



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2005年-2008年中国煤炭行业 发展趋势研究及深度调研报告

# 一、调研说明

《2005年-2008年中国煤炭行业发展趋势研究及深度调研报告》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/54880.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

### 目录

#### 前言 1

#### 第一章 2007年世界煤炭发展概况 9

##### 第一节 世界能源消费格局变化 9

##### 第二节 世界煤炭生产与消费 11

##### 第三节 世界主要产煤国分析 13

##### 第四节 世界煤炭贸易分析 15

#### 第二章 中国煤炭行业概况 20

##### 第一节 能源消费状况与结构 20

##### 第二节 中国煤炭资源分析 21

##### 第三节 中国政府煤炭发展政策概况 23

#### 第三章 中国煤炭行业特征分析 26

##### 第一节 中国煤炭行业的周期性分析 26

##### 第二节 中国煤炭垄断与行业集中度程度分析 30

##### 第三节 中国煤炭行业的产业成熟度分析 33

##### 第四节 中国煤炭行业替代性分析 36

#### 第四章 中国煤炭行业生产与竞争分析 39

##### 第一节 中国煤炭的生产格局分析 39

##### 第二节 中国煤炭行业生产状况分析 42

##### 第三节 中国煤炭行业竞争状况分析 46

##### 第四节 中国煤炭生产预测与分析 52

#### 第五章 中国煤炭消费分析 55

##### 第一节 2007年中国煤炭消费总体分析 55

##### 第二节 中国煤炭消费变化分析 57

第三节 中国煤炭消费市场分析及发展趋势研究报告 60

第四节 中国煤炭消费预测与分析 69

第六章 中国煤炭行业发展问题分析 76

第一节 中国煤炭行业发展缺陷 76

第二节 中国煤炭的运输问题分析 78

第三节 中国煤炭与电力争端问题分析 85

第四节 中国煤炭兼并重组分析 89

第五节 中国煤炭进出口分析 92

第七章 中国煤炭行业经济运行分析 97

第一节 资产与负债 97

第二节 总体营运 101

第三节 成本分析 104

第四节 偿债能力 105

第五节 利润与收入 108

第八章 中国煤炭核心企业分析 110

第一节 中国煤炭企业总体分析 110

第二节 核心企业竞争实力分析 113

第三节 核心企业发展战略分析 121

第四节 中国煤炭企业发展展望 124

第五节 中国煤炭上市企业分析 126

第九章 中国煤炭行业发展政策环境分析 130

第一节 国家能源政策的影响 130

第二节 节能政策的影响分析 135

第三节 环保政策影响分析 138

第十章 中国煤炭行业投资建议 140

第十一章 银行信贷建议 144

## 表 题

- 表1-1 不同类型国家能源结构对比 11
- 表1-2 2005-2008世界煤炭交易量分析 17
- 表1-3 2005-2008世界动力煤炭出口交易分析 18
- 表1-4 世界焦煤出口近两年分析 19
- 表1-5 2005-2008世界煤炭交易进出口分析（国别分析） 19
- 表2-1 中国煤炭资源分省数据（亿吨） 22
- 表2-2 中国动力煤与炼焦煤资源量 23
- 表2-3 我国能源资源分地区构成情况（%） 23
- 表3-1 中国与其他国家煤炭行业生产集中度比较 31
- 表3-3 中国规模以上煤炭企业数量变化 34
- 表3-4 中国煤炭行业不同类型企业构成 36
- 表4-1 中国煤炭资源主要特点 40
- 表4-2 中国煤炭行业主要生产商 41
- 表4-3 中国未来煤炭资源发展基地实施计划预测 42
- 表4-4 中国煤炭产量历年构成（亿吨） 45
- 表4-5 2007年中国煤炭分地区产量统计（数据截止10月初） 46
- 表4-6 中国煤种储量及比重 48
- 表4-7 中国煤炭资源区域划分与包含行政区域 50
- 表4-8 影响中国煤炭生产的主要因素 53
- 表4-9 中国煤炭供应能力中长期预测分析 53
- 表4-10 中国煤炭生产能力增加趋势分析（万吨/年） 54
- 表5-1 中国各部分行业煤炭历年消耗（亿吨） 61
- 表5-2 中国轻重工业增长对比 62
- 表5-3 中国火力历年发电能力与发电量 63
- 表5-4 影响火力发电用煤趋势的因素分析 65
- 表5-5 建材行业2007年1-10月初生产情况 67
- 表5-6 中国化学工业部分产品产量 68
- 表5-7 中国煤炭历年消费分析（行业/部门） 70
- 表5-8 中国煤炭消费的影响因素评判 70

