



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国有色金属行业预测分析 市场分析与发展趋势研究报告

一、调研说明

《2007年中国有色金属行业预测分析市场分析及发展趋势研究报告》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/36802.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

〔 描述 〕

"十一五"的第一年，我国有色金属工业的产业升级取得一定进步，有色金属固定资产投资增幅回落。全年有色金属工业投资额1180.8亿元，比2005年增长34.1%，增速比2005年放慢11个百分点，占全国城镇固定资产投资总额的比例为1.27%。投资中仍以冶炼业的投资最大，但冶炼业新开工项目得到一定程度的抑制，投资向薄弱的矿山开始转移。投资结构进一步改善。

2006年，国内有色金属价格在连续三年走高的基础上继续大幅攀升。主要有色金属品种价格大幅上涨，尤以锌、铜、镍为最。在国际现货市场，锌、铜、镍的全年平均价格分别为3275美元/吨、6721美元/吨和24244美元/吨，分别比上年上涨 137.1%、82.5%和64.6%。

2006年我国有色金属行业效益也实现了历史最高水平。全年规模以上有色金属工业企业完成工业增加值3580亿元，按可比价格计算比2005年增长23%；利税达到1630.7亿元，增长87.5%，比2005年的增幅提高40.2个百分点，实现利润翻了一番，达到1100.3亿元。

2006年，有色金属对外贸易快速增长，进出口逆差进一步扩大。铜、铝、铅、锌、镍和锡六种基本金属是最主要的逆差产品，2006年总共逆差240.25亿美元。由于镍和锌金属价格在2006年涨幅较大，导致当年镍矿、锌精矿和精锌的进口价格也出现了较大涨幅。

未来5年仍然是有色金属工业高速增长期，突出表现为产能高速增长的势头不会减弱，2008~2009年将迎来新一轮冶炼业扩张的高峰期。根据目前的计划预计，2007~2010年我国十种有色金属产量仍将保持10%以上的增速，到2010年产量将达到3000万吨以上。

本报告重点研究了2006年有色金属的供需状况、价格走势、进出口现状、经营效益、投融资现状、前景及重点有色工业企业的产销情况，特别是对铜、铝、铅、锌、锡等细分市场做了深入分析。同时，在对有色金属业发展的政策、技术环境及国际市场环境进行详细研究的基础上，对行业未来发展、供需及价格趋势作出预测，为投资者提供建议。

【 目 录 】

第一章概述

一、行业定义及报告研究范围的界定

二、行业特点及主要影响因素

三、有色金属行业在国民经济中的地位与作用

（一）有色金属工业是国民经济发展的基础原材料工业

（二）有色金属是一个产业关联度比较高的行业

（三）有色金属行业的社会贡献率高于全国工业平均水平

四、行业发展阶段及2007年行业景气判断

五、国际有色金属产业比较

（一）中国和西方有色金属的发展阶段不同

（二）中国和西方有色金属的需求结构仍存在差别

（三）中国原料的供应以现货为主，西方以长期合同为主

（四）国内外融资渠道更加多样化

第二章政策技术环境分析

一、政策法规环境分析

（一）行业管理体制

（二）法律法规

（三）行业规划

（四）行业政策

二、技术环境分析

（一）电解铝技术

（二）铜冶炼技术

（三）铅冶炼技术

（四）锌冶炼技术

第三章有色金属市场总体供求状况

一、供给面基本情况

（一）行业供给规模及其增长

（二）行业结构

二、市场供求情况及价格

（一）市场供求情况

（二）价格情况

第四章各细分品种市场分析

一、铜市场供求

（一）国际铜市场供求

（二）我国铜市场的供应

（三）我国铜市场需求情况

（四）价格走势

三、铝市场供求

（一）国际市场供求情况

（二）国内市场供应情况

（三）国内市场需求情况

（四）市场价格走势

四、铅市场供求

（一）国际市场供求情况

（二）国内铅市场供给分析

（三）国内需求情况

（四）价格趋势

五、锌市场供求

（一）国际市场概况

（二）国内锌供应

（三）中国锌的需求分析

（四）价格趋势

六、锡市场供求

（一）国际市场情况

（二）国内锡市场供给分析

（三）国内需求情况

（四）未来锡市场前景展望

第五章国际贸易情况

一、进出口规模及贸易平衡

二、进口贸易基本情况

（一）进口产品结构

（二）进口来源国家（地区）分布

（三）进口贸易方式构成

（四）、主要产品进口价格

（五）主要产品进口依存度

（六）中国进口预测

三、出口贸易的基本情况

（一）出口规模及产品结构

（二）出口预测

第六章行业的投融资现状及前景评价

一、行业投资现状

（一）行业投资规模

（二）行业投资结构

二、行业融资现状

三、行业投融资矛盾分析

（一）投资逐利性与转变经济增长方式构成矛盾

（二）固定资产投资流向使产业结构性矛盾难以缓解

（三）融资渠道的多样化给宏观调控增加了难度

四、行业投资前景预测

（一）行业发展前景判断

（二）行业投融资预测

五、行业投资建议

（一）投资机会

（二）投资风险

第七章行业及主要企业的运营状况

一、行业运营绩效

二、主要企业的运营状况（前十家）

（一）中国铝业公司

- (二) 江西铜业集团公司
- (三) 铜陵有色金属(集团)公司
- (四) 云南铜业公司
- (五) 大冶有色金属公司
- (六) 金川集团有限公司
- (七) 白银有色金属公司
- (八) 中条山有色金属公司
- (九) 葫芦岛有色金属集团公司
- (十一) 中金岭南铅锌集团
- (十一) 云南冶金集团
- (十二) 五矿有色金属股份有限公司简介

