

日本三菱发电机维修

产品名称	日本三菱发电机维修
公司名称	东莞市常平鼎盛机械设备经营部
价格	.00/件
规格参数	品牌:日本三菱 项目:维修
公司地址	广东省东莞市常平镇常平塘角路14号东兴花园倚湖居9号楼207房（经营场所）
联系电话	4000832880 13480801855

产品详情

日本三菱发电机维修

日本三菱柴油发电机组维修，日本三菱柴油发电机组保养，日本三菱柴油发电机组厂家，日本三菱柴油发电机组上门检查，日本三菱发电机组维修，三菱发电机组保养

柴油发电机组作为安全、可靠、高效的应急电源、移动电源和自备电源，为中国过去几十年的经济发展提供了重要的辅助电源保障。同时，对应急备用电源持续增长的需求也使得中国国内出现了一批能够和康明斯、卡特彼勒等****瓜分市场的本土企业。上世纪八十年代开始，中国柴油发电机组市场从大部分依赖进口阶段，演变到中低功率段产品实现全面国产化，乃至到目前部分国内本土企业能够生产出具有较高稳定性的2000kW以上大功率机组。短短的二三十年时间，中国柴油发电机组企业在生产上所体现出的成熟工艺技术和装配能力获得了国内外诸多用户的广泛肯定。

三大因素助中国本土企业快速发展

过去十年，有几个重大因素驱动了中国市场对柴油发电机组的强烈需求，这极大促使了中国本土企业在上的立足和发展。首先，2003-2005年中国经历了一场从局部到全国性大面积的缺电现象，特别是2004年全年全国缺电超过30000MW缺口，相当于30台超超临界火电机组的装机量。为了保障城镇的居民用电，政府不得不对高耗能的制造工厂拉闸限电，由此推动了对柴油发电机组的巨量需求。第二，2008年北京奥运会和2010年上海世博会期间，仅场馆投资方面，北京奥运会达到200亿元，上海世博会180亿元。重要的是，由此拉动对城市轨道交通、酒店业、互联网和通信以及金融服务超过上万亿元的建设投资。而这些终端市场正是柴油发电机组的主要应用领域。第三，为了抵御全球性金融危机，从2009年到2011年，中国政府投入了4万亿元用于刺激国内经济发展，其中超过2万亿元属于铁路、公路等工程建设项目。除此之外，还包括2008年和2011年中国国内发生的严重缺电现象，尤其是2011年的缺电一度再次接近30000MW的缺口。由于这些因素对中国柴油发电机组市场产生的需求刺激，使得在一定时期内年复合增长率接近15%。根据MARTEC GROUP咨询公司的行业报告，2011年中国柴油发电机组市场销售额达到145亿

元人民币，预计2015年市场规模超过250亿元人民币。持续稳定增长的市场需求造就了一批较大规模的本土企业，如康诚、鼎新、百发、星光等年销售额过5亿元人民币的企业，这些企业已具备和康明斯、卡特彼勒、科勒等国际巨头竞争的实力。

已开始显现发展阻力

作为市场发展周期中必须经受的考验，在经历了较快发展的十年后，中国国内的柴油发电机组市场也面临着一些发展阻力。首当其冲的是中国基础建设投资和耗能制造业增速放缓，在2009-2011年由政府主导的四万亿元投资中的工程项目已基本完工并投入运行，部分工程在建成后并没有起到很好的使用效率，这对未来经济刺激政策的推出起到一定阻力。另一方面，为降低污染排放并提高工业生产能效，大量的中小规模的制造工厂，特别是高耗能行业的企业面临被关闭的可能。这些企业曾经在中国的多次电荒中都是柴油发电机组的重要用户。

其次，的竞争激烈、产品同质化程度高。仅销售额过千万元的企业就超过200家，这些被称之为OEM的企业所使用的发动机大部分由重庆康明斯、沃尔沃、三菱重工等企业提供，发电机由利莱森马、马拉松等供应。在中低端的终端应用市场上，也会采用中国本土的发动机品牌，如上柴、济柴、常柴等。在过去的市场阶段，中国本土企业普遍只重视对客户开发和销售渠道的扩张，很少有企业会重视对客户应用需求的定制化以及售后服务的维护。因为后者需要投入很大的成本，并且不能在短期内为企业带来收益。

再次，由于如康明斯、卡特彼勒、科勒等都将生产制造转移到了中国，有些外资企业还将中国作为亚太区乃至全球的生产基地，以此降低成本和国内企业竞争。这无疑降低了行业整体的利润率水平。基于以上这些原因，中国本土柴油发电机组企业已不满足于，转而发力海外市场，特别是针对海外工程承包项目市场。MARTEC GROUP 咨询公司对中国柴油发电机组市场的专题研究显示，2006年中国柴油发电机组出口额仅10亿元人民币左右，而到了2010年，出口额增至100多亿元人民币，年复合增长率接近80%。世界市场上和国际巨头展开竞争

中国本土柴油发电机组企业在全世界柴油发电机组市场中主要以两种形式销售其产品，一部分是通过在海外的分销商或直销团队，将产品直接供给海外当地的终端。用户通常是当地的制造工厂或居民，特别在印度、孟加拉和非洲这些大部分时间都没有市电供应的国家和地区。另一类形式是通过参与海外的工程承包项目，直接客户通常是中国本土的EPC企业或工程施工公司。一般来说，绝大部分的中国EPC企业或工程施工公司会采购国内的发电机组，用于其海外工程项目。海外工程市场对产品质量、可靠性和品牌信誉有更高要求，更能体现柴油发电机组企业在市场中的地位。

吸引中国本土企业参与海外工程承包市场的首要因素，自然是诱人的市场规模和发展前景。根据CHINCA（中国对外承包工程商会）的数据表明，每年各国面向全球公开招标的工程承包项目金额达到1.8万亿美元，目前中国EPC企业仅占有7%的市场份额。在对超过30家中国一级EPC企业和50家大的柴油发电机组企业的调研后，MARTECGROUP咨询公司发现：2011年中国EPC企业参与的海外工程承包项目金额达到1423.5亿美元，由此对柴油发电机组的需求超过50亿元人民币。中国EPC企业在公路、铁路、发电厂以及通信工程领域的建设水平处于全球，未来他们将逐步占据剩余93%的市场份额，由此将对国内柴油发电机组的采购产生持续增长的需求。

虽然和在全球市场中的份额还相差很大，但中国本土企业在海外市场中也逐渐建立了品牌度，如科泰、泰豪、康诚等中国本土企业在海外市场的销售额都超过亿元人民币，这对仅有20多年发展历史的中国柴油发电机组企业来说并不简单。之所以能有这种业绩增长，得益于以下几点：相比于，中国本土企业的产品有明显的价格优势。中国企业的柴油发电机组通常都使用了康明斯、沃尔沃、斗山、三菱、MTU等品牌的发动机，并且拥有成熟的机组装配技术。本土企业和中国EPC企业、中国工程施工企业拥有良好的客户关系。

从到国际舞台的市场扩张中，若要取得对的竞争优势，中国本土的柴油发电机组企业还应该弥补自身的不足之处，比如提高终端应用的定制化水平、增强国内外的售后服务市场等，通过全面地提升企业在产

品、服务和内部管理上的水准，才能获得客户长期的信赖，并赢得更多的全球用户。