,更为明年的发展奠定了坚实的基础。“广大经销商通过看时风新产品和与全国同行业产品比较,进一步坚定了时风合作的信心,时风营销、技术、管理千人团队以良好精神面貌参会也从中感受到时风的力量,这就是时风在本届展会上取得的最大效果。”刘成强对记者说。

乘盛会东风,谱发展新曲。在未来发展中,时风五大产业园、四大百亿产业内涵将更加丰富,同时,伴随着扬名展会的“时风超市”理念的深入人心和逐步完善,时风发展必将翻开更加崭新的一页,创造更加辉煌灿烂的明天!



勇猛玉米籽粒收获机“首秀”东北市场



勇猛机械黑龙江省佳木斯市用户 兰恭山

携手勇猛机械 共成长共辉煌

——记走进勇猛玉米场佳木斯之行

2014 中国国际农机展落幕后，全国各地的“三秋”作业也已基本结束。从保定、石家庄再到淮北，在过去的一个多月里，记者奔走各地的玉米场之间，看到了先进适用的玉米收获机械给农民用户带来的便利，也体会到了农人收作业的艰辛。目前，“三秋”作业步入尾声，记者再次出发，来到广袤的黑土地，用镜头和文字记录下东北农人的身影。

11 月 6 日，佳木斯的气温已是零下八度。这个时节，即便是秋收最晚的黑龙江地区，也只剩下种植在山区的玉米尚未收割。驱车行走小兴安岭余脉，山间风景醉人。记者看到，大部分山地已经被开垦，种上了粮食，“东北大粮仓”名不虚传。经过近两个小时的颠簸，记者看到了正在作业的勇猛玉米机。记者感叹，在这个连手机信号都没有的深山里都能看到勇猛玉米机，其市场开拓能力真是不容小觑。

看到记者一行的到来，车主兰恭山热情的下车打招呼。交谈中，记者了解到这台勇猛玉米机是试验机型，可以实现籽粒直收，目前并未投放市场。作为勇猛的铁杆粉丝，兰师傅幸运的被选中，成为试验机型的用户。

兰师傅告诉记者，从上世纪八十年代开始，他就从事农机工作，大大小小的农机看过不少，开过不少，也修过不少。十年之前，一台勇猛玉米机让这个“农机专家”为之心动，成为了勇猛在黑龙江地区的第一批用户。“当时在黑龙江地区几乎没有自走式摘棒型玉米机，勇猛玉米机质量好，效率高，服务也及时。要买玉米机，勇猛是最好的选择”，兰师傅说。

在过去的十年里，兰师傅先后买过四台勇猛玉米收割机，每一台的作业效果都十分出色。直到现在，那四台玉米机仍然奋战在秋收一线，风采不减当年。今年这台勇猛籽粒直收型玉米机虽然是试验机型，但作业效率当仁不让，平均每天作业 150 亩以上。而且，厂家派专人跟踪服务，所有问题均可在第一时间得到解决。

机收作业很苦、很累，但也是致富的有效途径之一，如果能有一件称手的“致富利器”那么这条致富之路将格外顺畅，兰师傅便是如此。十年间，勇猛玉米机让兰师傅赚的盆满钵满，如今他承包了三千亩山林地，搞起了休闲山庄，还建了一个屠宰场。这个老农人借着勇猛的春风，成了庄主、场主。

“勇猛玉米机一点也不比国外的品牌差，性价比高，作业效果好，服务周到。我们村基本都用勇猛玉米机。在我看来，勇猛就是国内玉米机行业的领军企业。”兰师傅说。

兰师傅的这番话在黑龙江万邦农机集团有限公司郭玉祥经理那里也得到了印证。作为黑龙江地区的第二大农机销售公司，黑龙江万邦农机集团有限公司与勇猛机械的合作要追溯到 2006 年。在双方的共同努力下，勇猛机械在黑龙江的市场逐步打开。“勇猛”从一个名不见经传的品牌成长为如今家喻户晓的“玉米收获专家”，黑龙江万邦的经营规模也越来越大。

郭玉祥说：“虽然现在合作伙伴越来越多，但是勇猛机械仍然是我们最亲的兄弟，最好的朋友。勇猛玉米机质量好，收益高，更新换代快，当地市场占有率在 50% 以上，用户评价也相当高。”

勇猛机械作为玉米机专业生产厂家，除了在产品研发方面有较大优势，还向用户提供专业的服务。记者了解到，在黑龙江地区，由“三包”服务站为勇猛用户提供服务，与普通经销商的服务相比，服务站的服务更专业、及时。“三秋”服务结束后，勇猛机械还将对用户进行回访，收集用户意见为产品革新提供参考。

走过河北、安徽、黑龙江三个玉米场，对于这次黑龙江之行，记者感触最深的两个字就是“成长”。用户、经销商与勇猛机械一起成长，在这一过程中，用户富裕了，经销商壮大了，勇猛机械发展了。摆在眼前的事实让记者相信，未来，这些曾经的“成长”都将成为辉煌的“成绩”，有了用户及经销商的支持，勇猛机械的未来不可限量！



玉柴机器服务人员为车辆进行检查

保障 APEC 峰会

——200 余台玉柴发动机开足马力

继 2014 年“两会”之后，玉柴股份再次以幕后功臣的身份，为重返中国的“APEC 峰会”提供全程保障服务。

在此次 APEC 峰会指定服务用车中，搭载玉柴发动机的会议用车达到 85% 以上。为了提供全程的保障服务和产品跟踪，玉柴股份成立了专项工作小组，全力配合保障工作，确保车辆正常运营。

200 余辆车搭载玉柴发动机 为 APEC 提供动力保障

据了解，在此次 APEC 峰会主办方指定的会议用车中，搭载玉柴发动机的会议用车约有 210 辆。其中包括 10 辆搭载玉柴 YC6L 发动机的接待用车，在雁栖湖主会场接待内部领导和媒体记者；110 辆同样搭载玉柴 YC6L 发动机在鸟巢接送领导的会议用车；以及 90 辆用于酒店与会场之间接送领导人及与会人员的搭载玉柴 YC6J/YC6G/YC6A/YC6L/6MK 等型号发动机的车辆。

除此之外，在怀柔区域内（雁栖湖主会场位于北京市怀柔区），为保障交通运力，还有 600 辆左右搭载玉柴发动机的公交车在运营。这些车辆都是玉柴专项服务小组此次保障的对象。

“由于 APEC 峰会的主办方对于服务用车要求十分严格，为此，玉柴在产品研发、产品质量及安全性能方面都非常用心。”玉柴股份驻北京办事处主任刘明表示，由于玉柴发动机常年用于各大会议的服务用车，所以玉柴机器始终秉持产品品质“常态化，长效化”的理念；此外，在保证产品质量的同时，加大产品的使用周期也是玉柴股份不断追求的目标。

为了更好地完成 APEC 峰会的保障工作，玉柴股份不仅提升了产品性能和反应速度，同时也在加强产品质量，提升玉柴在国际市场的影响力。刘明告诉记者：“由于这次使用玉柴发动机的车辆较多，分布较广，让来自 21 个国家的领导人及与会人员充分感受到中国自主品牌的发展，并体验到了高品质的玉柴动力。有力提升了中国自主品牌在国际市场上的地位和影响力。”

全面部署 确保 APEC 峰会万无一失

“由于在 APEC 峰会期间，会议及活动场地较固定，驻地范围相对集中，所以公司对服务驻点的分布更加密集。这也是根据会议和举办方要求进行的布局。”刘明说道。

据了解，此次 APEC 峰会主要以国家会议中心和怀柔雁栖湖为会议、活动中心。为保障会议服务，玉柴股份在这两地分别设立了 24 小时服务保障点，并派出相关的技术人员和售后服务人员，以随时应对突发事件。

在服务团队配置方面，据刘明介绍，玉柴股份成立了由五部分组成的 APEC 会议保障小组，对搭载玉柴发动机的车辆进行全程跟踪和及时监测，其中包括指挥组、巡查组、配件组、公交保障组及会议直接保障组。

为了确保保障服务万无一失，公司还从玉柴客户服务中心调派 4 名经验丰富的工程师进驻保障点，全程参与保障服务，及时处理和解决现场车辆出现的故障，确保车辆的正常运营。同时，总部临时调拨 7 个玉柴服务站 24 小时待命，为出现故障车辆进行维修，并对所在区域的车辆开展前期安全检查。

在 APEC 峰会举办期间，如发现车辆在发动机方面出现任何问题，相关工程师和临时服务站将作为前端技术人员，为车辆进行维护和维修，并以玉柴工程研究院为后盾，形成一条完整的服务保障体系，提供及时有效的技术支持。公司会根据搭载玉柴发动机会议用车的实际数量，调配有经验的工作人员，各企业如有任何有关发动机方面的问题，都可以得到合理的解决方案和售后服务。

“在保障工作中，人和配件缺一不可。既要有员工及时解决相关情况，又要有储备配件为车辆维修做好准备。在会前阶段，公司安排了一系列的相关知识培训，让技术人员和售后服务人员准备充分，尽量考虑到会中有可能发生的一切突发情况，以备不时之需。”刘明表示。

约翰迪尔、哈银金融与龙江农机三方共议农机租赁销售

10月29日，由约翰迪尔全球农业及草坪事业部总裁马克·冯·潘驰（Mark von Pentz）先生带领中国区团队一行八人莅临黑龙江省农机公司，随行的有约翰迪尔中国投资有限公司总裁刘镜辉先生，中国区市场部总经理范兆祺先生以及市场部销售总监杨小飞先生。

此次不仅有马克先生的莅临，同时也有幸邀请到正在与黑龙江省农机公司合作的哈银金融租赁有限责任公司总裁李理先生，三方就农机领域生产厂家、经销商及金融机构深化合作事宜，进行了深入探讨，也为未来的金融支持在农业领域生根发芽拓展了更广阔的发展方向。

此次三方齐聚共商大计，预示着农机租赁销售将以全新的合作形式展开。



前左：约翰迪尔全球农业及草坪事业部总裁马克·冯·潘驰

中联重机设立欧洲研发中心

继年初在美国落子成立农机研究所后，中联重机欧洲研发中心又在意大利正式成立。

11月12日，全球规模最大的农机及园艺机械展EIMA在意大利博洛尼亚开幕，汇集了德国、法国、英国、俄罗斯、美国、中国等全球40多个国家和地区的1800余家农机制造企业，中联重机欧洲研发中心在本次EIMA展会上正式成立。

中联重机携旗下农业机械和园林机械等16款适合包括欧洲在内的市场需求的新品亮相，参展产品全部针对欧洲农艺特点和用户需求量身设计、开发，展出的拖拉机、农具和园林机械等多款产品通过了E-mark、CE认证，技术和品质采用国际标准。

“未来，中联重机将结合全球高端农机市场需求，致力于开发生产高效、节能的农业机械，大中型农机产品将广泛采用信息化、智能化技术以及全球卫星定位系统等，引领智慧农业发展。”中联重机公司副总经理陈拥军透露，引进全球高端农机人才，加大全球资源

整合力度，将有助于实现中国农机全球化发展。

作为世界农机主要生产国和销售国，意大利拥有众多世界级的农机厂商，所生产农机产品大部分用于出口。数据显示，早在上个世纪90年代，意大利拖拉机出口量就占其总产量的70%以上。此外，中意农机行业协会长期保持友好往来，双方曾签署中意两国农机工业合作备忘录，为两国农机企业的交流与合作建立切实有效的途径和渠道。

“中意两国发展农业机械化的模式有许多相互可以借鉴的地方，意大利中小型农用机械产品多，适合中国国情和在中国推广，中国的中小型农机产品在意大利也具有很好的市场前景。”陈拥军表示。

业内人士分析，在发展趋势方面，中国农机出口开始向大型化转移，尤其是拖拉机和收获机械，出口金额上升。中联重机欧洲研发中心在意大利成立，将加速我国企业在农机领域的全球高端技术资源的整合。



今年市场变脸，明年意欲何为

——2014~2015年大中型拖拉机市场综述与展望

拖拉机市场进入今年以来，突然变脸，创下多年未有的最差业绩，大中小拖拉机全面下滑，其下滑幅度之大，市场之惨烈多年未遇，着手让业内人士措手不及，大跌眼镜。市场调查显示，截止10月底，累计销售各种型号拖拉机159.76万台，同比下降9.81%，其中，大中拖、小拖分别销售40.27万台、119.49万台，同比分别下降8.97%、

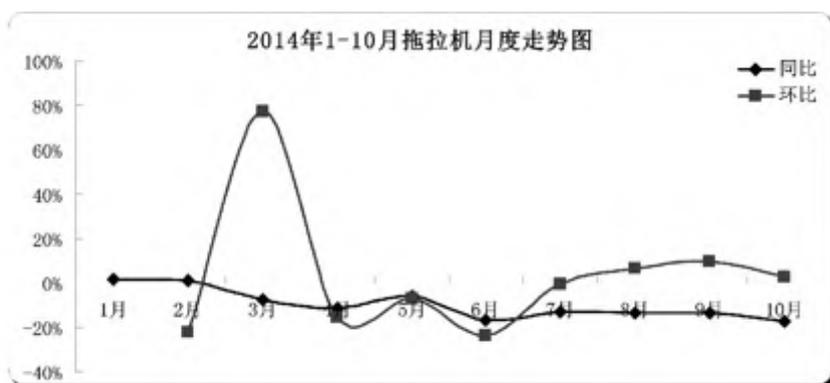
10.09%。从过去10个月拖拉机的月度走势看，同比在经历了1、2月份小幅增长后，开始了长达8个月的下滑之旅；环比虽有起伏，从其波动中依然感到市场之冷。

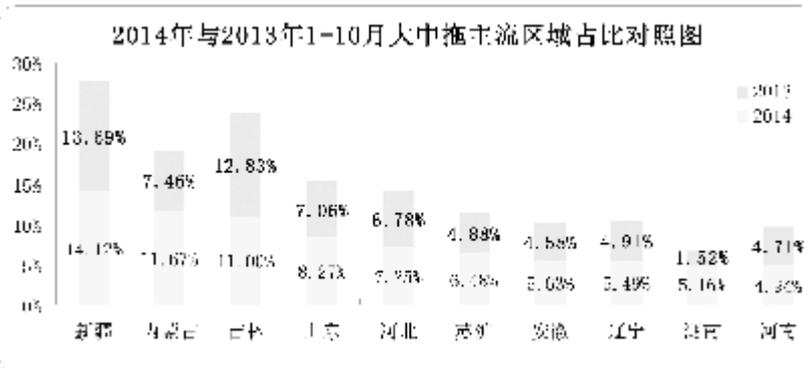
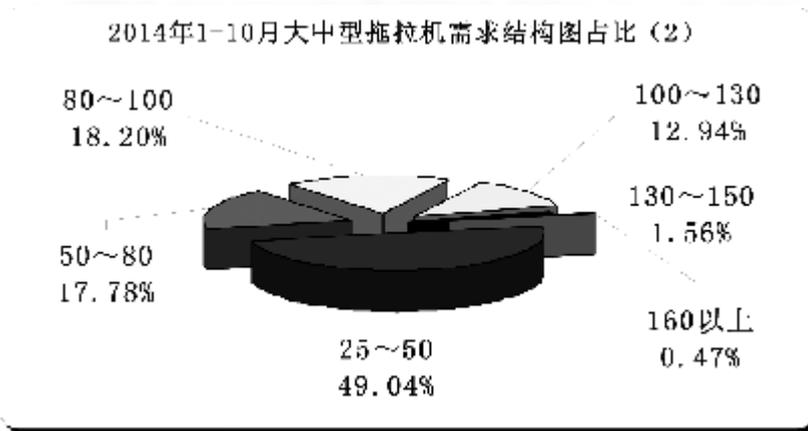
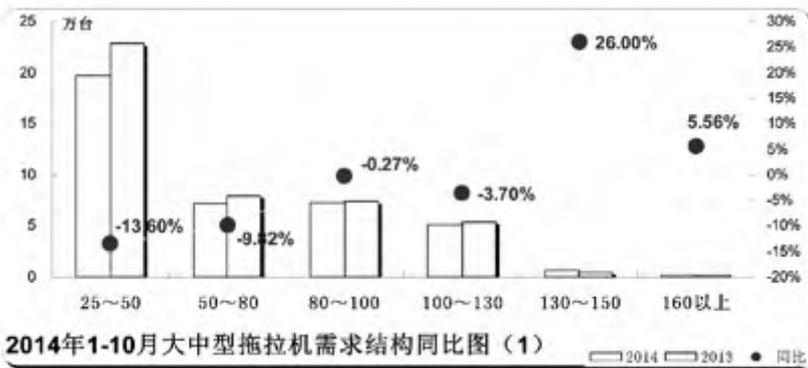
大拖小幅增长，中拖大幅度滑坡

