



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国液氨产业市场 运营态势与发展趋势研究报告

一、调研说明

《2011-2015年中国液氨产业市场运营态势与发展趋势研究报告》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/188242.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

2010年，国内液氨市场受原料短缺，自然灾害干旱、洪涝对等众多因素影响合成氨整体需求下滑。上半年整体的液氨市场处于困境状态，大部分企业处于亏本销售状态。化肥市场行情疲软导致液氨需求下滑，市场供大于求现象凸显。企业销售压力逐渐增大，上半年企业一直处于困难的境地。下半年，国家"十二五"计划中合成氨被列为重点节能减排项目，安徽、河北、江苏、山西、河南等地区合成氨企业受节能减排影响，大部分企业处于停产状态；市场货源偏紧。

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国液氨行业市场运营态势与发展趋势研究报告》共十一章。首先介绍了中国液氨行业的概念，接着分析了中国液氨行业发展环境，然后对中国液氨行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国液氨行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国液氨行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

目录

第一章 全球液氨行业市场状况评价 1

第一节 全球液氨行业发展历程分析 1

第二节 2010-2011年全球液氨市场分析 1

一、全球液氨市场特点分析 1

二、全球液氨市场供给现状分析 2

三、世界液氨区域消费分析 2

四、国外液氨装置现状分析 3

第三节 2010-2011年主要国家地区液氨行业发展现状分析 3

一、美国 3

二、西欧 3

三、日本 3

四、韩国 4

五、台湾 4

第四节 2011-2015年全球液氨产业发展前景展望 4

第二章 液氨行业发展环境分析 5

第一节 国内液氨经济环境分析 5

一、GDP历史变动轨迹分析 5

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 8

三、2011年中国宏观经济发展预测分析 10

第二节 中国液氨行业政策环境分析 14

第三章 中国液氨行业发展态势分析 15

第一节 2010-2011年中国液氨行业总体发展情况 15

一、中国液氨生产技术现状分析 15

二、中国液氨行业结构分析 16

三、我国液氨处理现状 16

第二节 2010-2011年中国液氨产业运行动态分析 17

一、液氨价格走势分析 17

二、液氨项目建设情况分析 17

三、液氨产业发展机遇分析 18

第三节 2010-2011年中国液氨行业发展存在的问题分析 19

第四章 中国液氨市场运行格局分析 21

第一节 2010-2011年中国液氨市场总体供需情况分析 21

一、国内液氨总体消费分析 21

一、中国液氨市场需求情况 21

二、中国液氨市场供给能力分析 23

第二节 2010-2011年中国液氨市场价格走势分析 28

一、国内部分液氨企业出厂价格汇总 28

二、中国液氨市场价格波动情况 45

三、2011年2月液氨价格统计 46

第三节 2010-2011年中国液氨市场发展对策分析 68

第五章 2008-2010年中国液氨制造行业主要数据监测分析 70

第一节 2008-2010年中国液氨行业总体数据分析	70
一、2008年中国液氨行业全部企业数据分析	70
二、2009年中国液氨行业全部企业数据分析	73
三、2010年中国液氨行业全部企业数据分析	74
第二节 2008-2010年中国液氨行业不同规模企业数据分析	76
一、2008年中国液氨行业不同规模企业数据分析	76
二、2009年中国液氨行业不同规模企业数据分析	77
三、2010年中国液氨行业不同规模企业数据分析	77
第三节 2008-2010年中国液氨行业不同所有制企业数据分析	77
一、2008年中国液氨行业不同所有制企业数据分析	77
二、2009年中国液氨行业不同所有制企业数据分析	78
三、2010年中国液氨行业不同所有制企业数据分析	79

第六章 中国液氨行业市场竞争分析 80

第一节 2010-2011年中国液氨行业竞争结构分析 80

- 一、液氨市场竞争力分析 80
- 二、液氨产品技术竞争分析 81
- 三、液氨市场价格竞争分析 87

第二节 2010-2011年中国液氨行业集中度分析 88

- 一、液氨行业市场集中度分析 88
- 二、液氨生产企业分布分析 89

第三节 2010-2011年中国液氨行业竞争策略分析 90

第七章 中国液氨行业优势企业运营及竞争力分析 91

第一节 平煤蓝天集团光山化工分公司 91

- 一、企业概况 91
- 二、企业主要经济指标分析 91
- 三、企业盈利能力分析 92
- 四、企业偿债能力分析 92
- 五、企业运营能力分析 93
- 六、企业成长能力分析 93

