



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2006年中国黄金行业市场分析及 发展趋势研究报告

# 一、调研说明

《2006年中国黄金行业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/36924.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

### 摘 要

改革开放以来，我国黄金行业供需已稳居世界前列，需求方面，我国已成为仅次于印度和美国的世界第三大黄金需求市场。供给方面，年黄金产量中名列全球第四，仅次于南非，美国 and 澳大利亚。黄金行业的飞速发展，得益于经济的发展和市场的繁荣，也得益于国家的产业保护政策。因此，黄金行业相关企业如何在国际竞争的大舞台中发展是业内人士关注的焦点。

本研究报告重点分析了黄金产业价值链各个增值环节的生产、市场、价格、竞争态势等方面。从黄金行业的发展概况出发，分析了我国及世界的黄金矿产资源状况，黄金行业发展的宏观经济环境，黄金市场供求状况，黄金市场的价格情况，黄金行业重点竞争企业，最后对黄金行业的发展作出了科学的预测，并对黄金投资做进行了风险分析及提出了相关建议。

本研究报告主要数据和资料来源于世界黄金协会、[www.kitco.cn](http://www.kitco.cn)、[www.goldsheetlinks.com](http://www.goldsheetlinks.com)、中国黄金协会、中国黄金集团、国家统计局、海关总署等权威机构和网站，综合运用定性和定量的分析方法对黄金行业的发展趋势给予了细致的预测。

本研究报告主对于黄金生产企业、黄金流通企业，黄金个人投资者，黄金行业投资集团具有重要的参考价值。

### 第一章 黄金及其行业发展概况 7

#### 第一节 黄金的基本性质及在各行业应用 7

##### 一、黄金的基本知识 7

##### 二、黄金在各个行业的应用 9

#### 第二节 国际黄金市场的发展过程 12

##### 一、皇权垄断时期 12

##### 二、金本位时期 13

##### 三、布雷顿森林体系时期 14

四、黄金非货币化时期	15
第三节 国际主要黄金市场	16
一、伦敦黄金市场	17
二、苏黎世黄金市场	17
三、美国黄金市场	17
四、香港黄金市场	17
第四节 我国黄金市场改革的基本历程	18
一、建国初期	18
二、黄金统购统配时期	18
三、黄金市场改革时期	19
第五节 中国在世界黄金行业中的重要地位	21
第六节 2005年黄金行业运行情况回顾	23
一、2005年黄金行业运行情况	23
二、2005年黄金行业运行的主要特点	23
第二章 黄金行业宏观经济及法律环境分析	25
第一节 世界经济发展形势及面临的挑战	25
一、2006年世界经济增长前景	25
二、2006年世界经济将持续发展的亮点	26
三、2006年世界经济发展面临的风险及挑战	29
第二节 国内宏观经济环境分析	32
一、消费品市场继续保持稳中偏旺形势	32
二、进出口增速差距有望缩小	34
三、固定资产投资增速稳中略降	34
四、今后几年国民经济发展预测	35
第三节 黄金市场涉及的法律体系和监管构架	37
一、对无形黄金市场的监管	37
二、对有形黄金市场的管理	38
第四节 国内黄金行业有关法律法规及政策	39
第三章 我国及世界黄金矿产资源概况	39
第一节 全球黄金矿产资源分布及生产情况	39

第二节 全球金矿资源的整合	41
一、全球主要产金国金矿资源整合新动向	41
二、对全球金矿资源整合的思考	44
第三节 我国黄金矿产资源分布及资源特点	46
一、我国黄金矿产资源的地理分布	46
二、我国黄金矿产资源的特点	47
第四节 我国金矿床成矿规律	48
一、我国岩金矿床成矿的层控特征	48
二、构造对岩金矿成矿的控制	50
三、砂金矿床	54
第四章 我国黄金行业采矿与生产状况分析	58
第一节 20世纪以来世界黄金生产情况	58
一、20世纪以来世界上黄金的生产总体呈上升趋势	58
二、目前世界黄金产量分布情况	59
第二节 我国黄金工业金矿地质工作方法	60
一、普查找矿方法	61
二、岩金矿的勘探方法	63
三、砂金矿勘探方法	63
第三节 我国黄金工业矿山开采方式	64
一、露天开采	65
二、地下开采	65
第四节 我国黄金工业企业选矿与加工技术	66
一、破碎与磨矿	67
二、重选	67
三、浮选	67
四、提金工艺	68
五、金的冶炼与回收	71
六、堆浸生产工艺	73
第五节 黄金行业上游企业成本控制分析	73
一、成本控制对黄金行业上游企业的重要性	73
二、成本优化战略是实现成本控制的有效途径	74

