



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年中国氮肥产业市场 动态及投资前景研究报告

## 一、调研说明

《2009-2012年中国氮肥产业市场动态及投资前景研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/113862.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、摘要、目录、图表

### 第一章 2008-2009年全球化肥行业运行形势分析

#### 第一节 2008-2009年全球化肥行业发展分析

- 一、全球化肥消费量统计
- 二、全球化肥需求强劲增长
- 三、国际化肥价格纷纷上扬

#### 第二节 2008-2009年中国化肥行业发展概况

- 一、2008年中国化肥生产状况
- 二、2008年化肥市场的特点
- 三、限价难抑化肥价格上涨
- 四、关税政策影响化肥市场

#### 第三节 2008-2009年中国各地区化肥市场分析

- 一、东北化肥市场
- 二、河北省化肥市场
- 三、河南化肥市场
- 四、山东复合肥市场

#### 第四节 2008-2009年化肥行业发展中存在的问题探讨

- 一、中国化肥工业存在的问题
- 二、化肥企业面临的困难
- 三、化肥行业政策造成的矛盾

#### 第五节 2008-2009年解决化肥行业问题的措施

- 一、中国化肥工业的发展策略
- 二、化肥市场化改革分析
- 三、对化肥企业洗牌的建议
- 四、完善化肥相关政策的建议

### 第二章 2008-2009年世界氮肥行业运行状况分析

#### 第一节 2008-2009年世界氮肥行业发展分析

- 一、世界氮肥市场的特点
- 二、世界氮肥供需形势分析
- 三、世界氮肥产需平衡分析

#### 第二节 2008-2009年世界氮肥行业主要地区运行分析

一、美国

二、日本

三、澳大利亚

第三节 2009-2012年世界氮肥产业发展趋势分析

第三章 2008-2009年中国氮肥产业运行环境分析

第一节 2008-2009年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、工业发展形势分析

三、人民币升值分析

第二节 2008-2009年中国氮肥产业政策环境分析

一、关于调整化肥类产品特别出口关税的通知

二、2008年化肥进出口关税税率表

三、化工部关于小氮肥安全技术规程

第三节 2008-2009年中国氮肥产业社会环境分析

第四章 2008-2009年中国氮肥产业运行态势分析

第一节 2008-2009年中国氮肥行业发展概况

一、国内氮肥市场价格状况

二、氮肥行业整合成为必然

三、氮肥行业存在交易机会

四、中国矿物氮肥及化学氮肥进出口数据分析

第二节 2008-2009年中国氮肥行业发展存在的问题

一、氮肥行业发展面临五大难题

二、中国氮肥行业受三大压力挤压

三、氮肥生产成本激增

四、国家政策给氮肥企业带来压力

第三节 2008-2009年中国氮肥行业的发展策略分析

一、氮肥工业发展三措施

二、中国氮肥工业的发展战略

三、氮肥行业需要进行结构调整

四、氮肥企业升级四大途径

五、氮肥企业从原料上找出路

六、氮肥工业应大力发展循环经济

## 第五章 2007-2008年中国氮肥及主要产品产量统计分析

### 第一节 2007-2008年全国及主要省份氮肥产量分析

一、2007年全国及主要省份氮肥产量分析

二、2008年全国及主要省份氮肥产量分析

三、全国及主要省份氮肥产量增长分析

### 第二节 2007-2008年全国及主要省份尿素产量分析

一、2007年全国及主要省份尿素产量分析

二、2008年全国及主要省份尿素产量分析

三、全国及主要省份尿素产量增长分析

### 第三节 2007-2008年全国及主要省份合成氨产量分析

一、2007年全国及主要省份合成氨产量分析

二、2008年全国及主要省份合成氨产量分析

三、全国及主要省份合成氨产量增长分析

## 第六章 2006-2008年中国氮肥制造行业运行数据监测分析

### 第一节 2006-2008年中国氮肥制造行业总体运行指标

### 第二节 2006-2008年中国氮肥制造行业企业数量规模分析

一、中国氮肥制造行业企业数量

二、企业规模及所有制分析

### 第三节 2006-2008年中国氮肥制造行业从业人数调查分析

一、总体从业人数分析

二、不同规模企业从业人员分析

三、不同所有制企业比较分析

### 第四节 2006-2008年中国氮肥制造行业产销状况监测分析

一、2006-2008年中国工业总产值分析

二、2006-2008年中国氮肥制造行业产成品分析

三、2006-2008年中国氮肥制造行业总销售收入分析

### 第五节 2006-2008年中国氮肥制造行业工业利润总额分析

一、2006-2008年中国氮肥制造行业工业利润总额分析

二、不同规模企业工业利润总额分析

三、不同所有制企业比较

## 第七章 2008-2009年中国小氮肥行业运行动态分析

### 第一节 2008-2009年中国小氮肥发展概况

一、小氮肥的发展历程回顾

二、小氮肥企业生产新技术

三、小氮肥赚取大利润

四、小氮肥的未来难料

