



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008-2012年中国钨精矿市场调 研投资前景分析报告

## 一、调研说明

《2008-2012年中国钨精矿市场调研投资前景分析报告》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/130668.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](mailto: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

钨矿是我国的优势矿产资源。现已发现并探明有储量的矿区252处，累计探明储量(WO<sub>3</sub>，下同)637.5万吨，其中A+B+C级储量232万吨，占36.4%。我国钨矿保有储量为529.08万吨，其中A+B+C级储量228.11万吨，占43.1%。中国钨矿资源丰富，著称世界，其储量在世界排位，以中国表内A+B+C级储量同世界储量基础相比居世界第1位。第2位加拿大(储量基础49.3万吨)、第3位俄罗斯(储量基础35.5万吨)。中国钨矿不仅储量居世界第一，而且产量和出口量长期以来也居世界第一，因而被称誉为"世界三个第一"。从全国大行政区分布来看，依次：中南区占全国钨储量的58.2%，居首位，其次是华东区占28%、西北区占4.3%、西南占4.1%、东北区占3.2%、华北区占2.2%。

2007年全国钨精矿产量达80438吨，同比增长0.72%，增幅减缓了8.08个百分点，总体趋于平稳。2008年前10个月我国钨精矿产量达到21238吨，同比增长0.72%。

钨工业十一五发展规划提供的数据显示，预计2008年全年我国钨精矿需求量为96636吨，同比减少2.45%；2009年全年我国钨精矿需求量为94460吨，同比继续减少到2.25%；2010年全年我国钨精矿需求量为92556吨，同比继续减少到2.02%。尽管2008年~2010年我国钨精矿需求量呈逐年下降趋势。前面提到，我国目前钨精矿产量只有80000多吨，产量与需求之间还是有一定差距的，这个空间就是我国钨精矿行业发展所在。

本报告内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助钨精矿企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署、中国有色金属工业协会和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对钨精矿产业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

### 目录

#### 第一章 中国钨精矿资源概述 8

##### 第一节 中国钨精矿的种类 8

##### 第二节 中国钨精矿的储量 10

##### 第三节 中国钨精矿的分布与富集区 11

##### 第四节 中国钨精矿的占有情况 17

##### 第五节 中国钨精矿的特点 18

## 第二章 中国钨精矿产业环境概述 19

### 第一节 钨精矿产业政策环境 19

#### 一、产业规划 19

#### 二、税收政策 20

#### 三、投融资政策 20

#### 四、行业准入政策 21

### 第二节 钨精矿产业链环境 22

#### 一、上游行业发展分析 22

#### 二、下游市场发展分析 23

### 第三节 国际贸易环境 23

### 第四节 技术发展环境 24

### 第五节 宏观经济环境 24

#### 一、GDP增长情况分析 24

#### 二、工业增加值分析 27

#### 三、对外贸易发展情况分析 29

### 第六节 重点国家和地区产业环境分析 30

#### 一、哈萨克斯坦 30

#### 二、俄罗斯 31

#### 三、加拿大 32

## 第三章 中国钨精矿资源开采概述 34

### 第一节 钨精矿资源储量利用与开采现状 34

### 第二节 2003-2009年中国钨精矿开采量分析 35

#### 一、总体分析 35

#### 二、按地区划分生产情况 37

#### 三、按矿山划分生产情况 40

#### 四、地方民采矿开发利用情况 42

### 第三节 中国钨精矿开采的技术分析 42

### 第四节 中国钨精矿开采中存在的问题与对策 44

## 第四章 中国钨精矿供给概述 47

### 第一节 中国历年钨精矿进口统计分析 47

第二节 中国钨精矿进口依存度	48
第三节 中国钨精矿进口分国别情况	49
第四节 2008-2012年中国钨精矿进口满足程度分析	51

第五章 中国钨精矿产品需求概述	52
第一节 钨精矿产品需求量分析	52
第二节 钨精矿产品需求特点分析	52
第三节 钨精矿产品需求错位情况分析	53
第四节 钨精矿产品潜在需求开发分析	53
第五节 钨精矿产品消费量与开采指标关系分析	54
第六节 钨精矿主要产品需求领域实际需求分析	56
第七节 近期产品需求发展规律分析	57
第八节 2008-2012年产品需求量预测	59

第六章 中国钨精矿价格概述	60
第一节 2003-2009年中国钨精矿市场价格变化情况	60
第二节 影响价格变化的主要因素分析	60
第三节 2008-2012年价格趋势分析	61

第七章 中国钨精矿市场竞争格局分析	63
第一节 国内独立的钨精矿开采企业竞争分析	63
一、江西钨业集团有限公司	63
二、江西省修水香炉山钨业有限责任公司	63
三、江西西华山钨业有限公司	66
第二节 精矿下游主要企业竞争分析	69
一、厦门钨业股份有限公司	69
二、自贡长城钨钼高新材料有限责任公司	70
三、洛阳市福斯特钨钼工业有限公司	72
第三节 钨精矿企业经营模式分析	74
一、我国钨矿资源的政策背景	74
二、我国开发利用钨矿资源的政策导向	75
三、变革资产经营模式	76