表5-9 中国能源中长期变化趋势预测（国外预测） 71

表5-10 中国国内能源消费量初步预测 72

表5-11 中国煤炭消费预测分析 72

表5-12 中国煤炭不同方法预测结果对比 73

表5-13 偏低的煤炭预测结论 73

表5-14 中国政府预测能源消费的政策影响情形模拟 75

表5-15 中国能源战略对能源及煤炭的消费预测 75

表5-16 中国能源战略对煤、石油、天然气的预测消费量 76

表6-1 2005-2008年中国煤炭安全事故统计 78

表6-2 十大运煤通道 80

表6-3 中国铁路近年运输煤炭情况 81

表6-4 中国铁路运输煤炭行业流向（2005-2008）/万吨 81

表6-5 2007年上半年煤炭水运情况 82

表6-6 中国港口煤炭内外流量分析 83

表6-7 2007年前10月中国煤炭库存（万吨） 85

表6-8 2007年前10月中国行业/部门煤炭库存（万吨） 85

表6-9 2007年前10月商品煤/电煤价格变动 89

表6-11 中国煤炭2004年出口分析 94

表6-12 2005-2008中国主要煤炭出口产品种类及量 94

表6-13 2005-2008 煤炭进口产品种类 96

表6-14 中国煤炭主要进口国进口分析 96

表7-1 中国主要区域煤炭行业成产品分析 99

表7-2 中国煤炭行业区域资本保值率 101

表7-3 主要区域煤炭行业工业销售产值与出口值 103

表7-4 中国主要区域煤炭行业亏损分析 103

表7-5 中国不同区域煤炭行业亏损系数分析 104

表7-6 中国区域煤炭行业主要亏损分析 104

表7-7 中国主要区域煤炭行业成本分析 105

表7-8 中国区域煤炭行业短期还债能力分析 107

表7-9 中国区域煤炭资产负债率 108

表7-10 不同区域煤炭行业产品收入与利润 109

表8-1 中国煤炭行业100强（2007） 111

- 表8-2 中国前8大煤炭生产企业集中度分析 114
- 表8-4 中煤能源集团实力分析 117
- 表8-5 中煤2007年度经营情况 118
- 表8-6 山西焦煤集团和大同煤炭集团实力分析 119
- 表8-7 兖矿集团实力分析 120
- 表8-8 五大煤炭集团竞争实力比较 121
- 表8-9 神华集团发展战略 122
- 表8-10 大同煤矿集团塔山工业园战略计划 123
- 表8-11 山西焦煤集团发展目标 123
- 表8-12 兖矿集团战略发展四大支柱产业 125
- 表8-13 未来煤炭企业的层次划分 126
- 表8-14 中国煤炭上市企业分析 127
- 表8-15 上市公司背景集团分析 129
- 表8-16 短期内将会上市的煤炭公司 130
- 表9-1 中国能源优化方案 132
- 表9-2 中国不同发电需求及其不同电源结构的比较 134
- 表9-3 煤炭行业“十五”未完成的目标 135
- 表9-4 中国煤炭“十一五”计划重大目标展望 136
- 表9-5 中外煤炭消费能耗对比 136
- 表9-6 中国煤炭行业洁净煤炭技术四大技术领域 137
- 表9-7 中国节能政策对煤炭行业的影响分析 138
- 表9-8 未来中国污染物排放与控制目标 139
- 表9-9 环保对煤炭行业影响分析 140

## 图 题

- 图1-1 目前世界能源消费结构 9
- 图1-2 世界煤炭近年产量 11
- 图1-3 2005-2008世界能源消费组成与煤炭比例 13
- 图1-3 本世纪世界能源增加构成与煤炭比例 13
- 图1-4 世界主要产煤炭国2005-2008煤炭产量 15
- 图1-5 世界不同煤种交易量 16

图3-1 中国煤炭行业发展自身周期性 24

图3-2 中国煤炭生产与宏观经济变化趋势对比 26

图3-4 中国特大型煤炭企业市场占有率 30

图3-5 中国煤炭销售增长率变化趋势 31

图3-6 中国石油进口量 34

图3-7 中国电力构成 35

图4-1 近年中国煤炭生产 39

图4-2 中国煤炭2007煤炭月度产量 40

图4-3 2004年中国煤炭产量构成 40

图4-5 未来10年中国煤产量预测 51

图5-1 2005-2008中国一次能源消费结构 52

图5-2 煤炭消费变化2007 53

图5-4 中国历年煤炭消费（亿吨） 54

图5-5 中国能源生产与消费总量与GDP发展关系 55

图5-7 中国煤炭供需缺口分析 56

图5-8 中国轻重工业发展比例对比 58

图5-9 中国发电能力构成 59

图5-10 火力发电能力变化趋势 60

图5-11 中国火力发电历年消耗煤炭量 61

图5-12 钢铁行业历年消耗煤炭变化趋势 62

图5-14 中国化学工业历年煤炭消费 65

图5-15 中国民用煤炭消费历年变化 65

图6-1 中国重点省会城市空气SO<sub>2</sub>年均浓度 75

图6-2 山西近年公路外运量 79

图6-3 商品煤与电煤价格对比（元/吨） 82

图6-4 中国煤炭十年出口形势 89

图6-5 2005-2008中国煤炭出口流向 91

图6-6 煤炭进口历年趋势 92

图7-1 中国煤炭行业分区域资产总额分析（前十省份） 94

图7-2 主要区域煤炭行业流动资产分析 95

图7-3 中国主要区域煤炭产业固定资产分析 96

图7-4 中国区域煤炭行业负债分析 97

- 图7-5 中国主要区域煤炭行业工业总产值 98
- 图7-8 中国主要区域煤炭行业成本发展趋势 102
- 图7-9 不同区域行业利润率的比较 105
- 图8-1 神华集团历年煤炭产销量变化 112
- 图8-2 神华投资一期项目投资构成 112
- 图8-3 中煤集团资源分布图 113
- 图8-4 兖矿集团地理位置优势 116

纸制版2000美金；电子版2300美金；  
纸制版 + 电子版 = 2500美金

A020

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/54880.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。