### 第二节 2008-2009年中国各地区小氮肥发展分析

一、煤价上涨使山西小氮肥企业多数停产

二、陕西小氮肥企业发展状况

三、河北省私企入主小氮肥

四、河南省小氮肥技术改造有新途径

### 第三节 2008-2009年中国小氮肥行业发展中存在问题及对策分析

一、国内小氮肥行业存在的十大问题

二、中国小氮肥行业的发展对策

三、新形势下小氮肥企业的发展措施

四、小氮肥企业进行造气炉改造突围

## 第八章 2008-2009年中国尿素行业运行形势分析

### 第一节 2008-2009年中国尿素行业发展概述

一、尿素市场发展回顾

二、四川尿素具有成本优势

三、中国尿素出口情况分析

四、大小颗粒尿素竞争升级

### 第二节 2008-2009年国产尿素分析

一、国产尿素在化肥市场的重要地位

二、国产尿素市场的发展状况

三、国产尿素发展中存在的问题

四、国产尿素的市场机遇与发展策略

### 第三节 2008-2009年中国尿素行业发展中的压力

- 一、尿素产业发展面临的挑战
- 二、尿素行业利润空间缩小
- 三、中国尿素企业面临的风险
- 四、尿素出口关税应适度调低

#### 第四节 2008-2009年中国尿素行业的发展策略

- 一、国家对氮肥企业的扶持措施
- 二、理性发展中国尿素业
- 三、大力发展缓释尿素
- 四、发展尿素期货完善市场机制

#### 第五节 2009-2012年中国尿素行业的发展趋势及前景分析

- 一、2009年尿素市场风险分析
- 二、全球尿素发展预测
- 三、大颗粒尿素的发展趋势分析

### 第九章 2008-2009年中国合成氨行业态势分析

#### 第一节 2008-2009年国际合成氨发展概况

- 一、国际合成氨的生产状况
- 二、国际合成氨市场触底
- 三、未来全球合成氨供应紧张
- 四、全球合成氨的前景展望

#### 第二节 2008-2009年中国合成氨的发展概况

- 一、中国合成氨的发展历程
- 二、合成氨发生转折
- 三、合成氨工艺的相关分析
- 四、合成氨项目的建设与运行情况

#### 第三节 2008-2009年中国合成氨的节能减排技术分析

- 一、合成氨生产节能减排新工艺诞生
- 二、生产合成氨降本减排新技术
- 三、十大技术促进合成氨工业节能减排

### 第十章 2008-2009年中国氮肥产业其他细分产品发展分析

#### 第一节 碳酸氢铵

- 一、碳酸氢铵简介
- 二、2008-2009年碳酸氢铵市场的特点
- 三、2008-2009年碳酸氢铵的价格行情

## 第二节 硝酸铵行业

- 一、硝酸铵简介
- 二、硝酸铵需求增长旺盛
- 三、硝酸铵行业景气上升
- 四、硝酸铵价格走势预测

## 第三节 氯化铵行业

- 一、氯化铵简介
- 二、2008-2009年氯化铵的发展状况
- 三、氯化铵市场的发展机遇

# 第十一章 2008-2009年中国氮肥重点企业竞争力分析

## 第一节 辽宁华锦化工（集团）有限责任公司

- 一、公司简介
- 二、公司主要财务指标分析
- 三、公司成本费用情况
- 四、公司未来战略分析

## 第二节 湖北宜化集团有限责任公司

- 一、公司简介
- 二、公司主要财务指标分析
- 三、公司成本费用情况
- 四、公司未来战略分析

## 第三节 泸天化（集团）有限责任公司

- 一、公司简介
- 二、公司主要财务指标分析
- 三、公司成本费用情况
- 四、公司未来战略分析

## 第四节 河南省骏马化工集团有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司主要财务指标分析



三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

#### 第五节 河北沧州大化集团有限责任公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

#### 第六节 山东联盟化工集团有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

#### 第七节 大化集团有限责任公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

#### 第八节 川化集团有限责任公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

#### 第九节 山东华鲁恒升集团有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

#### 第十节 山东明水大化集团

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

## 第十一节 略。。。。。。。

## 第十二章 2009-2012年中国氮肥行业发展前景预测分析

### 第一节 2009-2012年中国化肥行业的发展趋势分析

一、预计世界化肥需求将大幅增加

二、全球化肥持续景气趋势

三、2009-2012年化肥行业前景乐观

四、液体化肥的前景分析

### 第二节 2009-2012年中国氮肥行业的发展趋势及前景预测

一、2016年欧盟氮肥消费量将增加5%

二、2009-2012年全球氮肥将供应紧张

三、2009-2012年中国氮肥制造业预测分析

四、关税上调后中国氮肥市场走势预测