第四节 国内钨精矿企业国际化发展战略分析	76
第五节 钨精矿企业发展与资本运作	77
第七节 钨精矿企业竞争策略选择	79
第八章 中国钨精矿投资分析（BCG矩阵、投资评价体系）	81
第一节 投资政策分析	81
第二节 投资环境分析	82
第三节 不同投资模式投资建议	83
第四节 企业经营管理建议	84
第五节 在建与拟建项目分析	84
第六节 成功投资案例分析	85
第九章 热点问题分析	86
第一节 金融危机对钨精矿行业影响分析	86
第二节 金融危机下企业扩张策略分析	86

## 图表目录

图表 1 黑钨矿样品	8
图表 2 白钨矿样品	9
图表 3 世界钨矿储量前三位国家资源比较	10
图表 4 我们主要省份钨矿储量分析	12
图表 5 我国钨矿储量地区结构	12
图表 6 我国三大经济地区钨矿储量分布	13
图表 7 我国钨矿藏分布图	14
图表 8 中国钨矿主要产地一览表(一)	15
图表 9 中国钨矿主要产地一览表(二)	15
图表 10 中国钨矿主要产地一览表(三)	16
图表 11 2002-2009中国钨矿开采总量控制指标	19
图表 12 2007年~2009年8月我国钨精矿开采行业固定资产投资增长趋势	21
图表 13 2004年~2009年我国特钢产量和钨消费量对照	23
图表 14 2007年~2009年我国GDP季度增幅比较	25

图表 15 2009年我国三个产业GDP增加值比较 25

图表 16 2004年~2009年我国GDP增长趋势图 26

图表 17 2003年~2009年我国工业企业工业增加值增长趋势 27

图表 18 2003年~2008年我国规模以上企业工业增加值变化 28

图表 19 2004年~2008年我国对外贸易进出口总值增长趋势 29

图表 20 2009年我国外贸进出口金额比较 29

图表 21 主要矿业国家投资政策 32

图表 22 2002年~2009年我国钨精矿超指标开采量分析 34

图表 23 2001年~2009年8月我国钨精矿产量增长趋势图 35

图表 24 2009年1~8月我国钨精矿产量增长趋势图 36

图表 25 2009年1~8月我国各地区钨精矿产量分布 37

图表 26 2009年1~8月我国各地区钨精矿产量分布 38

图表 27 2007年~2009年8月我国各地区钨精矿产量 39

图表 28 选钨矿工艺流程图与加工设备 43

图表 29 2005年~2009年8月我国进口钨矿数量趋势 47

图表 30 2005年~2009年8月我国进口钨矿金额趋势 47

图表 31 2005年~2009年我国钨精矿缺口计算 48

图表 32 2005年~2009年我国钨精矿缺口增减趋势 49

图表 33 2009年我国钨精矿进口国别结构 49

图表 34 历年中国钨矿进口量 50

图表 35 2008~2012年我国钨精矿需求缺口预测 51

图表 36 2005年~2009年我国钨精矿需求量趋势 52

图表 37 2009年我国钨消费结构 52

图表 38 2002年~2009年8月我国钨精矿超采率 54

图表 39 2007年与2009年我国钨精矿开采控制指标比较 55

图表 40 钨精矿质量规格 56

图表 41 2009年中国原钨最终 57

图表 42 2006年~2009年我国主要钨品产量增长情况分析 58

图表 43 2006年~2009年我国规模以上钨工业企业数量增减情况分析 58

图表 44 2008年~2012年我国钨精矿需求量预测 59

图表 45 2004~2009年钨矿、钨铁、APT价格走势 60

图表 46 2006年~2008年江西省修水香炉山钨业有限责任公司盈利结构 64

图表 47 2006年~2008年江西省修水香炉山钨业有限责任公司资产结构 64  
图表 48 2006年~2008年江西省修水香炉山钨业有限责任公司成本费用结构 65  
图表 49 2006年~2008年江西西华山钨业有限公司盈利结构 67  
图表 50 2006年~2008年江西西华山钨业有限公司资产结构 67  
图表 51 2006年~2008年江西西华山钨业有限公司成本费用结构 68  
图表 52 2006年~2008年自贡长城钨钼高新材料有限责任公司盈利结构 70  
图表 53 2006年~2008年自贡长城钨钼高新材料有限责任公司资产结构 71  
图表 54 2006年~2008年自贡长城钨钼高新材料有限责任公司成本费用结构 71  
图表 55 2006年~2008年洛阳市福斯特钨钼工业有限公司盈利结构 72  
图表 56 公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证 90  
图表 57 公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书 92  
图表 58 公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证 93

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/130668.html>

### 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。