从大中型拖拉机市场需求结构分析，各个马力段的市场表现出现较大差异，80马力以下的中型拖拉机出现较大幅度下滑，市

场调查显示，截止到10月底，规模企业累计销售26.91万台，同比下降12.63%；其中，25~50马力段拖拉机累计销售19.75万台，同比下降13.6%。而80马力以上大型拖拉机市场出现小幅下滑，累计销售13.36万台，同比下降0.6%，其中，80~100马力销售7.33万台，同比下降0.27%；100~130同比下降3.7%；130~160同比增长26%；160以上同比增长5.56%。

随着各个马力段需求量发生此起彼伏的变化，大中型拖拉机内部各个马力段的占比也出现一定的调整，80马力以下的中型拖拉机占比下降了2.8个百分点，其中，25~50中型拖拉机占比下降2.63个百分点；50~80马力下降0.17个百分点。80马力段以上的出现不同程度的增长，其中，80~100马力增长1.59个百分点；100~130马力增长0.71个百分点。130~160马力段增





长 0.43 个百分点，160 马力段以上的增长 0.06 个百分点。

**主流区域“旱涝不均”，
非主流市场大幅度滑坡**

从过去 10 个月大中型拖拉机市场的区域需求分析，呈现出两个突出特点：其一，主流区域小幅攀升，区域集中度大幅度提高，市场调查显示，排在前 10 位的主流需求区域累计销售各种型号的大中拖 28.5 万台，同比增长 5.36%；占比 78.57%，较去年同期增长 10.17 个百分点。其二，区域发展不平衡，前 10 位的主流需求市场“六增四降”，其中需求量最大的新疆市场同比下降 5.36%、吉林市场下降幅度高达 21.3%，河北、河南出现小幅下降。与之形成鲜明对比的六成区域出现不同程度的增长，尤其是内蒙古、江苏、湖南、安徽均出现两位数以上增幅，同比分别增长 43.39%、21.76%、12.71%和 211.67%。占比也出现不同程度的攀升。

需求结构调整，多重因素催生市场变局

今年大中型拖拉机市场变脸看似在预料之外，其实在情理之中。如果我们仔细分析大中型拖拉机的基本发展现状与今年面临的各种客观环境，不难看出市场已经早于 2010 年即出现拐点迹象，突出表现为内生性需求因饱和开始减弱，需求结构发生较大变化，大型拖拉机尚有增长空间，中型拖拉机已经严重饱和，具体表现为以下几个方面。

其一，刚性需求降低，市场趋于饱和。

大中型拖拉机市场在农机补贴政策的刺激下，连续多年保持高位运行。年度需求量从2001年的3.5万台猛增至2013年的42.1万台，尤其自2004年之后，年度需求量逐年提高，年度同比增幅最高时达到91.4%。大中型拖拉机保有量也水涨船高，2013年高达527.02万台，同比增长8.6%。机耕水平随之攀升至76%，在平原区域基本实现耕作机械化。拖拉机市场需求动力由刚性需求逐渐过渡到市场更新的拉动。

其二，农机补贴变化，持币待购气氛浓厚。今年单台农机补贴的额度出现较大幅度的下降，消费者寄希望于拖拉机的降价，许多区域出现持币待购现象，也是导致拖拉机市场出现较大幅度滑坡的一个重要因素。

其三，区域自然灾害传导至市场终端，导致购买力下降。近年，我国自然灾害严重

影响拖拉机市场购买力，如黑龙江市场，由于连续两年的洪涝灾害，导致粮食作物减产，农民收入锐减，购买力下降。

其四，收益下滑，拉力削弱。保有量的持续扩张带来的直接后果是拖拉机作业竞争加剧，拖拉机经营收益出现较大幅度滑坡，对拖拉机市场潜在消费者产生较大的负面影响。

其五，土地流转导致需求转型。农业合作社、农机合作社、家庭农场、农机大户的崛起，尤其是土地流转的加速，导致我国拖拉机市场需求进一步向大型化方向发展，需求结构出现较大变化，大型拖拉机的增长，从数量上降低了拖拉机市场的需求。

竞争格局渐趋稳定，主力品牌量价齐跌
大中型拖拉机市场经过多年的激烈竞争，主力品牌企业利用其巨大的竞争优势以及品牌资源，不断扩张和巩固了其市场统治

地位，占据着主要的市场份额，形成了日趋稳定的竞争格局。

市场调查显示，截止到10月底，七大主力品牌累计销售25.74万台，同比下降14.33%；占比63.93%，较之去年同期小幅下滑4个百分点。从七大品牌个案分析，除时风小幅增长外，其它品牌均呈现出不同程度的下降。福田、时风占比小幅增长。

从竞争焦点看，大中型拖拉机市场的竞争由过去围绕价格、服务、渠道等的竞争进一步回归以产品为中心的性能稳定性、使用可靠性、高效和技术先进等核心价值竞争，今年受市场下滑因素影响，一些企业又开始擎起价格大旗，导致整个拖拉机行业效益大幅度滑坡。

利润缩水，效益大幅度滑坡

今年前9个月，176家规模企业经济统计数据显示，拖拉机效益大幅度滑坡，实现利润17.2亿元，同比下降24.34%，实现主营业务收入479.71亿元，同比下降1.24%。与此同时，负债与应收账款同比出现14.6%和8.63%的增长。另据20家重点拖拉机企业截至到10月底的统计数据也同样反映了这个问题，所不同的是利润下滑幅度没有那样“夸张”，下降幅度为14.85%。应收账款与应付账款的增幅较之去年缩小，反映出企业市场运作质量较之过去有所提高，许多企业在拖拉机市场大环境滑坡的情势下，都不约而同的选择了谨慎为先的操作理念。

出口结构调整，主力出口市场大幅度增长

两驱型拖拉机		补贴额度			额度差	
机型	2014	2013	2012	2014	2013	
900	23000	25000	27000	-2000	-2000	
950	25000	26000	27000	-1000	-1000	
1000	27000	27000	30000	0	-3000	
1100	27000	27000	30000	0	-3000	
四驱型拖拉机		补贴额度			额度差	
机型	2014	2013	2012	2014	2013	
1004	38100	39000	46000	-900	-7000	
1054	38100	39000	46000	-900	-7000	
1104	42000	56000	58000	-14000	-2000	
1154	42000	56000	58000	-14000	-2000	

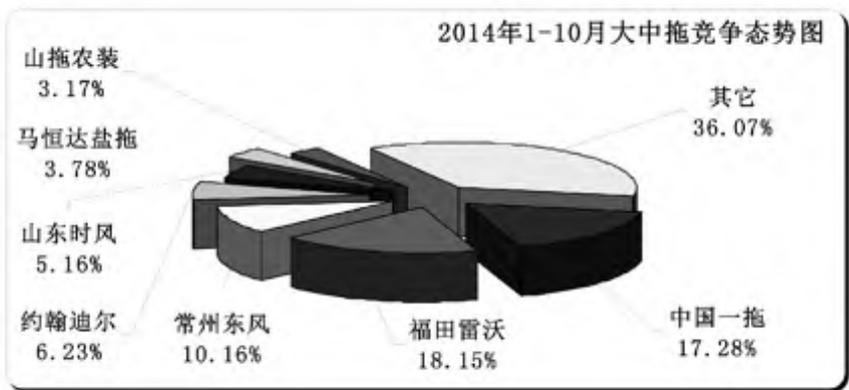
今年我国拖拉机出口市场增势良好，海关统计显示，截止到9月底，累计出口各种拖拉机12.2万台，实现出口额3.4亿美元，同比分别增长10.17%和-10.3%。出口额同比连续两年出现下降，预示着我国拖拉机出口呈现出新特点：

从拖拉机出口额分析，作为占比74.93%的轮式拖拉机表现决定了整个拖拉机出口市场的走势，从前9个月的出口分析，轮式拖拉机出口同比出现17.14%的大幅度滑坡，拉低了整个拖拉机出口市场，整体走势下滑10.3%。

从出口量分析，累计出口122119台，同比增长10.17%。出现量增额跌的原因主要是出口单价出现下滑，较之去年轮式拖拉机单台均价下滑了0.26万美元。说明今年我国轮式拖拉机出口较之去年，趋于小型化。

今年前9个月，轮式拖拉机出口区域市场出口区域集中度进一步提高，出口量前10的主流市场占比72.66%，较之去年提高了13.31个百分点。从出口国家分析，俄罗斯、乌克兰、缅甸、埃及依然是我国轮式拖拉机的主流出口市场，截止9月底，分别出口8721台、11201台、4819台和3981台，同比分别增长16.47%、56.39%、322.72%和85.34%。这四大出口区域占全部出口的64.39%，较之去年同期提高了22.35个百分点。

手扶拖拉机出口主要集中在亚洲，区域集中度呈现出增长的特点。统计显示，排出口前10的目的地国累计实现出口7299.21



万美元，同比增长11.96%，占比93.25%，较之去年提高了1.08个百分点。其中孟加拉国、印度、乌克兰、缅甸分别实现出口额4459.86万美元、1028.52万美元、646.55万美元和629.86万美元，同比分别增长58.37%、-15.92%、-42.39%和7.97%。

周期性需求变化影响市场，

明年或将小幅上扬

大中型拖拉机市场经过多年高速发展，自2010年开始已经进入了成熟期，增速放缓，结构调整特点突出，今年总体运行正是在这种大气候中发生的。虽然今年补贴资金较去年明显增多，但由于刚性需求不足，大中型拖拉机全年需求呈现明显的下降趋势。产品需求结构进一步升级，100马力及以上大拖或将实现小幅增长，80马力以下中型拖拉机下滑已成定局，接下来的两个月不会出现根本性变化，只是对下滑幅度大小产生一定影响。

随着土地流转以及购机政策的引导，终

端客户构成发生明显的变化，以合作社、农机大户、种植大户为代表的大客户比重明显上升。由此决定了客户需求快速升级，小拖发展至中拖、水田作业马力升级至70-90马力、中原区域客户向120马力、四驱机型发展。这些变化进一步诠释了我国未来拖拉机市场需求的新变化。

从区域市场判断，“三北”作为我国大中型拖拉机的主流市场，近年不会发生根本性变化，如果有变化，也只是内部之间的随机性调整。从明年市场分析，东北区域或将出现反弹，中原区域由于拖拉机作业功能单一化，拖拉机收益下降，市场需求动力不足，产品动力升级较明显；以新疆为代表的西北区域或将出现小幅滑坡。

从大中拖的需求结构分析，大型拖拉机将成为今后几年最有希望增长的拖拉机板块，预计年度需求或将在12万台左右徘徊，内部需求结构继续向大马力段方向发展。由于大马力拖拉机的增量有限，同时又消化了

2014年1-9月拖拉机工业企业主要经济指标月报表

名称	2014	2013	同比(%)
主营业务收入	179.71	185.71	-3.24
主营业务成本	4.549	420.19	-0.47
利润总额	17.40	24.73	-29.24
资产总计	530.90	436.19	23.62
负债合计	352.43	280.17	25.76
应收账款	95.76	85.39	12.14

2014年1-9月拖拉机出口一览表 单位:台/万美元

名称	出口分析			占比分析		
	2014	2013	同比	2014	2013	增减
轮式拖拉机	23754.46	21081.03	+12.69%	74.65%	81.12%	-6.48%
手扶拖拉机	7828.15	7071.75	+10.84%	25.35%	18.88%	6.47%
履带式牵引车、推土机	8.56	82.95	-97.03%	0.00%	0.22%	-0.22%
其他拖拉机	2.13	75.35	-97.13%	0.00%	0.20%	-0.20%
合计	34266.96	28839.03	+18.90%	100.00%	100.00%	0.00%

2014年1-9月拖拉机进口一览表 单位:台/万美元

名称	进口分析			单台均价		
	2014	2013	同比	2014	2013	增减
轮式拖拉机	440.33	378.85	+16.24%	0.48	0.44	+0.04
手扶拖拉机	189.38	73.24	+159.55%	0.15	0.10	+0.05
履带式牵引车、推土机	1.38	5.0	-72.11%	3.54	1.84	+1.70
其他拖拉机	4.21	1.85	+124.87%	0.32	0.42	-0.10
合计	635.30	568.94	+11.67%	0.48	0.35	+0.13

部分70-100马力段之间的数量,决定了未来几年或将呈现出企稳走势。预计2014年大型拖拉机需求量或将达到10万台左右,出现10%左右的滑坡,15年或将出恢复性增长,并逐年递增。

2014年1-10月份,我国100马力以上

大型拖拉机同比下降4.9%。预计全年下降幅度在5%-6%之间。根据我国大型拖拉机基本发展现状及所面临的环境,预计2015年100马力以上大型拖拉机市场销售或将达到5.5万台左右,以4%左右的增幅小幅反弹。这种判断主要取决于以下几点:

第一,随着农村土地流转的加速,将不断为大马力拖拉机拓展成长空间;

第二,农业、农机合作组织、家庭农场的快速崛起,将为2015年的大马力拖拉机市场发展培植了肥沃的土壤;

第三,以大中拖为主的巨大保有量的更新将成为大马力拖拉机需求的主要动力;

第四,深松作业的蓬勃发展,为大型拖拉机市场带来发展机会;

第五,周期性需求和区域市场(如黑龙江市场)为市场反弹提供机会。

中型拖拉机市场主要受市场周期性需求影响,呈现出规律性的变化。预计;2014年增幅会继续走低,达到23台左右,同比下降10%~15%;2015年或将出现小幅反弹,基于其坚实的基础——1800多万台的小型拖拉机的梯度更新。2015年或将出现小幅反弹,降幅收窄,预计销量达到25万台左右,增幅徘徊在5%上下。

2014年小型拖拉机受整体环境的影响,也将出现较大幅度下滑,预计全年销售或将达到170万台左右,同比下降16%左右;2015年或将出现小幅反弹,达到175万台,增幅在3-5%之间徘徊。

第一,小型拖拉机早已进入衰退期,尤其是小四轮拖拉机,随着农村土地结构的变化,大中型拖拉机将进一步挤压小四轮拖拉机的生存空间;

第二,手扶拖拉机包括微耕机,近年在农机补贴的刺激下,出现了较快的发展,带来的直接结果是市场日趋饱和,在机耕水平不断提高的大环境下,其下滑趋势将逐渐显现。



市场稳健推进，需求酝酿变局

——2014~2015年收获机械市场综述与展望

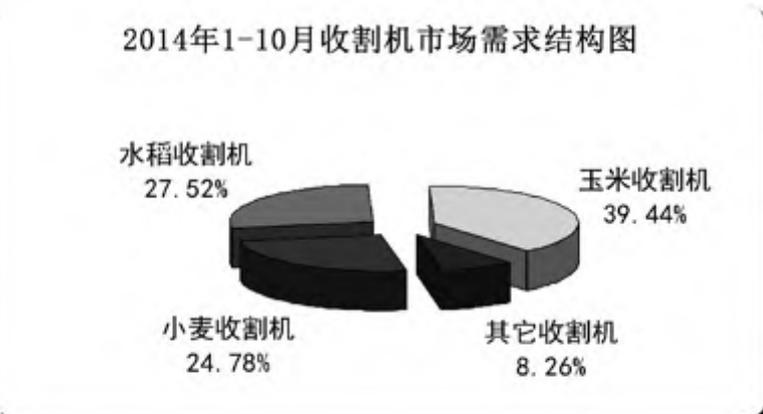
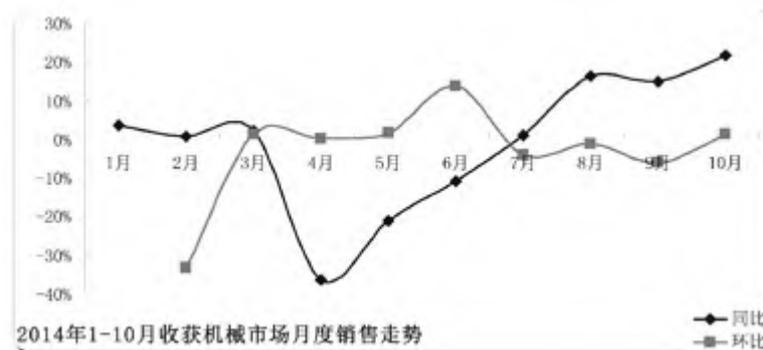
2014年，农机行业成为10余年以来最为特殊的年份，其突出特点表现为主营业务量增利跌，统计显示，今年前10个月，我国规模以上主营业务收入同比增长9.42%的情况下，利润收入下滑了2.72个百分点。出乎人意料的不止这些，还有拖拉机行业结束了连续多年增长，进入拐点，1~10月份，同比下跌8.93%。插秧机市场跌幅达到了28%以上。在行业跌声一片的大环境下，我国收获机械市场却稳住了阵脚，出现稳健推进，进退有据的发展局面。截止到10月末，我国累计销售各种型号的收割机63.49万台，同比增长14.25%，预计全年增幅在10%左右。这是近三年来增幅最大的一年，是继去年小幅增长后的再次较大幅度的攀升。其中，联合收割机销售20.66万台，同比小幅增长1.69%。