第二节 河北凯跃化工集团有限公司 93

- 一、企业概况 93
- 二、企业主要经济指标分析 94
- 三、企业盈利能力分析 95
- 四、企业偿债能力分析 95
- 五、企业运营能力分析 96
- 六、企业成长能力分析 96
- 第三节 郑州沃原化工股份有限公司 96
 - 一、企业概况 96
 - 二、企业主要经济指标分析 96
 - 三、企业盈利能力分析 97
 - 四、企业偿债能力分析 98
 - 五、企业运营能力分析 98
 - 六、企业成长能力分析 98
- 第四节 河北省东光化工有限责任公司 99
 - 一、企业概况 99
 - 二、企业主要经济指标分析 99
 - 三、企业盈利能力分析 100
 - 四、企业偿债能力分析 100
 - 五、企业运营能力分析 101
 - 六、企业成长能力分析 101
- 第五节 浙江晋巨化工有限公司 101
 - 一、企业概况 101
 - 二、企业主要经济指标分析 102
 - 三、企业盈利能力分析 102
 - 四、企业偿债能力分析 103
 - 五、企业运营能力分析 103
 - 六、企业成长能力分析 103
- 第六节 河南省骏马化工集团有限公司正阳分公司 104
 - 一、企业概况 104
 - 二、企业主要经济指标分析 104
 - 三、企业盈利能力分析 105
 - 四、企业偿债能力分析 105

五、企业运营能力分析	106
六、企业成长能力分析	106
第七节 冀州市银海化肥有限责任公司	106
一、企业概况	106
二、企业主要经济指标分析	107
三、企业盈利能力分析	108
四、企业偿债能力分析	108
五、企业运营能力分析	108
六、企业成长能力分析	109
第八节 曲阳县田原化工有限公司	109
一、企业概况	109
二、企业主要经济指标分析	109
三、企业盈利能力分析	110
四、企业偿债能力分析	110
五、企业运营能力分析	111
六、企业成长能力分析	111
第九节 开封市永大化工有限公司	111
一、企业概况	111
二、企业主要经济指标分析	111
三、企业盈利能力分析	112
四、企业偿债能力分析	112
五、企业运营能力分析	113
六、企业成长能力分析	113
第十节 河北省永年县化肥厂	113
一、企业概况	113
二、企业主要经济指标分析	114
三、企业盈利能力分析	114
四、企业偿债能力分析	115
五、企业运营能力分析	115
六、企业成长能力分析	115
第八章 中国氮肥行业发展态势分析	117

第一节 2010-2011年世界氮肥行业的发展分析	117
一、国际氮肥业发展状况	117
二、世界氮肥市场的特点	118
三、中东氮肥市场格局分析	120
四、西欧氮肥市场供不应求	120
第二节 2010-2011年中国氮肥行业发展概况分析	122
一、中国氮肥工业简况	122
二、国内氮肥市场价格状况	123
三、氮肥行业整合成为必然	125
四、氮肥行业存在交易机会	125
第三节 2010-2011年中国氮肥行业发展存在的问题分析	126
一、氮肥行业发展面临五大难题	126
二、中国氮肥行业受三大压力挤压	127
三、氮肥生产成本激增	130
四、国家政策给氮肥企业带来压力	132
第四节 2010-2011年中国氮肥行业的发展策略分析	135
一、氮肥工业发展三措施	135
二、中国氮肥工业的发展战略	137
三、氮肥行业需要进行结构调整	138
四、氮肥企业升级四大途径	141
五、氮肥企业从原料上找出路	143
六、氮肥工业应大力发展循环经济	143
第九章 中国硝酸产业运行态势分析	147
第一节 2010-2011年中国硝酸产业运行总况	147
一、硝酸产业特点分析	147
二、硝酸近期市场需求简述	152
三、硝酸价格跌宕积聚市场重组能量	152
四、老病根导致硝酸市场跌声再起	154
第二节 2010-2011年中国硝酸产业市场价格分析	155
一、目前硝酸市场价格分析	155
二、国内硝酸市场价格有进一步上涨趋势	156

三、华东地区硝酸市场价格分析	156
第三节 2010-2011年中国浓硝酸产业运行形势分析	157
一、中国浓硝酸市场盘点	157
二、浓硝酸营销建议分析	158
三、浓硝酸市场盛极而衰的原因	159
第十章 2011-2015年中国液氨行业发展前景预测	161
第一节 2011-2015年中国液氨行业发展前景与规模预测	161
一、液氨行业发展前景预测	161
二、液氨行业发展规模预测	161
三、液氨行业技术开发方向预测	162
第二节 2011-2015年中国液氨行业市场走势预测	166
一、液氨市场需求预测	166
二、液氨生产能力预测	167
第三节 2011-2015年中国液氨行业市场盈利能力预测分析	167
第十一章 2011-2015年中国液氨行业投资分析	169
第一节 2011-2015年中国液氨行业效益判断与投资机会分析	169
一、中国宏观经济环境及影响分析	169
二、中国液氨投资与在建项目分析	170
三、中国液氨对环境的影响	171
第二节 2011-2015年中国液氨行业投资机会分析	171
第三节 2011-2015年中国液氨行业投资风险预警	172
一、政策风险	172
二、技术风险	173
三、市场风险	173
四、环保风险	173
五、进入退出风险	173

通过《2011-2015年中国液氨产业市场运营态势与发展趋势研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提

供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/188242.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）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。