### 第三节 2009-2012年中国氮肥产业市场盈利预测分析

## 第十三章 2009-2012年中国氮肥产业投资机会与风险分析

### 第一节 2009-2012年中国氮肥产业投资环境分析

### 第二节 2009-2012年中国氮肥产业投资机会分析

一、区域投资热点分析

二、投资潜力分析

### 第三节 2009-2012年中国氮肥产业投资风险分析

一、市场运营风险

二、技术风险

三、政策风险

四、原材料风险

五、进入退出风险

### 第四节 专家投资建议

图表名称：部分

图表 2006-2008年中国氮肥制造行业企业数量

图表 2006-2008年中国氮肥制造行业企业规模及所有制分析

图表 2006-2008年中国氮肥制造行业从业人数调查分析

图表 2006-2008年中国氮肥制造行业总体从业人数分析

图表 2006-2008年中国氮肥制造行业不同规模企业从业人员分析

图表 2006-2008年中国氮肥制造行业不同所有制企业比较分析

图表 2006-2008年中国氮肥制造行业工业总产值分析

图表 2006-2008年中国氮肥制造行业产成品分析

图表 2006-2008年中国氮肥制造行业总销售收入分析

图表 2006-2008年中国氮肥制造行业工业利润总额分析

图表 2006-2008年中国氮肥制造行业工业利润总额分析

图表 2006-2008年中国氮肥制造行业不同规模企业工业利润总额分析

图表 2006-2008年中国氮肥制造行业不同所有制企业比较

图表 辽宁华锦化工（集团）有限责任公司盈利指标情况

图表 辽宁华锦化工（集团）有限责任公司资产运行指标状况

图表 辽宁华锦化工（集团）有限责任公司资产负债能力指标分析

图表 辽宁华锦化工（集团）有限责任公司盈利能力情况

图表 辽宁华锦化工（集团）有限责任公司销售收入情况

图表 辽宁华锦化工（集团）有限责任公司成本费用构成情况

图表 湖北宜化集团有限责任公司盈利指标情况

图表 湖北宜化集团有限责任公司资产运行指标状况

图表 湖北宜化集团有限责任公司资产负债能力指标分析

图表 湖北宜化集团有限责任公司盈利能力情况

图表 湖北宜化集团有限责任公司销售收入情况

图表 湖北宜化集团有限责任公司成本费用构成情况

图表 泸天化（集团）有限责任公司盈利指标情况

图表 泸天化（集团）有限责任公司资产运行指标状况

图表 泸天化（集团）有限责任公司资产负债能力指标分析

图表 泸天化（集团）有限责任公司盈利能力情况

图表 泸天化（集团）有限责任公司销售收入情况

图表 泸天化（集团）有限责任公司成本费用构成情况

图表 河南省骏马化工集团有限公司盈利指标情况

图表 河南省骏马化工集团有限公司资产运行指标状况

图表 河南省骏马化工集团有限公司资产负债能力指标分析

图表 河南省骏马化工集团有限公司盈利能力情况

图表 河南省骏马化工集团有限公司销售收入情况

图表 河南省骏马化工集团有限公司成本费用构成情况

图表 河北沧州大化集团有限责任公司盈利指标情况

图表 河北沧州大化集团有限责任公司资产运行指标状况

图表 河北沧州大化集团有限责任公司资产负债能力指标分析

图表 河北沧州大化集团有限责任公司盈利能力情况

图表 河北沧州大化集团有限责任公司销售收入情况

图表 河北沧州大化集团有限责任公司成本费用构成情况

图表 山东联盟化工集团有限公司盈利指标情况

图表 山东联盟化工集团有限公司资产运行指标状况

图表 山东联盟化工集团有限公司资产负债能力指标分析

图表 山东联盟化工集团有限公司盈利能力情况

图表 山东联盟化工集团有限公司销售收入情况

图表 山东联盟化工集团有限公司成本费用构成情况

图表 大化集团有限责任公司盈利指标情况

图表 大化集团有限责任公司资产运行指标状况

图表 大化集团有限责任公司资产负债能力指标分析

图表 大化集团有限责任公司盈利能力情况

图表 大化集团有限责任公司销售收入情况

图表 大化集团有限责任公司成本费用构成情况

图表 川化集团有限责任公司盈利指标情况

图表 川化集团有限责任公司资产运行指标状况

图表 川化集团有限责任公司资产负债能力指标分析

图表 川化集团有限责任公司盈利能力情况

图表 川化集团有限责任公司销售收入情况

图表 川化集团有限责任公司成本费用构成情况

图表 山东华鲁恒升集团有限公司盈利指标情况

图表 山东华鲁恒升集团有限公司资产运行指标状况

图表 山东华鲁恒升集团有限公司资产负债能力指标分析

图表 山东华鲁恒升集团有限公司盈利能力情况

图表 山东华鲁恒升集团有限公司销售收入情况

图表 山东华鲁恒升集团有限公司成本费用构成情况

图表 山东明水大化集团资产运行指标状况

### 图表 山东明水大化集团盈利能力情况

图表 山东明水大化集团销售收入情况

图表 山东明水大化集团成本费用构成情况

图表 2009-2012年中国氮肥制造业预测分析

图表 2009-2012年中国氮肥产业市场盈利预测分析

图表略。

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

## 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

## 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。