从月度走势分析，月度同比走成“V”字形，4月份跌入谷底，开始了连续半年的爬坡之旅，说明今年的收割机市场下半年发力，而其动力很大来自玉米收割机的强力推升。从月度环比看，除2月下月滑惨烈之外，其它月份围绕零度线上下小幅震荡，形成全年的平稳走势。

收割机市场需求结构分析，在联合收割机全系列中，三大粮食作物收割机依然占据绝对数量，市场占有率达到91.74%。三大粮食作物收割机“两降一升”，其中，小麦、水稻收割机销售5.12万台、5.68万台，同比分别下降4.59%和14.63%，玉米收

割机继续保持强劲增长势头，累计销售8.15万台，同比增长24.3%，其它作物收获机械销售1.7万台，同比增长23.71%。

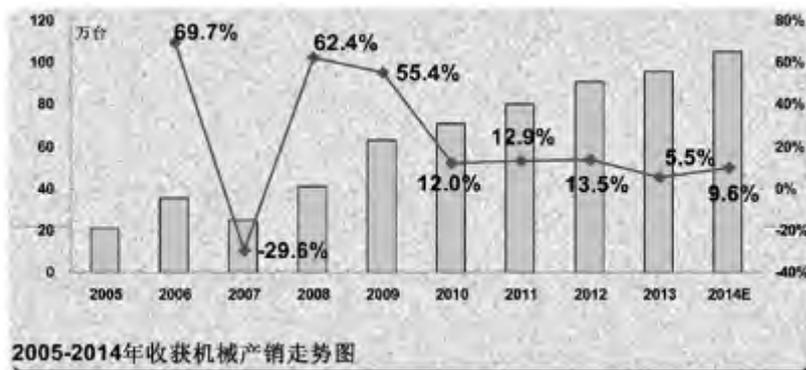
今年收割机市场主要需求区域集中在山东、安徽等省，市场调查显示，排在前10位的需求区域占



1~10月收割机市场区域分布一览表

单位：台

	区域	销量	占比
1	山东	26707	12.93%
2	安徽	24546	11.88%
3	河南	21268	10.30%
4	江苏	19162	9.28%
5	河北	14604	7.07%
6	湖北	12144	5.88%
7	湖南	11757	5.69%
8	内蒙古	11542	5.59%
9	吉林	11251	5.45%
10	江西	7866	3.81%
	小计	160847	77.86%
	其它	45730	22.14%
	合计	206577	100%



78.46%。其中，山东、安徽、河南、江苏、河北分别占 12.93%、11.88%、10.30%、9.28%和 7.07%。

纵观我国收获机械市场近年走势特点，我们会发现自 2005 年至 2013 年经历了两个

重要发展阶段，第一阶段发生在 2005-2007 年，此阶段的基本特点表现为市场需求不稳定，增幅大起大落特征突出，2006 年增幅高达 69.7%，次年跌至 -29.6%，同比下降了 40 个百分点，演绎了从将军到奴隶的巨

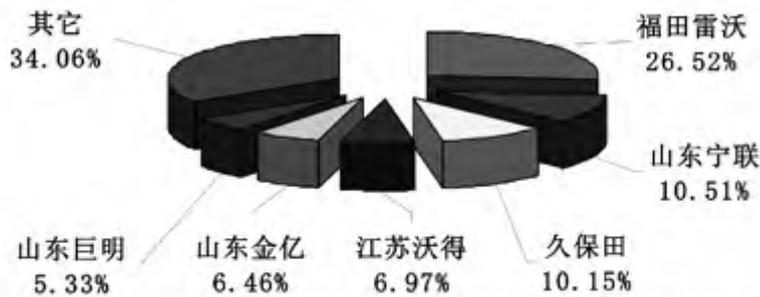
大变迁；之后自 2007 年至 2013 年第二个发展阶段，市场开始稳步攀升，但增幅起伏依然较大，预计 2014 年全年或将呈现小幅滑坡。2011 年成为我国收获机械市场需求的拐点，即由增量进入存量，收获机械市场进入一个平台期，今年的市场正是这种特点的反映。

集中度提高，市场竞争凸显新特征

我国收获机械领域广泛，品种众多，直接影响市场集中度分析。但在现阶段，收获机械市场竞争主要还是集中在以三大粮食作物相关联的收获机械市场展开。其它收割机市场领域近年虽有较大的增长，但对收获机械市场整体竞争态势的影响还是微乎其微，基于此，今年前 10 个月，我国排名前 10 位的主流品牌累计销售各种型号的收获机械 15.5 万台，同比增长 7.25%。占全部市场的 75.04%，较之去年同期提高了 3.89 个百分点。

从竞争特点分析，突出表现为：一是市场集中度提高，市场调查显示，前 10 个月，销量超过 1 万台的品牌有 6 家，占比 65.94%，较之去年同期提高了 3.97 个百分点；二是在前 10 大主流品牌中，除个别品牌出现较大滑坡外，多数企业均呈现不同程度的增长，占比较之去年同期也有一定的提高。三是市场竞争围绕产品品质、作业效率、功能等展开；四是竞争位次取决于不同品牌在各个品类的综合表现。

2014年1-10月收获机械市场竞争态势图



2014年1-9月收获机械出口一览表

单位：台/万美元

出口品类	出口量同比分析			出口额同比分析			出口额占比		
	2014	2013	同比	2014	2013	同比	2014	2013	增减
联合收割机	9144	7546	21.18%	13717.6	10918.4	25.64%	18.31%	16.9%	1.39%
履带式联合收获机	2057	1343	53.16%	123.15	88.98	38.60%	0.16%	0.14%	-0.03%
甘蔗收获机	57	28	103.57%	95.96	57.82	65.96%	0.13%	0.09%	-0.04%
棉花采摘机	2403	952	152.42%	233.5	265.57	-12.08%	0.31%	0.41%	-0.10%
其他未列名收割机	14990	9812	54.47%	452.35	547.19	-17.33%	0.60%	0.80%	-0.24%
①割草机	4351967	3362946	29.41%	42635.8	34214.3	24.61%	56.92%	53%	3.88%
②其它割草机	2201302	2168184	1.53%	17646	18428.4	-4.25%	23.56%	28.6%	-5.00%
合计	6581563	5550510	18.58%	74904.3	64320.7	16.09%	100%	100%	

①割刀水平旋转草坪、公园或运动场机动割草机
②其他草坪、公园或运动场地割草机

进出口冰火同炉，
农机外贸呈现新变化

今年收割机出口表现出良好的发展态势，出口量与出口额双双出现两位数增长，海关统计显示，截止到9月底，累计出口各

种收获机械 6581563 台，实现出口金额 74904.3 万美元，同比分别增长 18.58% 和 16.09%。从各个出口品类的出口量分析，除其他草坪、公园或运动场地割草机同比出现小幅增长外，其它同比增幅均达到两位数，甘蔗和棉花收获机械甚至达到了三位数

增幅。从其对应的出口额分析，棉花采摘机、其它未列明收割机和其他草坪、公园或运动场地割草机出现了不同程度的下滑，这种量增额降的现象说明这三类出口收获机小型化趋势突出。

在我国各类出口收获机械中，割刀水平旋转草坪、公园或运动场机动割草机、其他草坪、公园或运动场地割草机、联合收割机分别占据着 56.92%、23.56% 和 18.31% 的份额，占全部出口额的 98.79%，说明我国收获机械出口依然以小型为主。

从今年前 9 个月我国联合收割机的出口区域分析，延续了往年的特征，出口区域高度集中，主要集中在亚洲，海关统计显示，出口前 10 的国家累计出口联合收割机 8500 台，实现出口额 12889.8 万美元，同比分析增长 28.21% 和 28.92%，占比分别达到了 92.96% 和 93.97%，较之去年同期提高了 5.1 个百分点和 2.39 个百分点。从出口国家看，



名次	国别名称	数量	金额	占比		占比变化		与上年同比	
				数量	金额	数量	金额	数量	金额
1	伊朗	3108	1135.99	33.99%	30.15%	21.08%	18.05%	218.11%	212.93%
2	菲律宾	1609	2879.83	17.60%	20.99%	6.60%	7.42%	93.86%	94.30%
3	韩国	499	1742.31	5.46%	12.70%	-0.77%	-1.16%	6.17%	12.73%
4	印度尼西亚	1186	1664.79	12.97%	12.14%	4.29%	3.89%	81.07%	84.85%
5	越南	762	951.64	8.33%	6.94%	-22.54%	-22.41%	-67.30%	-70.30%
6	缅甸	908	705.69	9.93%	5.14%	6.68%	3.68%	270.61%	342.52%
7	俄罗斯联邦	31	279.36	0.34%	2.04%	-0.76%	-1.03%	-62.65%	-16.49%
8	斯里兰卡	161	223.48	1.76%	1.63%	-6.44%	-5.29%	-79.09%	-70.43%
9	秘鲁	113	157.77	1.24%	1.15%	-2.22%	-1.45%	-56.70%	-44.40%
10	阿拉伯联合酋长国	123	148.96	1.35%	1.09%	1.21%	0.99%	1130.00%	1259.12%
小计		8500	12889.8	92.96%	93.97%	5.10%	2.39%	28.21%	28.92%
总计		9144	13717.6	100.00%	100.00%	—	—	21.18%	25.64%

出口品类	出口量同比分析			出口额同比分析			出口额占比		
	2014	2013	同比	2014	2013	同比	2014	2013	增减
联合收割机	569	1909	-70.19%	5267.14	13018.33	-58.77%	20.26%	47.83%	-27.57%
根茎或块茎收获机	192	130	47.69%	910.52	991.47	-5.14%	3.55%	3.64%	-0.09%
甘蔗收获机	39	24	62.50%	494.14	282.86	65.86%	1.77%	1.01%	0.75%
棉花采摘机	313	217	44.24%	9905.93	6040.93	63.98%	57.39%	22.19%	15.19%
其他未列名收割机	885	1378	-35.78%	8072.63	4982.73	62.01%	30.47%	18.31%	12.16%
①割草机	3742	2034	83.97%	1147.29	1006.27	14.01%	4.33%	3.70%	0.63%
②其它割草机	3201	2560	25.04%	593.90	897.24	-33.81%	2.24%	3.30%	-1.05%
合计	8941	8252	8.35%	26497	27220	-2.66%	100%	100%	0.00%

①割刀水平旋转草坪、公园或运动场地割草机
②其他草坪、公园或运动场地割草机

伊朗、菲律宾、韩国和印度尼西亚位列出口前4，伊朗出口同比出现爆发式增长，出口量与出口额增幅双双达到三位数，菲律宾出口也到了90%以上。

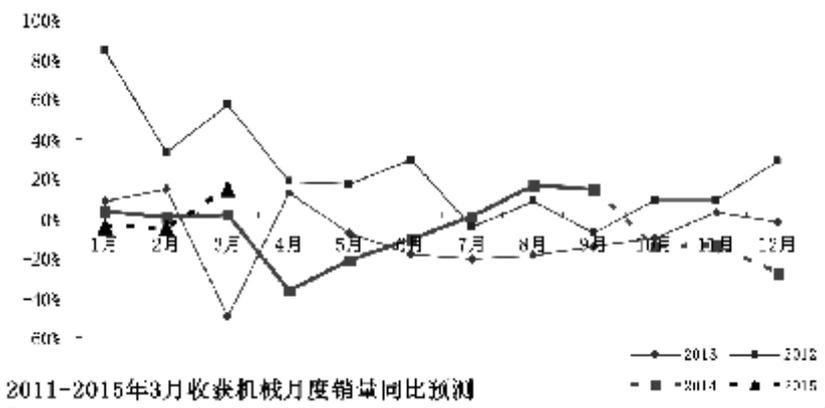
今年前9个月，我国收获机械的进口也呈现出新特点，海关统计显示，截止到9月末，累计进口各种型号收获机械8941台，实现进口额26497万美元，同比分别增长8.35%和-2.66%。从出口品类占比分析，棉花采摘机、其它未列名收割机和联合收割机

依然占据较大的进口额，占比分别达到了37.39%、30.47%和20.26%，但与去年相比，联合收割机下降了27.57个百分点，其它增幅均达到两位数，由此可以看出，我国大型收割机和经济类收割机依然是薄弱环节，但这种状况正在快速改变。

后市无“战事”，今冬上行明春下行

2014年我国农机市场进入转型深水区，传统产品诸如拖拉机、收获机械、农用低速汽车等除个别如玉米收割机、插秧机刚性需求依然强劲外，其它子行业将进入转型期，即向大型、高端需求转化，向经济作物、收获后处理机械、三区丘陵机械等转化，这种转化将是一个漫长的发展阶段。

进入第四季度，我国收获机械市场中的小麦收割机、水稻收割机需求将进入低位运行阶段，小麦收割机随着麦收的结束进入收官阶段，水稻收割机在稻麦轮作区尚有需求，但需求量不大，由此决定了四季度，我国收获机市场或将呈现出下降的趋势。明年一季度，市场或将沿着上升通道运行。



走势波澜不惊，需求升降分明

——2014~2015 年低速汽车市场综述与预测

我国低速汽车市场作为成熟市场，市场需求受周期性影响较大。从前 9 个月的市场表现看，低速汽车整体市场走势波澜不惊，稳健推进。市场调查显示，今年前 9 个月，我国累计销售各种型号的低速汽车 214.91 万辆，同比小幅下滑 0.19%，从下滑幅度看，与去年基本持平。

低速货车市场：

需求小幅上扬，集中度有所降低

进入 2014 年以来，我国低速货车市场表现为市场需求小幅上扬，市场竞争度和区域集中度均有降低的趋势。市场调查显示，低速货车累计销售 30.47 万辆，同比增长 2.59%；低速货车月度同比走势呈现出较为稳定的发展趋势，一季度月度同比起伏较大，二季度均在下滑通道中运行，三季度开始复苏，呈现逐月增长的特点。从月度环比分析，在经历了前四个月大幅下滑后，四月底跌入谷底，之后开始缓慢复苏。

货车占据主流，

需求进一步向自动化、大型化发展

从前九个月的低速货车市场需求结构看，货车依然以 94% 的市场份额稳居主导地位，较之去年提高了 4 个百分点。从载质量看，1500kg 载质量型号以 45.7% 的增幅稳居首位，市场占比较之去年同期提高了 3.2 个百分点；平头、自卸、一排座、四缸机占据主流市场，说明市场进一步向自动化、舒适性、大型化方向转移。

主流区域集中度趋于分散，

各个区域表现差异较大

从低速货车区域市场分析，市场需求主要集中在



2014年1-9月低速货车各型号产量情况

型号	同比分析			占比分析		
	2014	2013	同比	2014	2013	增减
货车	28.64	26.91	6.40%	94.0%	90.0%	4.0%
500kg	0.65	0.18	257.19%	2.1%	0.5%	1.5%
750kg	1.35	1.22	10.62%	4.4%	4.1%	0.4%
1000kg	7.62	7.41	2.78%	25.0%	24.8%	0.2%
1500kg	13.93	12.70	9.66%	45.7%	42.5%	3.2%
2000kg	5.09	5.39	-5.71%	16.7%	18.0%	-1.3%
长头	2.72	2.46	10.55%	8.9%	8.2%	0.7%
平头	25.92	24.46	5.98%	85.1%	81.8%	3.3%
其中						
自卸	17.88	16.87	5.96%	58.7%	56.4%	2.3%
非自卸	10.76	10.04	7.13%	35.3%	33.6%	1.7%
单排座	7.78	7.09	9.76%	25.5%	23.7%	1.8%
一排半	17.09	16.01	6.76%	56.1%	53.5%	2.6%
双排座	3.77	3.82	-1.35%	12.4%	12.8%	-0.4%
单缸机	2.28	3.31	-31.07%	7.5%	11.1%	-3.6%
双缸机	1.41	1.37	2.59%	4.6%	4.6%	0.0%
三缸机	0.91	0.79	16.37%	3.0%	2.6%	0.4%
四缸机	24.03	21.44	12.06%	78.9%	71.7%	7.2%
"运输机"	1.83	2.79	-34.25%	6.0%	9.3%	-3.3%
单缸机	0.19	0.24	-19.66%	0.6%	0.8%	-0.2%
其中						
双缸机	0.95	1.80	-47.41%	3.1%	6.0%	-2.9%
三缸机	0.03	0.06	-42.95%	0.1%	0.2%	-0.1%
四缸机	0.66	0.69	-4.14%	2.2%	2.3%	-0.1%
其它型	0.00	0.00	0%	0.0%	0.0%	0.0%