## 第五章 黄金市场供需状况分析 77

### 第一节 国际黄金市场构成要素 77

一、为黄金交易提供服务的机构和场所 77

二、黄金市场买卖双方的参与者 78

三、有关的监督管理机构 79

四、有关的行业自律组织 79

### 第二节 2005年国际黄金市场供求状况分析 80

一、2005年国际黄金市场需求分析 80

二、2005年国际黄金市场供给分析 82

### 第三节 2005年国内黄金市场供求状况分析 83

### 第四节 我国珠宝业发展状况分析 85

一、我国珠宝业市场潜力巨大 85

二、我国珠宝业的优势 85

三、我国珠宝业存在的问题 86

四、我国珠宝业发展的几点建议 87

## 第六章 黄金市场价格分析 90

### 第一节 黄金价格形成机制 90

一、伦敦黄金市场上的黄金定价机制 90

二、其他重要黄金市场的定价 92

三、各大黄金市场之间相互价格影响 93

### 第二节 黄金价格的主要类型 93

一、市场价格 93

二、生产价格 94

三、准官方价格 94

### 第三节 黄金市场价格分析 95

一、伦敦黄金市场价格回顾 95

二、2006年上海黄金交易所黄金交易情况及价格分析 98

### 第四节 2005年影响黄金市场价格上涨原因分析 99

一、黄金基本面的供需情况 100

二、油价再次高涨 100

三、美元贬值	100
四、投资基金的增加	101
五、世界局势动荡不安	101

## 第七章 黄金行业重点企业分析 102

### 第一节 行业竞争格局分析 102

#### 一、国际黄金行业竞争格局 102

#### 二、国内黄金行业竞争格局 103

### 第二节 南非安格鲁（ANGLOGOLD）矿业公司 103

#### 一、南非黄金工业的概况 103

#### 二、安格鲁矿业公司简介 104

#### 三、安格鲁公司的发展策略 104

#### 四、安格鲁黄金公司的发展模式分析 107

#### 五、对我国黄金生产企业的启示 108

### 第三节 中国黄金集团公司 109

#### 一、公司简介 110

#### 二、公司组织机构及成员公司 110

#### 三、公司竞争优势分析 112

### 第四节 紫金矿业集团股份有限公司 113

#### 一、公司简介 114

#### 二、主要经济指标分析 115

#### 三、核心竞争力分析 115

### 第五节 山东黄金矿业股份有限公司 116

#### 一、公司简介 116

#### 二、公司经营情况 117

#### 三、公司组织机构 118

#### 四、公司发展战略 118

### 第六节 中金黄金股份有限公司 119

#### 一、公司简介 119

#### 二、公司组织机构图 120

#### 三、公司发展战略分析 121

## 第八章 黄金行业发展预测及投资分析 127

### 第一节 未来黄金市场需求与供给预测 127

#### 一、需求走强，供给平稳 127

#### 二、全球黄金可开采量紧张 128

### 第二节 2006年黄金市场分析展望 128

### 第三节 黄金投资应关注的问题及风险分析 130

#### 一、主要黄金投资品种及特点 130

#### 二、投资前应做的准备工作 130

#### 三、投资金饰意义不大，关注投资黄金上市公司 131

#### 四、投资黄金应关注“看不到”的风险 131

#### 五、投资黄金需冷静理智 133

## 附录

### 附录一 中华人民共和国矿产资源法 134

### 附录二 国家税务总局关于明确含金成分产品出口退（免）税政策的通知 144

### 附录三 央行将不再审批黄金及其制品加工贸易进出口 145

### 附录四 财政部、国家税务总局关于黄金税收政策问题的通知 145

### 附录五 关于规范黄金制品零售市场有关问题的通知 147

## 表目录

### 表1.1 黄金的成色表示一览表 9

### 表1.2 各种金衡换算表 10

### 表1.3 世界上主要的黄金交易市场 17

### 表1.4 近年来世界产金前10名的国家黄金产量情况 22

### 表1.5 全球官方持金量统计(2005年12月) 22

### 表2.1 2010年、2020年我国主要经济指标预期 36

### 表2.3 国内主要机构对GDP增长预测 37

### 表7.1 世界黄金产量最大的15个公司 99

### 表7.2 紫金矿业主要生产或经济数据指标表 112

### 表7.3 2005年山东黄金资产负债一览表 114

### 表7.4 2005年山东黄金经营状况一览表 115



## 图目录

图1.1 2005年我国黄金矿产金与有色副产金比重分布图	24
图3.1 全球黄金产量比重分布图	41
图3.2 世界各国黄金产量比重图	42
图3.3 中国金矿床分布图	47
图4.2 1989——2005世界黄金产量变化情况图示	59
图4.3 世界各国黄金产量变动趋势及分布（1980年 - 2004年）	60
图4.4 规模经营循环图	75
图5.1 2003-2005年世界黄金投资需求结构(单位:吨)	80
图5.1 2003-2005年世界工业黄金消费结构(单位:吨)	81
图5.1 2001-2005年世界饰金消费情况比较(单位:吨)	81
图5.1 2001-2005年世界黄金供给结构(单位:吨)	82
图6.1 1996年4月-2006年4月国际黄金价格走势图	93
图6.2 2000年1月-2006年1月伦敦黄金市场黄金价格走势图	93
图6.3 2005年伦敦黄金市场黄金价格走势图	94
图6.2 2005年7月-2006年4月国际黄金价格走势图	94
图6.2 2006年1月-2006年4月伦敦黄金市场黄金价格走势图	95
图7.1 中国黄金集团公司组织机构图	108
图7.2 山东黄金矿业股份有限公司组织结构图	115
图7.3 中金黄金组织机构图	117

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/36924.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提供专业投资咨询报告、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。