数据目录

表1：2002～2006年世界主要国家六种主要有色金属产量

表2：2006年中国和世界主要有色金属产量 单位：万吨

表3：有色金属行业对社会的贡献率

表4：2001～2006年十种有色金属产量

表5：2000年-2005年规模以上企业主要经济财务指标

表6：2000--2005年有色金属产品进出口总额

表7：2000～2005年有色金属工业完成固定资产投资额

表8：2000～2005年主要有色金属能耗指标

表9：2006年9月15日起下述产品取消出口退税

表10：从2006年11月1日起实施新的出口关税

表11：2002～2006年我国主要有色金属精炼产品的供应情况

表12：全国主要地区十种有色金属产量

表13：有色金属产品结构

表14：2006年我国主要有色金属矿山原料企业生产规模结构

表15：2006年我国氧化铝企业生产规模结构

表16：2002～2006年主要金属供求情况

表17：2005～2006年有色金属三月期货与现货价格比较

表18：国内外主要有色金属价格

表19：全球铜市场供求平衡

表20：2002～2006年间铜冶炼能力和产量

表21：2002～2006年我国精铜产量地区分布

表22：2006年中国主要的铜企业产量

表23：我国铜的消费情况

表24：LME现货铜价预计

表25：全球铝市场供求平衡

表26：伦敦金属交易所和上海金属交易所铝价格

表27：2006年我国氧化铝产能和产量地区分布

表28：中国铝产能和产量

表29：2002～2006年原铝产量地区结构

表30：2006年我国主要电解铝企业产量

表31：2002～2006年中国原铝消费

表32：今后几年铝价预测

表33：国内外精铝价格

表34：国际铅市场供求平衡

表35：2002～2006年我国铅产能和产量

表36：2002～2006年地区精铅产量

表37：2001～2005年中国再生铅产量

表38：2005～2006年中国年产量3万吨以上的企业及其精铅产量

表39：2002～2006年中国精铅表观消费

表40：后几年铅价预测

表41：国内外锌价格

表42：世界锌市场供求平衡

表43：中国各地区锌生产能力

表44：2002～2006年中国锌产量

表45：中国主要冶炼厂锌生产能力和产量

表46：国内锌市场供求平衡

表47：后几年锌价预测

表48：国内外锡价格及LME库存

表49：2002～2006年全球锡市场供求状况

表50：2006年前五家锡冶炼企业产量完成情况

表51：国内锡市场供求平衡

表52：未来几年全球锡市场供求状况

表53：1997～2006年我国有色金属进出口贸易额

表54：2002～2006年有色金属进出口创汇金额

表55：2002～2006年主要有色金属进出口量

表56：2002～2006年六种主要有色金属产品分类进口额

表57：2002～2006年我国有色金属原料进口情况

表58：主要有色金属精炼金属进口量和进口额

表59：有色金属加工材进口量

表60：2006年我国进口主要有色金属产品进口贸易方式

表61：2006年我国进口主要产品价格情况

表62：主要有色金属精炼金属进口量和出口额

表63：有色金属加工材出口量

表64：2006年我国主要有色金属产品的出口贸易方式构成

表65：2006年我国有色金属分小行业投资情况

表66：2006年我国各地区有色金属投资情况

表67：近年来中国有色金属工业主要经济效益指标

表68：2002～2006年有色金属工业经济财务指标情况

表69：2006年主营业务收入超过1000亿元省

表70：2006年实现利税超过50亿元省区

表71：2006年实现利润超过10亿元省区

表72：2006年实现利润超过10亿元的行业小类

表73：2002～2006年中国铝业主要产品产量情况

表74：2000～2004年江西铜业公司主要铜产品产量

表75：2000～2006年铜陵有色公司主要铜产品产量

表76：2000～2006年云南铜业（集团）公司主要铜产品产量

表77：2000～2006年大冶有色金属公司主要铜产品产量

表78：金川集团主要产品产量

表79：2000～2006年白银有色金属公司主要铜、锌产品产量

表80：2000～2006年中条山有色金属公司主要铜产品产量

表81：2000～2006年葫芦岛锌厂产品产量

表82：2000～2006年中金岭南铅锌集团产品产量

图1：2000年三季度～2006年四季度有色金属采选业和冶炼加工业企业景气指数

图2：2006年主要有色金属冶炼业企业规模结构

图3：2006年我国精铜产量地区结构

图4：2006年中国精铅消费结构

图5：1992～2006年我国锡产量及年度增长率

图6：2000～2006年湖南、广西、云南三省锡精矿产量对比

图7：中国锡消费量

图8：2005～2006年我国锡消费结构

图9：2000-2006年中国有色金属工业固定资产投资

图10：2006年中国有色金属投资行业结构

图11：2006年中国有色金属投资品种结构

图12：2006年有色金属资金来源情况

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/36802.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。