2014年1~9月低速货车按销售比例分布的前10个省市

省市	河南	云南	四川	山西	山东	江西	湖北	河北	内蒙古	安徽	其它	
同比	2014	5.75	3.03	2.83	1.99	1.93	1.87	1.69	1.34	1.09	1.08	7.86
	2013	5.30	1.43	2.59	2.06	1.86	1.91	1.92	1.65	1.32	1.37	8.30
	同比	8.63%	112.44%	9.17%	-3.62%	4.23%	-2.35%	-12.29%	-18.52%	-17.32%	-20.95%	-5.23%
占比	2014	18.9%	10.0%	9.3%	6.5%	6.4%	6.1%	5.5%	4.4%	3.6%	3.6%	25.8%
	2013	17.8%	4.8%	8.7%	6.9%	6.3%	6.4%	6.5%	5.5%	4.4%	4.6%	27.9%
	增减	1.1%	5.2%	0.6%	-0.4%	0.1%	-0.3%	-0.9%	-1.1%	-0.9%	-1.1%	-2.1%

前10个市场，占比74.2%，较之去年同期降低了2.1个百分点。从前1大市场的个案分析，河南、云南、四川、山东同比出现不同程度的增长，其中云南同比增幅高达112.44%，占比较之去年同期提高了5.2个百分点，成为成长性最好的市场。另一方面，江西、山西、湖北、河北、内蒙古出现不同程度的下滑，其中河北与内蒙古下滑幅度达到18.52%和17.32%，成为前10大市场中下滑幅度最大的市场。

主流品牌增势良好，
市场集中度大幅度下降

低速货车市场排名前8的企业累计销售23.08万辆，同比增长2.18%，占比75.75，较之去年同期下降了0.31个百分点，市场集中度基本稳定。从各个品牌的表现看，除山东东方曼、北汽福田同比出现27.15%、27.12%的大幅度下滑外，其它品牌均呈现出不同程度的上扬。其中山东五证同比增幅26.69%，成为成长性最好的品牌。说明，低速货车市场前8名的竞争依然十分激烈。

低速汽车2014年1~9月主要品牌销量一览表 单位：万辆

序号	企业名称	同比分析			占比分析		
		2014	2013	同比	2014	2013	增减
1	山东时风	7.28	7.10	2.57%	23.89%	23.89%	-0.01%
2	河南奔马	4.92	4.68	4.95%	16.14%	15.77%	0.36%
3	山东五征	3.15	2.49	26.69%	10.34%	8.37%	1.97%
4	云南力帆	2.28	2.10	8.45%	7.47%	7.07%	0.40%
5	山东东方曼	1.25	1.72	-27.15%	4.11%	5.79%	-1.68%
6	江西英田	1.71	1.69	1.33%	5.61%	5.68%	-0.07%
7	四川南骏	1.56	1.54	1.81%	5.14%	5.17%	-0.04%
8	北汽福田	0.93	1.28	-27.12%	3.06%	4.31%	-1.25%
小计		23.08	22.59	2.18%	75.75%	76.06%	-0.31%
其他		7.39	7.11	3.91%	24.25%	23.94%	0.31%
合计		30.47	29.70	2.59%	100.00%	100.00%	0.00%



**四季度市场或将回升，
明年一季度跌宕起伏**

我国低速货车市场进入第四季度或将迎来增长期，农闲期间，农民依靠低速货车从事运输生意，将成为激活市场的主要力量。明年一季度市场或将出现较大起伏。

三轮汽车市场：

需求小幅下滑，月度走势分析

2014年1-9月，我国三轮汽车市场呈现小幅下滑的发展特点，截止到9月末，三轮汽车累计销售184.44万辆，同比下降-0.64%。从今年前九个月三轮汽车的月度走势分析，除3、4月份出现不同程度的下滑外，其它月度均呈现出不同程度的增长，九个月的同比呈现出企稳向上的发展特点。从月度环比分析，月度起伏较大，尤其4月份，出现大幅度滑坡，之后进入较为稳定的轨道。

500kg 占据主流，需求取向舒适化

从三轮汽车的需求结构变化分析，载质量500kg是市场需求主流，前9个月同比小幅下滑，占比增长0.5个百分点，进一步强化了该型号的市场需求；从驾驶室角度分析，半封闭型占据72.7%的主导需求，同比与去年基本持平，占比提高了0.5个百分点；从卸货方式看，自卸占据主导，较之去年提高了1.2个百分点，说明市场需求进一步向自动化方向转变；从操纵方式、启动方式、传动方式看，方向盘、电启动、皮带加连体成为市场主流需求，说明市场进一步向舒适性方向转变。



2014年1~9月三轮汽车各型号产销量情况

型号	同比分析			占比分析		
	2014	2013	同比	2014	2013	增减
按额定载质量分						
300kg	4.99	5.31	-6.13%	2.7%	2.9%	-0.2%
500kg	167.04	167.24	-0.12%	90.6%	90.1%	0.5%
750kg	12.42	13.07	-5.03%	6.7%	7.0%	-0.3%
按驾驶室分						
半封闭	134.10	134.06	0.03%	72.7%	72.2%	0.5%
简易棚	2.60	2.60	0.18%	1.4%	1.4%	0.0%
全封闭	47.74	48.97	-2.52%	25.9%	26.4%	-0.5%
按卸货方式分						
自卸	138.12	136.80	0.96%	74.9%	73.7%	1.2%
非自卸	46.33	48.83	-5.12%	25.1%	26.3%	-1.2%
按操纵方式分						
方向把	30.99	32.51	-4.67%	16.8%	17.5%	-0.7%
方向盘	153.45	153.11	0.22%	83.2%	82.5%	0.7%
按启动方式分						
手摇启动	56.70	60.71	-6.62%	30.7%	32.7%	-2.0%
电启动	127.75	124.91	2.27%	69.3%	67.3%	2.0%
按传动方式分						
皮带+链条	0.57	0.52	8.02%	0.3%	0.3%	0.0%
皮带+连体	172.38	173.61	-0.71%	93.5%	93.5%	-0.1%
轴传动	11.50	11.50	0.03%	6.2%	6.2%	0.0%

区域需求稳定，集中度小幅下降

从三轮汽车区域市场分析，排名前10的市场，占比91%，较之去年小幅下滑0.7个百分点。从前10大市场的个案分析，河南、山东、山西、陕西、江苏市场出现不同程度的增长，河南市场成为增幅最大的市场，同比增长9.79%，其它市场均小幅上扬；另外市场出现不同程度的下滑，环比市场下滑幅度达到10.33%，成为下滑幅度最大的市场。

竞争格局企稳，
主流品牌“两升八跌”

从三轮汽车市场前9个月的竞争特点分析，排名前10的品牌累计销售182.54万辆，同比下滑0.38%，占比98.97%，较之去年同期增长了0.26个百分点。说明三轮汽车市场集中度很高，并且进一步强化了这种竞争趋势。

从各个品牌的表现分析，山东时风以40.43%的份额占据着绝对的市场份额，今年同比与占比均小幅下降。五证依然保持着快速增长的发展态势，同比增长10.97%，占比提高了3.54个百分点，成为前10大品牌中最具成长性的品牌。其次，汝南县广源也出现了9.17%的增长。其它品牌均呈现出不同程度的下滑。

四季度稳健发展，
明年一季度逐月攀升

三轮汽车市场进入第四季度或将平稳运行，这种趋势会一直延续到明年1月份。明年2月份或将出现小幅增长。主要是因为三轮汽车作为田间主要运输工具，农闲季节依然无法发挥作用，导致市场出现滑坡。

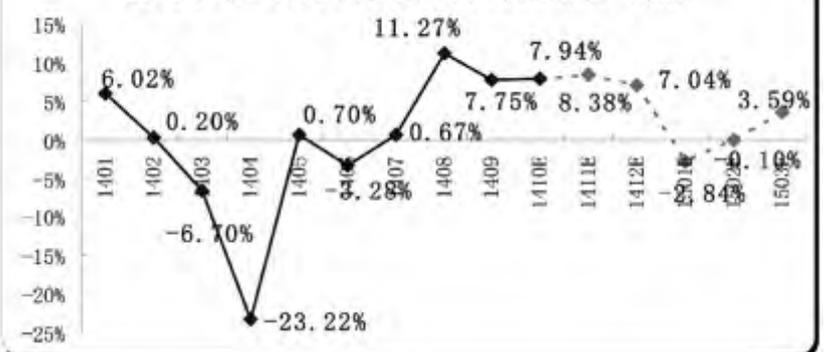
三轮汽车按销售比例分布的前10个省市

省市	河南	河北	山东	甘肃	山西	陕西	辽宁	安徽	江苏	内蒙古	其它
同比	2014 36.11	22.52	21.62	21.62	16.91	15.79	13.26	9.37	5.40	5.22	16.62
分析	2013 32.89	25.12	21.22	22.41	16.45	15.41	13.64	10.10	5.18	5.31	17.91
同比	9.79%	-10.33%	1.88%	-3.52%	2.84%	2.47%	-2.80%	-7.22%	4.34%	-1.68%	-7.23%
占比	2014 19.6%	12.2%	11.7%	11.7%	9.2%	8.6%	7.2%	5.1%	2.9%	2.8%	9.0%
分析	2013 17.7%	13.5%	11.4%	12.1%	8.9%	8.3%	7.4%	5.4%	2.8%	2.9%	9.7%
增减	1.9%	-1.3%	0.3%	-0.3%	0.3%	0.3%	-0.2%	-0.4%	0.1%	0.0%	-0.7%

三轮汽车2014年1~9月前10名品牌销量 单位：万辆

序号	企业名称	同比分析			占比分析		
		2014	2013	同比	2014	2013	增减
1	山东时风	74.57	75.88	-1.73%	40.43%	40.88%	-0.45%
2	山东五征	63.20	57.04	10.79%	34.27%	30.73%	3.54%
3	河南奔马	27.52	29.55	-6.88%	14.92%	15.92%	-1.00%
4	福田雷沃	7.38	8.64	-14.59%	4.00%	4.66%	-0.65%
5	长葛市世英	3.76	4.54	-17.07%	2.04%	2.44%	-0.40%
6	汝南县广源	1.86	1.70	9.17%	1.01%	0.92%	0.09%
7	山东双力	1.74	2.66	-34.59%	0.94%	1.43%	-0.49%
8	山西卓里集	1.24	1.25	-0.57%	0.67%	0.67%	0.00%
9	河南葛天	0.78	1.24	-37.35%	0.42%	0.67%	-0.25%
10	山东东方曼	0.49	0.73	-32.50%	0.27%	0.39%	-0.13%
小计		182.54	183.23	-0.38%	98.97%	98.71%	0.26%
其他		1.91	2.39	-20.30%	1.03%	1.29%	-0.25%
合计		184.44	185.63	-0.64%	100.00%	100.00%	0.00%

2014年1月-2015年3月三轮汽车月度走势与预测



10 月份 PMI 显示： 指数有所回落，走势基本正常

中国物流与采购联合会、国家统计局服务业调查中心发布的 2014 年 10 月份中国制造业采购经理指数 (PMI) 为 50.8%，较上月回落 0.3 个百分点。生产、新订单等主要分项指数也略有回落。指数回落，在一定程度上受国庆节放假影响，往年同期也多有下降。临近年底，企业迫于资金压力，对生产经营活动做策略性调整，也对短期企业接单排产产生了一定影响。综合来看，当前数据走势基本正常。但指数回落，也反映出经济运行中仍存在一定的下行压力，需要加快落实“稳增长”相关政策措施。

企业订单下降。新订单指数回落至 52% 以内，较上月回落 0.6 个百分点。中小型企业新订单指数回落明显，大型企业稳中略升。中型企业新订单指数较上月回落 2.2 个百分点，回落至 50% 以内。小型企业新订单指数在 50% 以下继续回落。据调查，临近年底，企业资金紧张矛盾加剧，为了控制资金风险，一些中小企业主动放弃利润薄、回款慢的订单，在一定程度上导致新订单指数回落。预计四季度国内需求不会出现明显的趋势性回落。从往年经验来看，即将

到来的“光棍节”会带来短期消费需求放量。近期召开的国务院常务会议，部署推进消费扩大和升级，促进经济提质增效，将对扩大国内消费需求产生推动作用。

生产活动有所减缓。生产指数较上月回落 0.5 个百分点，回落至 53.1%。中型企业生产指数回落最为明显，较上月回落 1.5 个百分点，回落到 50.3%。小型企业生产指数有所上升，但仍在 50% 以内。据调查，一些企业为了消除放假影响，国庆节前赶工生产，节后回归平常生产节奏，在一定程度上导致生产指数回落。但由于目前企业资金压力较大，劳动力、环保成本加重，多数产品供求矛盾突出，预计四季度企业生产形势可能稳中趋缓。

10 月份指数回落，有即期因素影响，同时也是企业经营模式转变、产品结构调整的结果。主要指标仍处在合理区间，走势较为协调，没有突出的异常变化。从业人员指数有所上升，反映就业形势良好。设备制造、信息技术等高新技术产业仍保持较快发展。综合来看，当前经济运行基本正常，质量持续改善。

但进入四季度以来，企业反映资金紧张的矛盾明显加剧，值得关注。在调查的企业中，反映资金紧张的企业数量占总数的比重最近两月一直保持在 44% 以上。由于资金紧张，企业缩减了采购活动。采购量指数下降 0.5 个百分点，降至 50.7%。由于资金紧张，在一些地区企业间相互拖欠现象增多，销售回款较慢。为了控制资金风险，一些企业主动放弃风险较大的订单。现金流不畅，对目前企业采购、生产等经营活动均产生了一定影响，要落实相关政策措施缓解企业资金紧张矛盾。

从需求来看，最近三月新订单指数持续小幅回落。10 月新出口订单指数又出现下降，降至 50% 以内。由于外部环境复杂多变，出口可能出现波动。从价格来看，仍在继续下降，不利于企业效益改善和市场信心稳定。

要从提高消费能力、改善消费环境等方面入手，加快落实扩大国内消费需求的政策措施，稳定市场需求，稳定市场信心，进而稳定四季度经济形势，为明年经济开局奠定良好基础。

2014年1~10月份农机行业运行简报

● 中国农业机械流通协会

№: 06 [2014]

2014年11月18日

一、国内市场情况

1、农机行业生产情况

(1) 产品产量情况

据国家统计局数字显示,拖拉机行业产品产量月度环比出现下滑,特别是大中型拖拉机产量降幅较大(详见下表)。从同比分析,大型拖拉机产量月度同比实现增长20.44%,同期累计比下降1个百分点;中型拖拉机产量月度同比和同期累计比分别下降17.38%和8.36%;小型拖拉机产量月度同比和同期累计比分别下降17.82%和13.05%。

于历史同期水平。

当前,农机市场虽然呈现传统淡季特征,但典型农机商品的销售情况略好于去年,特别表现在大中拖、农具和小麦收获机等产品方面。在拖拉机市场中,大型拖拉机产量和市场销售虽然环比下滑,但与去年同期相比基本持平;中型拖拉机的产量环比、同比下滑趋势明显,但其销售指数上涨,说明市场在消化前期库存;而小型拖拉机的产量及销售均低于去年同期水平。

二、出口市场情况

2014年6~10月拖拉机行业产量月度环比

单位:台

序号	产品名称	6月		7月		8月		9月		10月	
		产量	环比	产量	环比	产量	环比	产量	环比	产量	环比
1	大型拖拉机	5937	-3.46%	5881	-0.92%	7800	33.63%	6692	-14.21%	4152	-37.83%
2	中型拖拉机	23730	-3.15%	24452	2.12%	42302	22.79%	50511	18.94%	40412	-19.68%
3	小型拖拉机	137383	2.55%	125716	-8.60%	126092	0.45%	135299	8.09%	131605	-3.44%

收获机械产量月度同比增长21.5%,同期累计比增长9.72%;从环比看,5、6两个月收获机械产量增速较快,7至10月产量逐月下滑,10月环比下降了10.19个百分点。

饲料生产专用设备产量月度同比下滑0.86%,同期累计比增长4.37%。

(2) 经济效益情况

2014年1至9月,2293家规模以上农机工业企业实现主营业务收入3018.06亿元,同比增长9.42%,低于机械工业平均增幅(10.65%)1.23个百分点,增幅在13个机械行业中位居第九;实现利润161.91亿元,同比下降2.72%,低于机械工业平均增幅(15%)17.72个百分点,位居13个行业的第12位(仅高于工程机械行业),本月份农机行业和工程机械行业利润呈现负增长;资产总计2448.65亿元,同比增长16.54%,高出机械工业平均增幅(11.33%)5.21个百分点,增幅位居13个机械行业之首。

另外,176家拖拉机生产企业主营业务收入同比下滑1.24%,利润总额同比下滑24.34%。

2、农机市场运行情况

10月份,试运行的中国农机市场景气指数(AMI)为38.0%,环比回落10个百分点,低于去年同期2.9个百分点,行业整体景气程度延续弱势。据与往年数据同比分析,农机市场的弱景气程度处

10月份,我国农机行业完成出口交货值23.51亿元,同比下降14.68%;1~10月累计实现出口交货值260.16亿元,同期累计增长2.98%。本月出口交货值同比和同期累计比增速较快的行业有拖拉机制造、畜牧机械制造、水资源专用机械制造等;增速回落明显的行业为渔业机械制造和棉花加工机械制造。

截止9月底,我国农机行业累计实现进出口总额974056.3万美元,同比增长8.52%,其中:出口额779156.1万美元,同比增长12.36%;进口额194900.2万美元,同比减少4.52%;累计差额584255.92万美元。农机行业进出口总额增幅在13个机械行业中位居第六,低于平均增幅(8.91%)0.39个百分点。

三、价格运行情况

据10月份市场监测显示:大中型拖拉机价格平稳,场上作业机械和淀粉加工机械商品价格持续下滑,其它产品价格走势波动不大。

四、后期市场预估

由于行业传统淡季来临,农机市场景气程度仍然不高,预计后期市场仍将延续低位运行。

联系单位:中国农业机械流通协会信息咨询部

邮箱: camdaxzxb@163.com 2009guang_zh@163.com

联系电话: 6859 6528 (传真) /6853 0027

联系人: 张华光 马春



CAMDA 中国农机市场景气指数 (AMI) 商务报告

中国农业机械流通协会月度发布 (试运行)

No.12 总第十二期

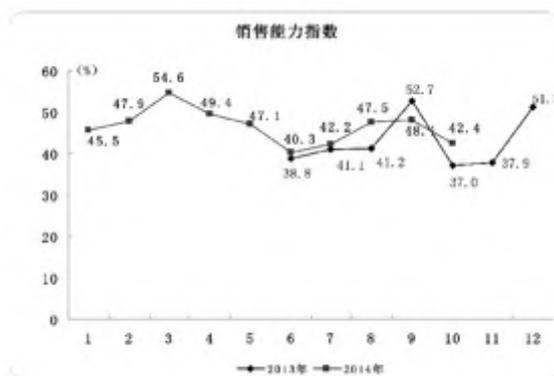
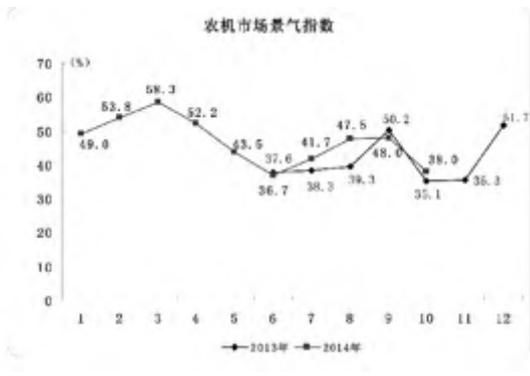
2014 年 11 月 8 日

中国农业机械流通协会试发布 2014 年 10 月份中国农机市场景气指数 (AMI) 为 38.0%，环比回落 10 个百分点。该指数受行业淡季来临的影响回升受阻，出现较大幅度回落，行业整体景气程度很弱。另一方面，AMI 高于去年同期 2.9 个百分点，提示当前市场的弱景气程度处于历史同期水平，结合总指数中人气指数和经理人信心指数的走势情况，预计市场仍将延续低位运行。

下滑幅度较大。本月，六项总指数中仅农机补贴指数位于景气临界点之上。从同比看，销售能力指数、库存量指数、经理人信心指数高于去年同期；总销售额指数和农机补贴指数基本与去年持平；人气指数较大幅度低于去年同期水平。

(一) 销售能力指数

2014 年 10 月销售能力指数为 42.4%，环比回落 5.7 个百分点，高于去年同期 5.4 个百分点。

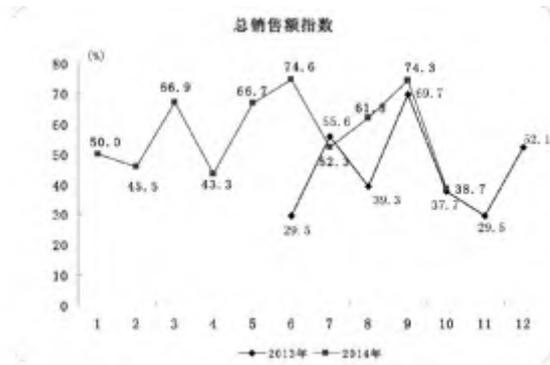


一、总指数运行情况

2014 年 10 月农机市场景气指数总指数运行情况显示：除库存量指数回升 9.5 个百分点之外，其余五项总指数均呈现下滑，特别是总销售额指数、人气指数和经理人信心指数

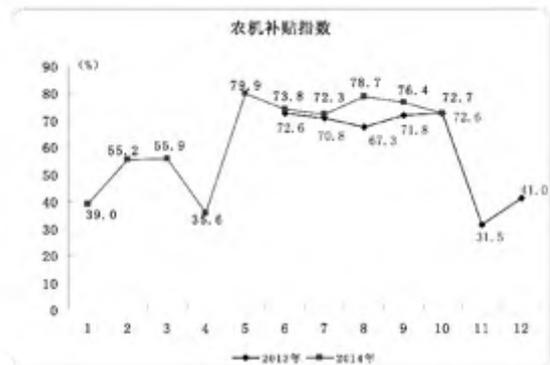
(二) 总销售额指数

2014 年 10 月总销售额指数为 38.7%，环比大幅度回落 35.6 个百分点，高于去年同期 1.0 个百分点。



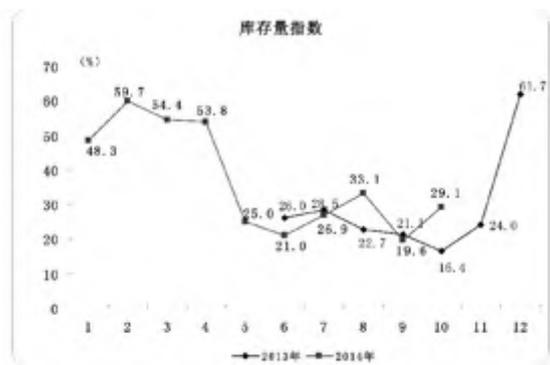
(三) 农机补贴指数

2014年10月农机补贴指数为72.7%，环比下降3.7个百分点，仅高于去年同期0.1个百分点。



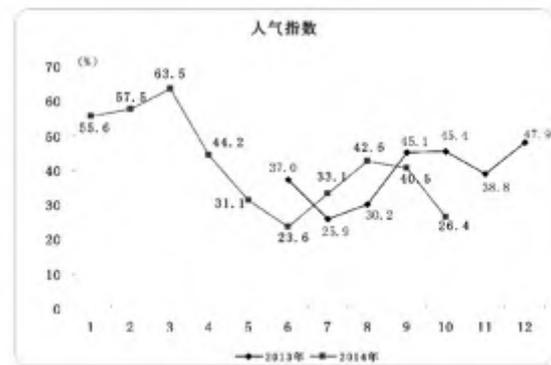
(四) 库存量指数

2014年10月库存量指数为29.1%，环比回升9.5个百分点，高于去年同期12.7个百分点。



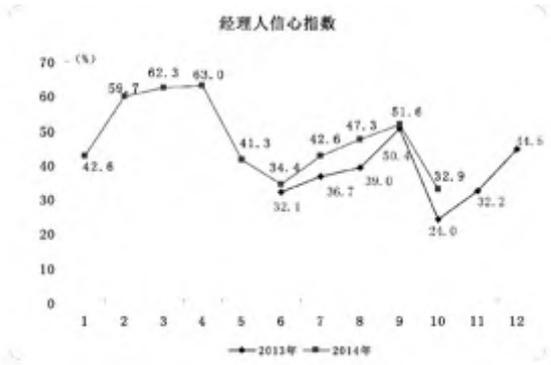
(五) 人气指数

2014年10月人气指数为26.4%，环比下降14.1个百分点，低于去年同期19个百分点。



(六) 经理人信心指数

2014年10月经理人信心指数为32.9%，环比大幅度回落18.7个百分点，高于去年同期8.9个百分点。



二、分指数运行情况

2014年10月农机市场景气指数分指数运行情况显示：十项分指数全部位于景气临界点之下，提示农机市场整体呈现不景气状态。从同比看，除小型拖拉机指数低于上年3.4个百分点之外，其它九项分指数不同程度的高于去年同期，说明今年的农机市场虽然呈现传统淡季特征，但典型农机商品的销售情况略好于去年，特别表现在大中拖、农机具和小麦收获机等产品方面。

拖拉机市场情况：大型拖拉机市场需求下滑较大，市场转而进入弱景气度状态；中型拖拉机市场需求亦有所回落；小型拖拉机市场延续低位运行。与去年同期相比，大型拖拉机产量基本持平，市场销售情况略好于上年；中型拖拉机产量同比下滑较大，但其市场销售指数呈现增长，说明近期市场在消化前期库存；小型拖拉机的产量及市场销售均低于去年同期水平。

收获机市场情况：小麦收获机械市场需求近三个月来逐

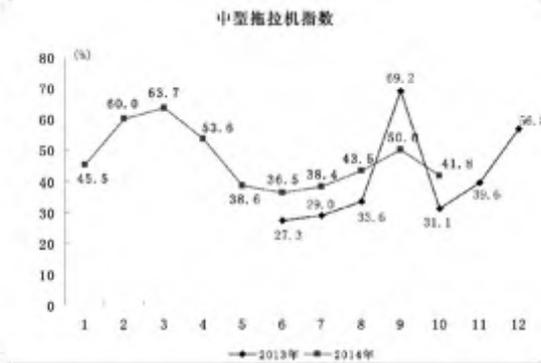
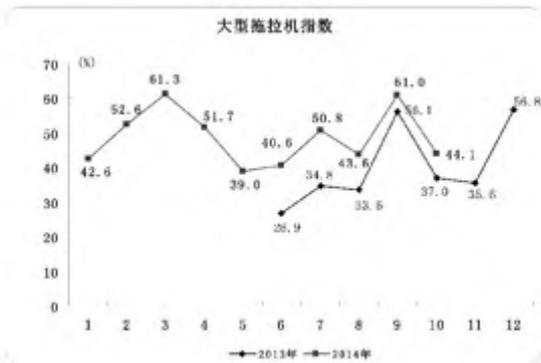
渐恢复，虽然景气度依然较低，但市场销售明显好于上年；水稻收获机和玉米收获机需求减少，市场景气度大幅下降，但销售情况略好于去年同期。

插秧机市场情况：步行插秧机和乘坐式插秧机市场需求略有好转，环比、同比均呈现小幅上升趋势，但该类市场景气度仍然较低。

其它市场情况：农机具市场和运输机械市场需求小幅回升，略高于去年同期水平；柴油机市场小幅回落，同比略有好转，但仍然呈低位运行态势。

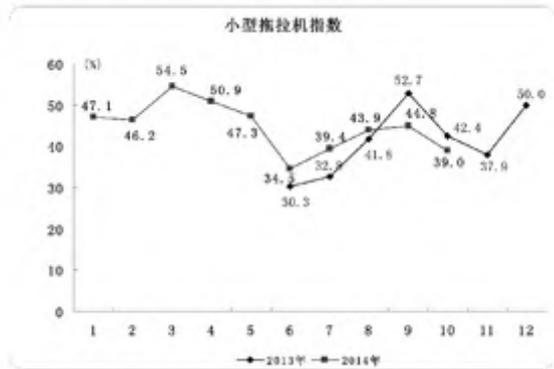
(一) 大中型拖拉机指数

2014年10月大型拖拉机指数为44.1%，环比回落16.9个百分点，高于去年同期7.1个百分点；中型拖拉机指数为41.8%，环比回落8.2个百分点，高于去年同期10.7个百分点。



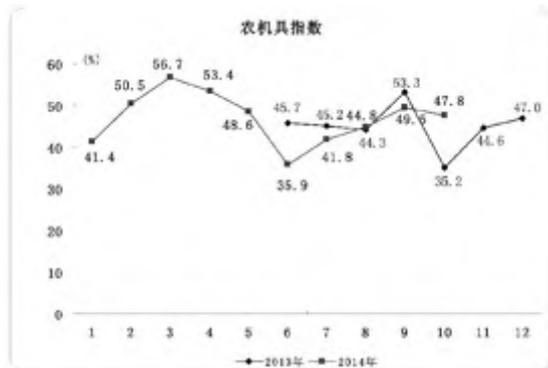
(二) 小型拖拉机指数

2014年10月小型拖拉机指数为39.0%，环比回落5.8个百分点，低于去年同期3.4个百分点。



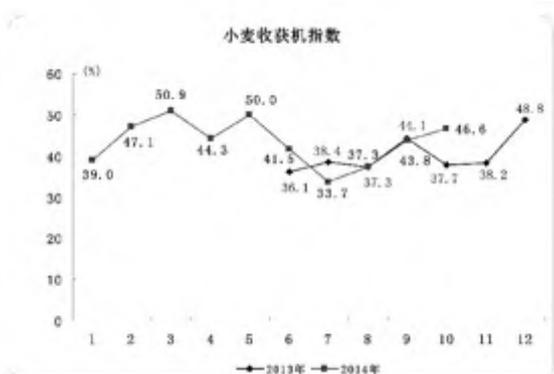
(三) 农机具指数

2014年10月农机具指数47.8%，环比回落1.7个百分点，高于去年同期12.6个百分点。



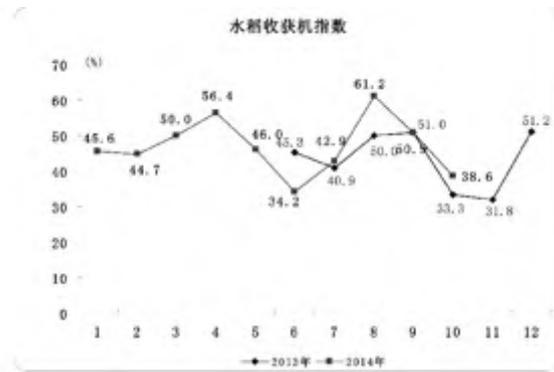
(四) 小麦收获机指数

2014年10月小麦收获机指数为46.6%，环比持续上升2.8个百分点，高于去年同期8.9个百分点。



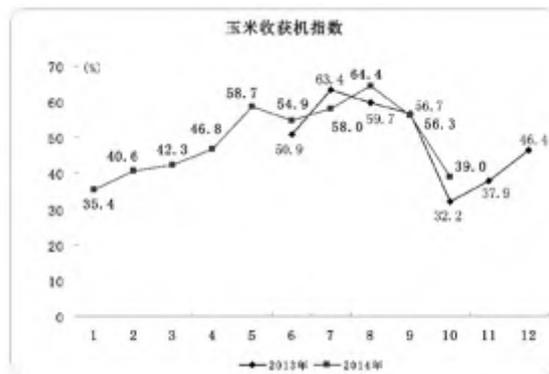
(五) 水稻收获机指数

2014年10月水稻收获机指数38.6%，环比回落12.3个百分点，高于去年同期5.3个百分点。



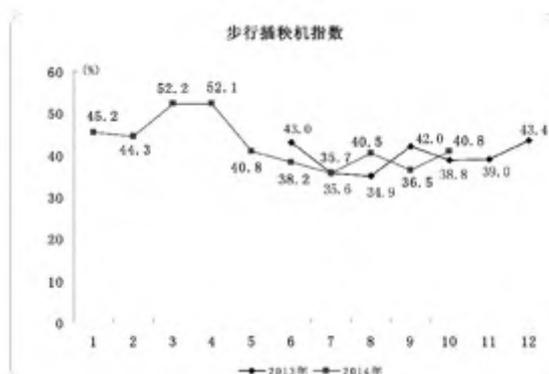
(六) 玉米收获机指数

2014年10月玉米收获机指数39.0%，环比下降17.3个百分点，高于去年同期6.8个百分点。



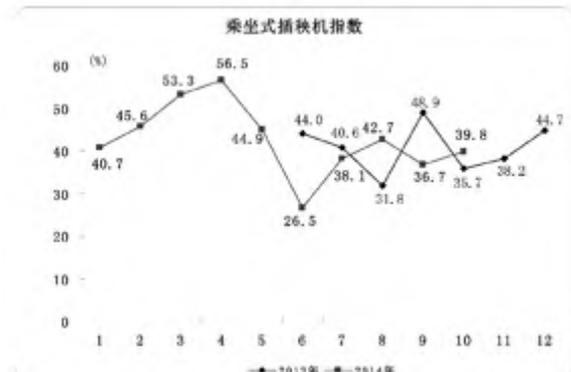
(七) 步行插秧机指数

2014年10月步行插秧机指数为40.8%，环比回升4.3个百分点，高于去年同期2.0个百分点。



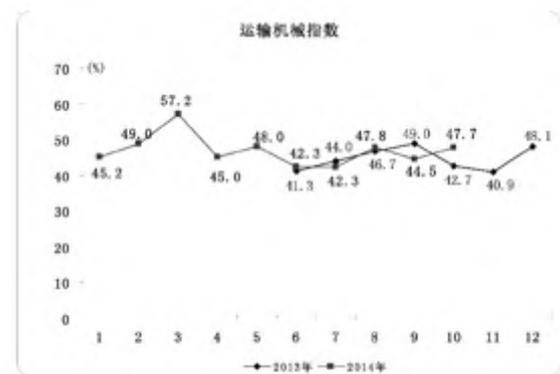
(八) 乘坐式插秧机指数

2014年10月乘坐式插秧机指数为39.8%，环比回升3.1个百分点，高于去年同期4.1个百分点。



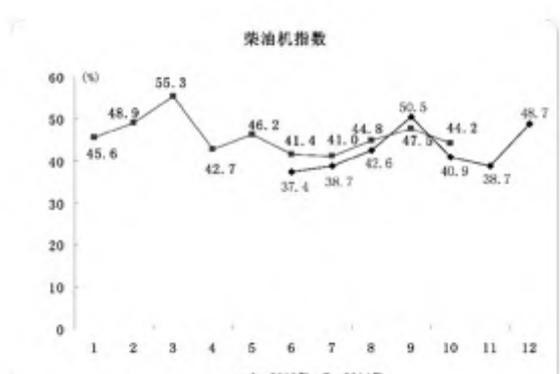
(九) 运输机械指数

2014年10月运输机械指数为47.7%，环比回升3.2个百分点，高于去年同期5.0个百分点。



(十) 柴油机指数

2014年10月柴油机指数为44.2%，环比回落3.3个百分点，高于去年同期3.3个百分点。



2014年1~10月工业生产者出厂价格指数(分行业)

单位: %

序号	行业名称	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
一、农机行业											
1	拖拉机制造	100.50	100.30	100.23	100.16	99.92	100.07	100.11	100.32	100.31	100.33
2	机械化农业及园艺机具制造	100.36	99.99	99.67	99.57	99.33	98.63	98.45	98.43	98.14	97.99
3	农副食品加工专用设备制造	101.34	101.10	100.92	101.36	100.88	101.21	101.47	101.89	102.13	101.77
4	营林及木竹采伐机械制造	100.04	100.04	100.04	100.04	100.04	100.04	100.04	100.04	100.04	100.04
5	饲料生产专用设备制造	100.28	100.42	97.77	99.05	98.84	102.19	101.98	102.83	103.09	102.00
6	畜牧机械制造	97.76	97.87	97.91	97.89	97.79	97.79	98.57	98.53	98.94	98.97
7	渔业机械制造	100.19	100.11	99.94	99.91	99.85	99.87	99.86	99.77	99.79	99.74
8	水资源专用机械制造	99.26	97.67	99.20	99.13	99.21	99.05	98.92	98.84	98.96	99.05
9	农、林、牧、渔机械配件制造	103.42	101.91	100.95	99.83	99.97	99.83	99.74	100.10	100.06	100.09
10	棉花加工机械制造	99.55	100.39	100.59	100.35	100.36	100.02	100.05	99.97	100.04	99.98
11	其他农林牧渔业机械制造	100.26	99.80	100.21	100.24	100.75	100.87	100.92	101.13	101.11	101.07
12	其他未列明运输设备制造	100.52	100.21	100.34	100.41	100.48	100.68	101.68	101.88	101.82	101.83
13	农用及园林用金属工具制造	98.00	98.06	98.11	98.30	99.37	99.96	100.36	99.99	100.32	100.38
二、其他有关行业											
14	内燃机及配件制造	99.95	100.27	100.34	100.44	100.27	100.37	100.20	100.55	100.20	99.72
15	食品、酒、饮料及茶叶生产专用设备制造	99.96	99.83	99.98	100.01	100.28	101.00	101.17	101.02	100.90	100.79
16	木材加工机械制造	100.66	100.41	100.36	100.88	100.97	101.95	101.67	101.94	102.16	102.27
17	泵及真空设备制造	99.01	98.96	99.22	99.40	99.32	99.34	99.40	99.70	99.84	99.83
18	烟草生产专用设备制造	100.37	100.38	100.39	100.43	100.46	100.50	100.43	100.48	100.48	100.48

2014年1~10月工业生产者出厂价格指数(分产品)

单位: %

序号	产品名称	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
一、农机行业											
1	大型拖拉机	100.03	100.10	100.10	100.10	100.10	100.10	100.10	100.08	100.08	100.10
2	中型拖拉机	100.27	100.26	100.35	100.22	99.92	99.90	99.86	100.09	100.11	100.15
3	小型拖拉机	100.85	100.45	100.16	100.00	99.75	100.08	100.21	100.53	100.46	100.43
4	农作物收获机械	100.02	100.24	100.28	100.16	100.10	100.04	100.08	100.11	99.56	99.86
5	场上作业机械	102.41	98.70	96.84	96.24	93.50	87.07	86.20	85.66	85.60	82.63
6	饲料生产专用设备	100.28	100.42	97.77	99.05	98.84	102.19	101.98	102.83	103.09	102.00
7	碾米机械	104.21	103.01	103.23	103.47	102.13	103.12	103.88	104.73	104.27	103.45
8	油脂加工机械	100.12	100.38	100.19	100.19	100.31	99.91	100.18	100.07	99.99	100.04
9	淀粉加工机械	108.58	106.91	105.71	104.92	104.47	101.90	100.71	100.36	98.35	98.10
10	农副食品加工专用设备	101.34	101.10	100.92	101.36	100.88	101.21	101.47	101.89	102.13	101.77
二、其他有关行业											
11	汽车用发动机	99.60	99.20	99.71	100.49	100.32	100.07	99.87	99.32	99.16	98.34
12	挖掘、铲上运输机械	100.62	100.51	100.58	100.52	100.28	99.64	99.51	99.59	99.33	99.65
13	真空泵	100.74	100.92	100.93	100.99	100.70	100.56	100.64	100.40	100.25	99.91

2014年1~10月主要农机产品产量汇总表

单位：台

产品名称	企业数	2014年		2013年		同期比 (±%)	同期 累计比 (±%)
		10月	1~10月 累计	10月	1~10月 累计		
大型拖拉机	29	4154	56529	3449	57098	20.44	-1.00
中型拖拉机	58	40414	486755	48917	531134	-17.38	-8.36
小型拖拉机	130	131605	1397341	160136	1606993	-17.82	-13.05
收获机械	141	71178	771449	58582	703125	21.50	9.72
饲料生产专用设备	36	46903	555492	47309	532211	-0.86	4.37

2014年1~10月农机行业出口交货值汇总表

单位：台

行业名称	企业数	2014年		2013年		同期比 (±%)	同期 累计比 (±%)
		10月	1~10月 累计	10月	1~10月 累计		
拖拉机制造	182	274700	2494672	196112	2271907	40.07	9.81
机械化农业及园艺机具制造	668	837725	11020918	760272	12092086	10.19	-8.86
农副食品加工专用设备制造	371	229206	1751945	176896	1601633	29.57	9.38
营林及木竹采伐机械制造	7	1400	3900	0	0	—	—
饲料生产专用设备制造	56	18982	165948	15609	193041	21.61	14.03
畜牧机械制造	81	117776	1183539	83284	788745	41.41	50.05
渔业机械制造	17	1904	31112	3004	67339	-36.62	-53.80
水资源专用机械制造	125	71044	461445	32743	372917	116.97	23.74
农林牧渔机械配件制造	351	63247	616039	57576	573605	9.85	7.40
其他农林牧渔业机械制造	141	11428	195275	8868	168180	28.87	16.11
其他未列明运输设备制造	103	287215	2561584	206117	2447647	39.35	4.65
农用及园林用金属工具制造	190	433299	5454318	497628	4610202	-12.93	18.31
棉花加工机械制造	16	2720	75166	11716	76726	-76.78	-2.03
合计	2308	2350646	26015861	2049825	25264028	14.68	2.98

2014年1~9月全国机械行业进出口汇总表

单位：万美元

项目分列	进出口总额		进口额		出口额		贸易差额	
	累计金额	同比 (%)	累计金额	同比 (%)	累计金额	同比 (%)	当月差额	累计差额
进出口总值合计	53942495	8.91	24226262	9.71	29716232	8.26	496876.4	5489970
其中：								
农业机械行业	974056.32	8.52	194900.2	-4.52	779156.12	12.36	68477.37	584255.92
内燃机械行业	1440865.6	9.59	765888.7	7.47	674976.94	12.11	-16451.28	90911.76
工程机械行业	1687646.9	4.4	321210.84	1.55	1366436	5.09	130609.6	1045225.2
机械基础件行业	2946692.9	10.83	1243891.9	10.6	1702801	11	50615.2	458909.12
汽车行业	10574289	19.87	6624204.7	27.45	3950084	8.99	-248462.5	-2674121

2014年1~9月手扶拖拉机出口一览表

单位：万美元·台

名次	国别名称	2014年1—9月		占比分析				与上年同比	
		数量	金额	占比		占比变化		数量	金额
				数量	金额	数量	金额		
1	孟加拉国	37686	4459.86	48.97%	56.97%	17.26%	17.17%	61.63%	58.37%
2	印度	9317	1028.52	12.11%	13.14%	-3.54%	-4.15%	-19.03%	-15.92%
3	乌克兰	13186	646.55	17.13%	8.26%	-13.50%	-7.60%	-41.45%	-42.39%
4	缅甸	4487	629.86	5.83%	8.05%	0.39%	-0.20%	12.15%	7.97%
5	斯里兰卡	617	178.84	0.80%	2.28%	-4.08%	-5.47%	-82.81%	-67.40%
6	朝鲜	1749	117.29	2.27%	1.50%	1.29%	0.85%	141.91%	154.43%
7	尼泊尔	659	73.38	0.86%	0.94%	0.38%	0.40%	86.69%	92.85%
8	土耳其	1395	61.47	1.81%	0.79%	1.81%	0.79%	—	—
9	马达加斯加	621	52.34	0.81%	0.67%	-0.20%	-0.29%	-15.85%	-22.65%
10	厄瓜多尔	532	51.5	0.69%	0.66%	-0.35%	-0.41%	-30.46%	-31.53%
	小计	70249	7299.61	91.28%	93.25%	-0.54%	1.08%	4.05%	11.95%
	总计	76958	7828.13	100.00%	100.00%	—	—	4.67%	10.65%

2014年1~9月轮式拖拉机出口一览表

单位: 万美元·台

名次	国别名称	2014年1—9月		占比分析				与上年同比	
		数量	金额	占比		占比变化		数量	金额
				数量	金额	数量	金额		
1	俄罗斯联邦	8721	4006.38	19.55%	15.56%	-0.64%	5.98%	16.47%	34.57%
2	乌克兰	11201	3032.89	25.11%	11.78%	5.80%	2.56%	56.39%	5.88%
3	缅甸	4819	2195.96	10.80%	8.53%	7.73%	7.19%	322.72%	426.98%
4	埃及	3981	1588.03	8.93%	6.17%	3.13%	3.89%	85.34%	124.51%
5	澳大利亚	982	1042.77	2.20%	4.05%	1.03%	0.62%	18.10%	2.18%
6	阿尔及利亚	940	908.18	2.11%	3.53%	-3.11%	-2.33%	51.45%	-50.14%
7	尼日尔	571	730.13	1.28%	2.83%	1.27%	2.81%	14175.00%	8633.61%
8	印度尼西亚	387	701.09	0.87%	2.72%	0.37%	1.79%	109.19%	140.96%
9	马来西亚	498	632.5	1.12%	2.46%	-0.33%	0.08%	-6.92%	-14.26%
10	南非	309	561.79	0.69%	2.18%	0.11%	0.81%	42.40%	31.83%
	小计	32409	15399.7	72.66%	59.79%	13.31%	23.39%	47.22%	36.08%
	总计	44602	25754.5	100.00%	100.00%	—	—	20.26%	-17.14%

2014年1~9月联合收割机出口一览表

单位: 万美元·台

名次	国别名称	2014年1—9月		占比分析				与上年同比	
		数量	金额	占比		占比变化		数量	金额
				数量	金额	数量	金额		
1	伊朗	3108	4135.99	33.99%	30.15%	21.06%	18.05%	218.44%	212.93%
2	菲律宾	1609	2879.83	17.60%	20.99%	6.60%	7.42%	93.86%	94.30%
3	韩国	499	1742.31	5.46%	12.70%	-0.77%	-1.45%	6.17%	12.73%
4	印度尼西亚	1186	1664.79	12.97%	12.14%	4.29%	3.89%	81.07%	84.85%
5	越南	762	951.64	8.33%	6.94%	-22.54%	-22.41%	-67.30%	-70.30%
6	缅甸	908	705.69	9.93%	5.14%	6.68%	3.68%	270.61%	342.52%
7	俄罗斯联邦	31	279.36	0.34%	2.04%	-0.76%	-1.03%	-62.65%	-16.49%
8	斯里兰卡	161	223.48	1.76%	1.63%	-8.44%	-5.29%	-79.09%	-70.43%
9	秘鲁	113	157.77	1.24%	1.15%	-2.22%	-1.45%	-56.70%	-44.40%
10	阿拉伯联合酋长国	123	148.96	1.35%	1.09%	1.21%	0.99%	1130.00%	1259.12%
	小计	8500	12889.8	92.96%	93.97%	5.10%	2.39%	28.21%	28.92%
	总计	9144	13717.6	100.00%	100.00%	—	—	21.18%	25.64%

2014年1~9月谷物播种机出口一览表

单位: 万美元·台

名次	国别名称	2014年1—9月		占比分析				与上年同比	
		数量	金额	占比		占比变化		数量	金额
				数量	金额	数量	金额		
1	俄罗斯联邦	231	384.72	0.44%	63.20%	0.07%	46.69%	76.34%	595.70%
2	埃塞俄比亚	30000	35.89	57.33%	5.90%	57.33%	5.90%	—	—
3	乌克兰	779	31.61	1.49%	5.19%	-7.73%	-25.78%	-76.12%	-69.52%
4	尼日利亚	69	17.67	0.13%	2.90%	0.10%	2.74%	590.00%	3172.22%
5	美国	8094	10.36	15.47%	1.70%	-7.32%	-4.06%	0.42%	-46.29%
6	印度	78	9.6	0.15%	1.58%	0.10%	0.57%	333.33%	184.87%
7	阿尔巴尼亚	109	8.72	0.21%	1.43%	0.21%	1.43%	—	—
8	朝鲜	1659	7.86	3.17%	1.29%	3.12%	0.74%	9116.67%	329.51%
9	罗马尼亚	223	7.52	0.43%	1.24%	0.40%	1.00%	1927.27%	851.90%
10	印度尼西亚	277	7.13	0.53%	1.17%	0.53%	1.17%	—	—
	小计	41519	521.08	79.35%	85.61%	46.81%	30.41%	260.72%	181.91%
	总计	52325	608.69	100.00%	100.00%	—	—	47.94%	81.77%

2014年1~9月犁出口一览表

单位: 万美元·台

名次	国别名称	2014年1—9月		占比分析				与上年同比	
		数量	金额	占比		占比变化		数量	金额
				数量	金额	数量	金额		
1	缅甸	31184	555.02	21.48%	31.13%	0.78%	-1.51%	36.52%	43.81%
2	俄罗斯联邦	8984	182.19	6.19%	10.22%	0.08%	3.72%	33.25%	137.20%
3	美国	8646	132.31	5.96%	7.42%	-0.02%	-2.06%	31.08%	18.05%
4	埃塞俄比亚	971	103.6	0.67%	5.81%	0.67%	5.79%	32266.67%	38270.37%
5	阿尔及利亚	1689	89.44	1.16%	5.02%	0.20%	0.15%	59.34%	55.33%
6	乌克兰	15580	49.97	10.73%	2.80%	-2.37%	-1.68%	7.80%	-5.82%
7	尼日尔	557	42.01	0.38%	2.36%	0.38%	2.36%	—	—
8	柬埔寨	8925	41.95	6.15%	2.35%	2.39%	0.34%	115.32%	76.26%
9	法国	4162	36.57	2.87%	2.05%	-0.02%	-0.31%	30.80%	30.98%
10	塔吉克斯坦	333	35	0.23%	1.96%	0.20%	1.80%	940.63%	1751.85%
	小计	81031	1268.06	55.82%	71.12%	2.29%	8.59%	37.21%	71.51%
	总计	145175	1783	100.00%	100.00%	—	—	31.59%	50.79%

2014年1~9月低速汽车产销情况

1、2014年1~9月低速汽车产销量

产销量		产量(辆)	销量(辆)	产销率(%)
车型				
低速汽车		2,169,414	2,149,114	99.06
其中	低速货车	305,733	304,693	99.66
	三轮汽车	1,863,681	1,844,421	98.97

2、2014年1~9月低速汽车月产销量(辆)

月份	低速货车		三轮汽车	
	产量	销量	产量	销量
1	22,958	21,067	142,819	140,465
2	34,933	35,010	197,840	196,890
3	40,790	40,067	252,339	249,858
4	31,749	32,235	137,988	140,674
5	30,247	30,813	194,503	193,946
6	29,876	30,583	210,596	210,238
7	32,909	32,395	195,337	193,781
8	38,931	38,992	256,393	254,431
9	43,340	43,531	275,866	264,138

3、2014年1~9月低速汽车行业总产量与2013年1~9月行业总产量对比情况

低速汽车总产量对比

2013年1~9月低速汽车总产量(辆)	2,161,615
2014年1~9月低速汽车总产量(辆)	2,169,414
2014年比2013年同期增长率(%)	0.36

其中：低速货车

2013年1~9月低速货车产量(辆)	300,711
2014年1~9月低速货车产量(辆)	305,733
2014年比2013年同期增长率(%)	1.67

其中：三轮汽车

2013年1~9月三轮汽车产量(辆)	1,860,904
2014年1~9月三轮汽车产量(辆)	1,863,681
2014年比2013年同期增长率(%)	0.15

4、低速货车 2014 年 1~9 月产量排名前 10 名企业的产量及销量(辆)

序号	企业名称	产量	销量
1	山东时风(集团)有限责任公司	72,785	72,785
2	河南奔马股份有限公司	49,166	49,166
3	山东五征集团有限公司	31,835	31,491
4	云南力帆骏马车辆有限公司	21,713	22,771
5	山东黑豹集团有限公司	20,898	20,918
6	江西英田汽车制造有限公司	17,400	17,089
7	四川南骏汽车集团有限公司	15,674	15,647
8	山东东方曼商用车有限公司	12,610	12,520
9	北汽福田汽车股份有限公司	9,569	9,331
10	山东唐骏欧铃汽车制造有限公司	9,519	9,747

5、三轮汽车 2014 年 1~9 月产量排名前 10 名企业的产量及销量(辆)

序号	企业名称	产量	销量
1	山东时风(集团)有限责任公司	745,711	745,712
2	山东五征集团有限公司	650,044	631,995
3	河南奔马股份有限公司	275,179	275,179
4	福田雷沃国际重工股份有限公司	70,282	73,811
5	长葛市世英机械有限公司	39,197	37,609
6	汝南县广源车辆有限公司	20,423	18,562
7	山东双力车辆有限公司	17,427	17,401
8	山西卓里集团有限公司	13,468	12,382
9	河南葛天车辆有限公司	7,797	7,797
10	山东东方曼商用车有限公司	4,810	4,915

6、2014 年 1~9 月产量前 10 名与 2013 年 1~9 月产量前 10 名对比情况

低速货车

项目	数值	比上一年增长率(%)
2014 年 1~9 月排名前 10 家企业产量(辆)	261,169	4.62
2013 年 1~9 月排名前 10 家企业产量(辆)	249,640	
2014 年 1~9 月排名前 10 家企业产量占全行业的百分率(%)		85.42
2013 年 1~9 月排名前 10 家企业产量占全行业的百分率(%)		83.02

三轮汽车

项目	数值	比上一年增长率(%)
2014年1~9月排名前10家企业产量(辆)	1,844,338	0.45
2013年1~9月排名前10家企业产量(辆)	1,836,091	
2014年1~9月排名前10家企业产量占全行业的百分率(%)	98.96	
2013年1~9月排名前10家企业产量占全行业的百分率(%)	98.67	

7、2014年1~9月三轮汽车各型号产销量情况

型号	产量(辆)	产量所占比率(%)	销量(辆)	销量所占比率(%)	
按额定载质量分	200kg	/	/	/	
	300kg	58,648	3.15	49,874	2.70
	500kg	1,676,560	89.96	1,670,374	90.56
	750kg	128,473	6.89	124,173	6.73
按驾驶室分	半封闭	1,361,746	73.07	1,341,029	72.71
	简易棚	27,318	1.47	26,023	1.41
	全封闭	474,617	25.47	477,369	25.88
按卸货方式分	自卸	1,438,865	77.21	1,381,151	74.88
	非自卸	424,816	22.79	463,270	25.12
按操纵方式分	方向把	303,546	16.29	309,929	16.80
	方向盘	1,560,135	83.71	1,534,492	83.20
按启动方式分	手摇启动	565,621	30.35	566,950	30.74
	电启动	1,298,060	69.65	1,277,471	69.26
按传动方式分	皮带+链条	6,226	0.33	5,658	0.31
	皮带+连体	1,738,802	93.30	1,723,781	93.46
	轴传动	118,653	6.37	114,982	6.23

8、2014年1~9月低速货车各型号产销量情况

型号	产量 (辆)	产量所占 比率(%)	销量 (辆)	销量所占 比率(%)	
货车	287,253	93.96	286,358	93.98	
其中	500kg	6,550	2.28	6,483	2.26
	750kg	13,777	4.80	13,505	4.72
	1000kg	75,304	26.22	76,207	26.61
	1500kg	140,607	48.95	139,307	48.65
	2000kg	51,015	17.76	50,856	17.76
	长头	28,395	9.89	27,166	9.49
	平头	258,858	90.11	259,192	90.51
	自卸	179,295	62.42	178,757	62.42
	非自卸	107,958	37.58	107,601	37.58
	单排座	78,063	27.18	77,812	27.17
	一排半	171,079	59.56	170,890	59.68
	双排座	38,111	13.27	37,656	13.15
	单缸机	23,800	8.29	22,826	7.97
	双缸机	15,103	5.26	14,076	4.92
	三缸机	9,189	3.20	9,142	3.19
	四缸机	239,161	83.26	240,314	83.92
“运输机”	18,480	6.04	18,330	6.02	
其中	单缸机	1,771	9.58	1,892	10.32
	双缸机	9,578	51.83	9,476	51.70
	三缸机	344	1.86	344	1.88
	四缸机	6,787	36.73	6,618	36.10
其它型	/	/	5	0.00	

9、2014年1~9月低速汽车按省市分布的生产情况

低速货车按生产比例分布的前10个省市是：

省市	山东	河南	四川	云南	江苏	北京	浙江	广西	湖北	福建	其它
比率 (%)	51.10	16.50	8.38	7.10	5.97	3.13	2.25	2.20	1.31	0.85	1.21

三轮汽车按生产比例分布的7个省市是：

省市	山东	河南	山西	湖南	甘肃	湖北	安徽
比率 (%)	80.06	18.60	0.72	0.28	0.15	0.11	0.08

10、2014年1~9月低速汽车按省市分布的销售情况

低速货车按销售比例分布的前10个省市是：

省市	河南	云南	四川	山西	山东	江西	湖北	河北	内蒙古	安徽	其它
比率 (%)	18.88	9.96	9.29	6.52	6.35	6.13	5.54	4.40	3.57	3.56	25.8

三轮汽车按销售比例分布的前10个省市是：

省市	河南	河北	山东	甘肃	山西	陕西	辽宁	安徽	江苏	内蒙古	其它
比率 (%)	19.58	12.21	11.72	11.72	9.17	8.56	7.19	5.08	2.93	2.83	9.01

11、2014年1~9月低速汽车配套柴油机情况

低速货车配套柴油机的主要情况：

型号	4100	490	485	1115	380	480	2115	4C22-85	其它
比率 (%)	17.20	13.86	8.24	7.30	6.48	3.68	2.08	1.90	39.26

三轮汽车配套柴油机的主要情况：

型号	1105	1115	1100	190	1110	180	195	CF25	其它
比率 (%)	27.57	25.77	10.61	6.42	6.34	5.94	2.68	2.53	12.14

认清身边最好的资源

1、最好的公司不是赚钱最多的，而是行业里最专业的；2、最好的工作不是收入最高的，而是能够成就你人生的；3、最好的客户不是贡献最多收入的，而是最懂你的；4、最好的员工不是最聪明的，而是能够始终追随你的；5、最好的朋友不是最常见面的，是你开口他必帮忙的。

老板的致命错误

1、战略上贪婪：想用自己非常有限的资源做很多事情。2、客户不做挑选：以至于忘记自己最该珍惜的人。3、模式上同质：竞争对手做什么，自己也做什么。4、组织上混乱：不能让员工清楚自己该做什么。5、人员质量和数量缺乏：战略上想要很多，却不投入和目标匹配的人员力量。

优秀部门经理每日必做 7 件事

1、反思自己一天工作的失误；2、下班后回顾自己一天的任务完成情况；3、考虑明天应该做的主要工作；4、考虑分管部门的一个不足之处，并想出改善方法；5、给直接下属安排当天的工作任务；6、回想自己一天工作完成的质量与效率；7、着眼于未来的一点思考一点准备。

管理的五层境界

1、手把手。对于新手必须手把手教，好员工是训练出来的。2、肩并肩。领导以身作则，员工跟自己一起做。3、面对面。盯着员工按制度流程做，训练员工敬畏规则。4、背靠背。充分授权，信任，给优秀的员工进行目标管理。5、心连心。员工认同企业文化与制度，自我管理。



经销商营销制胜的四把利器

对于经销商来说，随市场的变化面临的问题与日俱增，既有生存的问题，也是发展的困惑。经销商的发展，既有自身能力的束缚，也有厂商合作的局限，尽管许多经销商有效利用自身资源把市场做的“不辱使命”，但在厂家面前还是难以挺直腰杆讲话，被厂家牵着鼻子走路，这究竟又是为什么呢？答案很简单，经销商要想在厂商的博弈中占据有利地位，必须要拥有属于自己的营销利器，只有这样，才能既保证厂商合作顺利展开，才能避免在合作中被厂家牵着鼻子走。

一、掌控终端制胜

对终端的掌控既是经销商的核心竞争力之一，也是经销商跟厂家要条件的最重要利器，所以经销商对终端的掌控能力非常重要。无论是经销商还是企业，谁距离终端最近，谁就有最大的主动。近年来业内一直倡导的深度分销理念，其实就是企业的业务人员掌控终端，把经销商降级为企业的配送商，经销商在渠道上的作用被大大降低，在厂商合作中就处于被动的地位，企业更换经销商的机会成本就会降低，厂商关系变得不稳定，一旦合作破裂，厂家会很快寻找新的替补经销商。

所以，有危机意识的经销商往往会把终端牢牢控制在自己手中，让销售终端的经营跟着自己走，而不是跟着厂商的品牌走。

经销商对终端的掌控是经销商企业综合实力的体现，如何掌控：一是依靠老板的个人魅力、自身

的实力和品牌影响力等来影响终端；二是经销商可通过各种政策措施、促销方案、激励手段等来维持终端的忠诚；三是经销商要尽快对终端进行制度化、信息化管理；四是经销商需要主动处理好和厂家业务人员的关系，以免造成厂商合作关系恶化和紧张，厂家产生另觅经销商或者直接掌控终端的想法。

二、系统化管理制胜

管理常常是经销商的一个弱项，但是做好管理能够大大增强经销商的抗风险能力。

打造一个优秀团队是做好终端系统化管理的基础。经销商的人员管理是一个公认的难题，经销商在人员管理上常见的几个问题是：怎么留住和用好老员工；怎么管理到位，提高团队的执行力；怎么做好管理培训和监督考核；怎么增强团队凝聚力等。要逐个解决这些问题。其一，对于老员工要解决他们的后顾之忧，比如，给员工购买养老保险、医疗保险，工资年年或多或少的都有些增长，让员工年年都有新希望；其二，检查公司的制度，制定切实可行的制度和流程，严格执行。其三，要有仔细的规划，执行后的考核、奖惩，都要有缜密的考量；其四，要减少人的因素对公司的影响，要用制度管人。这样就算企业人员再大的流动，都不会对经销商的发展造成影响，同时避免了因出现内部小团队对管理执行力的冲击。随后，要尊重你自己的员工，善待自己的员工，善于倾听员工的心声，才会让员工有一种归属感和责任感。

其次是做好促销活动。经销商对本地市场及消费者更为熟悉，更清楚消费者的需求和心理，这才是促销活动的核心。促销活动形式上并不复杂，通常是陈列配合买赠、抽奖以及人员促销等。经销商只要留心、用心，很快就能掌握其规律。经销商策划这样的活动，除了通过更多贴近本地市场的促销形式来提升促销效果外，还能借机培养锻炼经销商自己的活动策划人员，逐渐形成营销策划的能力，同时扩大自己在终端的影响力和号召力。

当然，有些管理问题对于经销商来说具有一定的难度，许多经销商目前的资源实力和能力水平尚难全部达到，但至少可以从上述门槛较低的方面入手，逐步完善、逐步提升。总之，只要经销商抱着一个良好的学习心态，不断地要求自身的进步与发展，就能够逐步完成终端的系统化管理。

三、合理产品线制胜

合理布局产品线，一是要多品牌经营，二是要制定产品策略。对于经销商来说，规避风险比冒进式的发展更重要，而多品牌经营应该是代理商规避风险最有效的方法。对于经销商来说，经营单一品牌很容易因为偶然原因影响收益。例如，在销售旺季，一旦货源跟不上，将给终端带来极恶劣的影响，而这种恶劣影响终端会直接迁怒于经销商。所以，多品牌经营策略可以避免各种偶然因素带来的风险。此外，多品牌经营还可以有效地组合各品牌的畅销产品，进行科学的产品搭配，满足客户的不同需要，强化经销商在终端的竞争力。多品牌经营还可以让经销商共享各种销售、广告及固定资产资源，降低综合成本。经销商将多个品牌抓在手里，也增加了与厂商谈判的筹码。

制定产品策略就是给代理的产品分工，哪些是战术产品，哪些是战略产品；哪些是冲量产品；哪些是形象产品。虽然市场上产品很多，经销商可选择的机会很多，但为了完善自己合理的产品结构，合理布局产品线，不能眉毛胡子一把抓。因为经销商的资金、仓储、物流、人员都是有限的，鱼和熊掌不可兼得，合理布局产品线显得尤其重要。

因此，经销商在产品经营的资源配置上要做到主次分明，按照战略型产品、利润型产品、潜力型产品、边缘型产品、品牌型产品的分工，让产品结构有

一个最优的配置。产品的主次分明了，操作思路就清晰了；操作思路清晰了，资源的投入比例也就可以做到有的放矢，目标利润核算也就明确了。另外，代理商还要在仓库管理、销售报表分析上大力帮助厂家，向厂家提供尽可能准确的销售数据，以寻求厂家支持，只有这样，才能真正实现对产品结构的定位和管理。

四、借力厂家制胜

经销商的发展离不开企业，经销商与厂家建立良好的合作关系，无论是对自己的业绩提升、利润回报、渠道的完善或对自身的发展和完善都非常有益。经销商和厂家的关系，既是合作的关系，也是博弈的关系。经销商要善于利用好这种关系，在和厂家的合作博弈中谋取最大的利益和进步。

经销商在战术层面的执行必须与企业的长远规划相协调，善于利用和整合上游厂家的各项资源，以增强自己建立终端网络的力量。在新兴渠道变革的大背景下，厂家是希望经销商的经营思路和企业理念高度协同，并能配合厂家在渠道和终端上实现，只有这样，厂家才会给予经销商更多的支持和投入。所以经销商要端正心态，和企业紧密合作，利用自身资源的优势与厂家共同管理、经营网络，为双方带来真正的双赢局面。

要借力厂家，经销商还要善于和厂家的驻地机构搞好关系。目前，各大厂商对其驻地机构采用的远程管理往往不可能面面俱到，绝大多数厂商的监控系统都不到位，也就无法检查所有的驻地机构是不是在精确执行厂家的指令。而经销商却可以利用自己对地理、风俗、习惯等情况熟悉的优势，与驻地机构人员形成良好的合作，密切关系，在制定市场策略上给予最大的帮助和建议，在业务执行上密切配合。由于厂家的政策执行主动权基本在厂商的驻地机构手里，对政策的把握尺度，也是驻地机构的人员说了算，处理好与驻地机构的关系，就能在很大程度上避免和厂家的矛盾和冲突，同时也能获得最大的市场收益。

市场的发展和竞争的加剧，不断给经销商提出新的必修课题，而经销商也要勇于面对现实，破旧立新，紧跟环境的变化，这样才能在新环境下实现可持续发展。

从库存生产模式到快速响应模式

——一个制造企业在不确定市场环境下提升企业盈利能力的实验

模式变革是最大的红利。A 公司通过快速响应模式变革促进销售、提升利润率、降低库存、降低运营成本，提升了公司的盈利能力。

一、库存生产模式：从企业盈利的利器到吞噬利润的黑洞

A 公司是生产一种工程设备领域的领先企业。该工程设备市场在 2012 年之前十年年均增长率高达 46%。2012 年市场需求出现了明显下降。

在 2013 年之前，A 公司采用库存生产模式，其基本的运营逻辑是先生产，后销售；为了实现下个月的销售目标，公司必须先生产出相应产品，实质上是以产定销。在业务运营流程方面，A 公司滚动预测未来 6 个月的市场走势，根据预测需求采购底盘、液压件等战略物资；滚动预测未来 2 个月的市场需求，根据预测进行零部件采购生产。A 公司维持一定数量的成品库存，接到客户订单后发货。

每月 20 日是 A 公司运营的关键时间点，公司领导需要确定未来 2 个月的生产量。在市场高速增长时期，公司领导拍板定出让计划员有点胆战心惊的生产目标，拉动着公司业务高速增长。

库存生产模式最大的风险在于预测不准确，库存与客户需求不一致导致库存呆滞。由于行业技术壁垒高，竞争者不多，且行业高速增长，库存呆滞风险并不突出。A 公司领导这样向笔者介绍：“2012 年 6 月前我们基本上没有成品库存，产品刚刚下线就发运了。还有很多客户到公司来等设备，客户能够拿到设备就不错了，甚至顾不上选择型号，所以我们基本上没有库存积压”。从过去数年的发展历程看，可以说，库存生产模式对于 A 公司的高速成长功不可没。

随着市场下滑，库存生产模式弊端尽显。2012 年下半年市场需求明显下降，产品供过于求，客户开始选择自己想要的型号，企业遭遇成品库存积压困境。为了增强公司竞争优势，公司加速了新品推出，产品型号数量明显增加，这增加了成品库存备货难度。滚动 6 个月需求计划准确率约为 30%，滚动双月需求计划的准确率为 50%。为了满足客户需求，公司不得不加大成品库存量，月度成品库存周转率达到 3.2 倍，即为了满足月平均 200 台设备的发货需求，企业需要保持 640 台设备的库存，每台设备市场价值约为 500 万元，库存之大可以想象。每月 20 日的

关键决策成为难题，目标定高了，生产出来就会成为库存，目标定低了，对销售没有激励作用，在动态不确定的新市场环境下要做出正确决策很难。

库存占用了公司大量流动资金，在不利的市场形势下，公司立刻感受到巨大的经营压力。但是库存的压力绝不仅仅限于资金占用，还有巨大的库存维持成本。为保证产品质量，A公司规定对库存超过20天的产品发货前需要进行整改，整改一次的费用平均为4万元。纳入计划安排的整改产品数量占总产量的52%，计划外整改约为总产量的20%，主力产品一年的整改费用接近5000万元。除整改费用外，巨大库存还导致场地租赁费用增加和酸雨锈蚀损失增加。露天存放的设备会受到酸雨锈蚀，对于锈蚀严重的产品，需要更换部分零部件以保证设备性能。

库存还对销售业务影响巨大，2012年下半年以来，尽可能消化库存是销售系统的主要目标。为清理库存，公司加大了销售让利力度，原来相对坚挺的价格体系逐渐打破，企业利润下滑，带动行业几乎走进了价格战的边缘。为了保证公司利润率，公司不得不加大采购成本削减力度，要求采购部门年度削减成本5亿元。在此高压下，采购部门采取了以价格为主的采购策略，价格几乎成为供应商选择中唯一的决定因素。一分钱一分货，采购中削减的成本往往不是真正的成本削减，而是质量、交期与成本的互换。低成本采购策略影响了零部件质量，公司的质量成本显著上升，产品整体质量出现下滑势头，公司产品的长期竞争力受到威胁。

在快速增长的市场环境下，库存生产模式是公司快速发展的助推器，但在波动多变的动态不确定市场环境下，库存生产模式难以风光再现，成为公司经营陷入恶性循环的罪魁祸首，成为吞噬企业利润的黑洞。企业只有进行模式变革，才可能打破生产经营的恶性循环。

二、快速响应模式：建立动态不确定市场环境下企业运营新机制

库存生产模式已经严重不适应新的市场特点，变

革的目标是建立快速响应的运营模式，由订单驱动供应链运营。笔者作为外部专家顾问主导了A公司快速响应模式的设计与推进过程，引导A公司从库存生产模式转变到快速响应模式。

快速响应模式强调企业内部运营随外部环境的变化而快速调整，其最根本的指导思想是供应链由客户需求驱动，而不是根据预测生产。通过快速响应模式，企业接单生产，提供客户需要的产品，而不是通过降价来销售客户不需要的产品；因此快速响应模式可以帮助企业更好满足客户需求，降低库存，提升销售利润率。同时基于成品库存下降来降低库存维持成本，提高供应链整体运营效率。

为推行快速反应模式，A公司将产品分为三类：主力型号、一般型号、定制型号，其中，主力型号是各品类销售最好的前五个型号，销量占各品类总销量的80%以上；定制型号是销量很少的型号，各型号每月只有零星销售；一般型号介于二者之间。对于主力型号，公司根据需求预测备足成品安全库存，接到客户订单后可以立即发货；对于一般型号，公司不备成品安全库存，但是备最低数量的零部件，接到订单之后快速接单装配，12天之后即可发货；对于定制型号，则不备成品和零部件，接到客户订单后快速采购零部件，零部件到货后装配，接单后35天即可发货。生产部门对各类产品的交付周期做出承诺，销售人员基于承诺交期和客户谈判订单交付日期，而非库存生产模式下接单后立即要求发货。

销售计划部门仍编制滚动6个月需求计划，提高需求预测准确度，力争实现各品类产品总量预测准确度达到70%；将原滚动双月需求计划调整为滚动8周需求计划，每周编制一次，以加快对市场变化的响应频率。为提高8周滚动需求计划的准确率，新模式只对主力型号编制滚动8周需求计划。在客户订单管理层面，为缩短给客户的交付周期，销售人员如果认为客户需求可靠，则可以在商机阶段、销售合同评审阶段申请成品生产，实现销售业务与生产业务并行，减少客户等待时间。为减少此类操作风险，一方面只对

主力型号进行提前生产，另一方面通过奖励和处罚手段确保销售员慎重申请。

快速反应模式变革涉及从客户到供应商的各个环节，其核心是计划体系变革。公司的销售、生产和采购部门均需要参与到新业务模式设计中来。

在新的模式下，各个环节的经营思路和业务操作都需要变化，变革难度很大：销售部门要改变客户行为，让客户从下单后即可提货变为下单后一定交付周期才能提货；生产部门要做出交期承诺，为了降低订单交付周期对销售的影响，生产部门在原有正常生产周期基础上大幅度压缩了生产周期，这需要生产部门对生产组织方式进行重新设计。采购部门要改变原有以价格为标准的交易性采购模式，更注重产品质量和交期，因为新模式按单生产，质量和交期延误对于客户订单交付影响很大。各个部门承受的压力，正是公司面临的的市场压力在企业内部的传递。一个好的运营模式，一定是可以将市场压力传递到各个环节，只有各个环节均承担了业务压力，公司才可能减少经营压力。在库存生产模式下，生产部门按照月度计划四平八稳生产，很少担心计划变化，也没有必要大幅度缩短生产周期，压力很小，但是公司压力却非常大。

基于快速响应模式，A公司各个环节从理论到实际操作，均完全按照新的业务逻辑运转，市场即客户订单在企业资源配置中起决定性作用，企业高层不再有每月20日痛苦的决策。在新的市场环境下，企业运营重新走上健康的轨道。

三、快速响应模式如何提升企业盈利能力

模式实施半年后，公司的盈利能力显著提升。

销售不缺货。在库存生产模式下，由于品种多，预测不准，销售缺货严重，“销售专门卖我们没有的”是生产部门最现实的感受，公司的主打产品曾经出现过600多台成品库存满足不了300台订单发货需求的情况。在快速响应模式下，公司按单生产，不会出现缺货，只会出现订单交付延迟情况。从半年运行情况看，客户订单准时交货率基本稳定在94%左右，快速响应模式基本上消除了缺货情况，促进了销售。

成品库存显著降低。实施快速响应模式后，成品库存仅为月度平均发货量的0.8，相当于库存生产模式月发货量的4%，成品库存降低约400台，节约金额10多亿元，年利息费用减少5000万元。随着成品库存大幅度降低，产品整改费用也显著降低，总体的整改率降为10%，相对原有模式，每年可以减少整改费3000多万元，其他库存维持成本也有明显降低，参照2012年公司净利润率估算，由于费用降低可使公司的净利润率增加0.75%。

促进销售。库存降低帮助公司节约了流动资金，公司利用节约的资金增加了销售信贷方面的投入。在2013年大多数客户资金紧张的情况下，销售信贷成为左右客户购买的关键因素。按每台主力产品提供售价40%的销售信贷，10亿元销售信贷对于主力产品可以拉抬销量20%。由于不需要因为清理存货而被动促销，公司的销售价格维持在较好水平，销售毛利损失减少。虽然行业市场总体下滑明显，但是A公司销售额下滑比主要竞争对手低12%，销售毛利率下降更少。

采购策略调整。快速响应模式不提倡短期内大幅度削减零部件采购成本，认为这种成本削减有很大副作用，如导致质量成本和售后费用显著增加。采购成本的大幅度削减将会在其他环节显著增加公司的支出，影响公司长远竞争力。快速响应模式认为库存是企业最大的成本动因，应该通过各种手段降低库存，提升各个环节效率，显著降低运营成本。采购部门调整了供应商选择标准，将质量、交付周期与采购价格等同考虑。从长远角度说，有助于公司提升公司竞争力。

促进公司深度优化。（1）公司不断自加压力缩短承诺交期，提升响应速度。缩短交期需要对生产供应过程不断优化。（2）在紧绷的交期下，生产与供应的任何不稳定都会影响交期，因此需要公司大力推进精益生产提升生产和供应的稳定性，确保交付周期实现。实施快速响应模式半年多，公司在精益生产方面的改进项目数量超过了过去1年半改进项目数量之和，产品的交付速度和质量都有明显提升，公司整体的竞争力也得到提升。（3）由于成品库存很低，公司推新品的时候不需要大力清理消化老品，推新品的速度显著加快。

庞口·中国农机配件之都

PANGKOU THE CAPITAL OF AGRICULTURAL MACHINERY FITTINGS IN CHINA



开放 包容 创新 共赢

庞口汽车农机配件城位于河北省高阳县庞口镇,东至京九铁路10公里,大广高速横贯庞口并在市场南侧设立出口,已纳入“京、津、石90分钟经济圈”,交通区位优势日趋明显。

1993年以来,市场建设累计投资6亿多元,建筑面积21万平方米,占地60万平方米。现有固定门店1800个,主营整机和汽车、农用车、机动三轮车、拖拉机、农机具、农排、收割机、农副产品加工机械八大类配件,2万余品种。国内600多家大中型企业在市场从事直销或代销,名优产品占市场配件总量的60%以上,已形成辐射全国各地并出口印度尼西亚、巴基斯坦、俄罗斯、尼日利亚等南亚、东南亚、非洲20多个国家和地区的销售网络,2013年市场交易额突破200亿元人民币。先后被国务院发展研究中心、国家工商局、原国内贸易部、中国资信评价中心、中国物流与采购联合会、中国农机流通协会、河北省委、省政府等评定为“中华之最”、“全国文明市场”、“庞口汽车农机配件中心批发市场”、“中国企业信誉AAA级单位”、“重点联系批发市场”、“全国十大农机交易市场”、“河北省发展县域特色产业知名市场”,多次被中国农机流通协会评为“全国十大农机交易市场”和中国农机流通协会副会长单位,2006年中国农机流通协会命名庞口市场为“中国农机配件之都”,2007年被中国市场协会认定为“中国名牌市场”,2008年被中国行业发展调查评价中心、中华全国商业信息中心等评为“中国行业最具影响力品牌”,2011年被中国物流与采购联合会评定为“中国生产资料创新型市场”。

迎着新的历史机遇,面对新一轮的市场竞争,庞口率先“亮剑”,积极谋划实施市场升级战略,按照“产城一体、贸工互促”的发展理念,着力打造中国庞口国际农业机械装备产业城,全力构建机械装备市场区、重装备制造区、轻工业加工制造区、现代综合仓储物流区和商务行政配套服务区等“五区一片”的发展格局,规划项目总面积20平方公里,总投资60亿元。庞口,正朝着现代化产业城镇的目标大步迈进!

崭新的庞口,已经呈现出更加瑰丽的发展前景!

真诚的庞口,欢迎更多的海内外客商投资兴业,共铸辉煌!



▲ 1999年6月,中共中央政治局委员、国务委员吴仪考察庞口汽车农机配件城。

机配件城
▶ 市场管委会主要领导陪同外地客人参观庞口汽车农



通协会命名庞口农机配件城为中国农机配件之都
▶ 2006年5月中国农机流



欢迎各界客商来庞口投资兴业 共铸辉煌

地址:河北省高阳县庞口镇

电话:0312-6853609

Http://www.pangkou.com.cn Email:cnpankou@163.com

二十二年专注服务三农 铸就青园专业实力品牌

农机连锁+城镇化建设

全国最大的农机机电有形市场投资企业

中国农机流通协会副会长单位

国家一级农机营销企业

中国农机流通十强企业

安徽省百强民营企业

1998年投资建设中国安徽·望江青园农机汽车大市场；2005年投资建设中国安徽·安庆青园国际农机五金机电城，并于2010年3月被命名为中国（安庆）农机城、中国（安庆）农机物流中心；2008年投资建设中国湖北·黄冈青园国际现代农机机电建材大市场；2013年投资建设中国江西·新余南方农业工程机械产业城项目。

连锁市场 服务全国



中国望江青园农机大市场

招商电话：0556-7178857
地址：安徽省望江县安九路与东洲路交汇处



中国安庆青园国际农机五金机电城

招商电话：0556-5879999/5879888
地址：安庆市大桥开发区青园农机城



中国黄冈青园国际现代农机机电建材大市场

招商电话：0713-3205888/4269989
地址：湖北省浠水县洪山经济开发区（县体育馆隔壁）



中国新余青园中国南方农业工程机械城

招商电话：0790-7118899/6868899
地址：新余市仙女湖大道与铜城路交叉口





千里沃野
一夫当关



天津勇猛机械制造有限公司（简称“勇猛机械”）是集研发、制造、销售、服务为一体的玉米收获机械专业制造商。勇猛机械在行业内素有“玉米收获专家”的美誉称号，公司自主研发的勇猛系列自走式玉米收获机一路引领国内玉米收获机械产品技术发展方向。

天津勇猛机械制造有限公司（原北京亨运通机械有限公司）
销售热线：022-29928888 | 服务热线：022-29926666 | 传真：022-29928886
地址：天津宝坻九园工业园区兴安道 6 号

欢迎关注勇猛机械的微博与微信



www.yongmengjixie.com

雷沃，农业装备整体解决方案服务商

TECHNOLOGY CREATING THE FUTURE 科技创造未来



雷沃，农业装备整体解决方案服务商

雷沃，作为中国农业装备领先企业，不仅为您提供先进可靠的产品，更为您带来各种农业生产领域“耕、种、管、收、储、运”的整体解决方案和产品全生命周期的服务。

雷沃，农业装备整体解决方案服务商，正以崭新的品牌、产品及服务体验，为您耕耘土地、收获未来，创造无限可能。



福田雷沃国际重工股份有限公司雷沃农业装备事业部

LOVOL AGRICULTURAL EQUIPMENT SBM OF FOTON LOVOL INTERNATIONAL HEAVY INDUSTRY CO., LTD.

地址：山东省潍坊市北海南路 192 号 网址：www.lovol.com 服务专线：4006589888

销售电话：0536-7608629（小麦机）7527087（玉米机）7623129（水稻机）7603190（拖拉机）0536-7602173（农机具）



雷沃农业装备微博



雷沃农业装备微信