



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007年中国焦炭行业市场研究与 发展预测

## 一、调研说明

《2007年中国焦炭行业市场研究与发展预测》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/58403.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

### 第一部分 2006年焦炭行业发展现状分析

#### 第一章 2006年我国焦炭行业现状分析

##### 第一节 2006年我国焦炭生产情况

##### 第二节 2006年我国焦炭产量分布情况

#### 第二章 2006年国际焦炭行业现状分析

##### 第一节 2006年世界焦炭生产和贸易情况

###### 一、近年世界焦炭发展情况

###### 二、世界焦炭贸易量情况

##### 第二节 2006年国际焦炭需求分析

##### 第三节 2006年世界焦炭市场分析

#### 第三章 2006年焦炭行业的运行环境

##### 第一节 焦炭技术环境分析

##### 第二节 2006年焦炭行业关税政策分析

##### 第三节 2006年交通运输对焦炭行业的影响

##### 第四节 2006年焦炭行业外商投资指导政策

##### 第五节 2006-2007年焦炭行业的国家宏观调控分析

### 第二部分 2007年焦炭市场发展预测

#### 第四章 2007年焦炭行业区域分析

##### 第一节 我国焦炭行业区域分布状况

##### 第二节 2006年山西省焦炭行业发展分析

###### 一、山西省焦炭产业在全国的地位及其变化

###### 二、2006年山西省焦炭产业竞争能力分析

###### 三、2007年山西省焦炭行业发展

##### 第三节 2006年山东省焦炭行业发展分析

###### 一、山东省焦炭产业在全国的地位及其变化

###### 二、2006年山东省焦炭行业竞争能力分析

##### 第四节 2006年上海市焦炭行业发展分析

###### 一、上海市焦炭产业在全国的地位及其变化

## 二、2006年上海市焦炭产业竞争能力分析

### 第五章 2006年我国重点炼焦生产企业分析

#### 第一节 山西焦化

- 一、公司概况
- 二、2006年财务状况分析
- 三、风险分析
- 四、业绩预测

#### 第二节 安泰集团

- 一、公司概况
- 二、2006年财务状况分析
- 三、比较优势
- 四、风险分析

#### 第三节 G煤气化

- 一、公司概况
- 二、2006年财务状况分析
- 三、公司市场竞争优势分析
- 四、公司未来发展情况分析：
- 五、风险分析

#### 第四节 钢铁联合企业焦炭生产能力分析

### 第六章 2007年焦炭行业原料供给分析及预测

#### 第一节 我国煤炭储量及分布情况

- 一、我国煤炭资源储量情况
- 二、我国煤炭资源分布情况

#### 第二节 2006年我国炼焦煤及主焦煤资源现状

- 一、我国炼焦煤储量及产量情况
- 二、我国主焦煤储量、分布

#### 第三节 2007年我国炼焦煤的供给分析

- 一、2006年我国炼焦煤供应现状
- 二、2007年我国炼焦煤供应发展趋势

## 第七章 2007年焦炭行业市场需求分析及预测

### 第一节 2006年焦炭需求结构

### 第二节 2007年钢铁行业需求分析及未来预测

### 第三节 2006年焦炭行业出口需求分析

### 第四节 2007年焦炭产品价格走势分析

### 第五节 2007年焦炭行业需求总量预测及变化趋势

## 第八章 2007年焦炭行业供给能力分析

### 第一节 2006年焦炭供给总量分析

### 第二节 2006年焦炭供给结构分析

### 第三节 未来三年焦炭供给前景预测

## 第九章 2007年焦炭行业竞争绩效分析

### 第一节 2006年焦炭行业总体效益水平分析

### 第二节 2006年焦炭行业不同规模企业绩效比较

#### 一、大型企业分析

#### 二、中型企业分析

#### 三、小型企业分析

## 第三部分 2007年焦炭产业发展策略

## 第十章 2007年中国焦炭企业发展战略分析

### 第一节 焦化产业的路径选择

### 第二节 焦化产业操作思路分析

#### 一、生产自律：源头控制总量

#### 二、价格自律，谋求行业定价权

#### 三、争取话语权，发挥行协作用

## 第十一章 2007年焦炭行业投资价值和投资机会分析

### 第一节 2007年焦炭行业的投资机会

#### 一、产业总体效益判断

#### 二、与产业政策调整相关的投资机会

#### 三、行业投资价值分析

## 四、投资机会

### 第二节 2007年焦炭行业投资建议

#### 一、投资区域选择

#### 二、应重点关注的企业类型

## 第十二章 2007年焦炭行业投资风险分析

### 一、市场风险

### 二、原材料风险

### 三、技术风险

### 四、政策风险

### 五、出口风险

### 六、竞争风险

## 附录

附录一 焦炭行业定义

附录二 焦炭的分类

附录三 焦炭的生产工艺

附录四 焦炭行业的产业链

附录五 焦炭的质量状况

附录六 焦炭副产品的提纯与利用

附录七 焦炭行业的资本密集度

附录八 焦炭行业环境污染特性及其影响

附录九 焦炭产业对其他产业的影响力分析

附录十 炼焦炉大气污染物排放标准

附录十一 关于加快焦化行业结构调整的指导意的通知

附录十二 《关于清理规范焦炭行业的若干意见》

附录十三 《2006年焦炭出口企业资质标准和申报程序》

附录十四 《国家发展改革委关于加快焦化行业结构调整的指导意的通知》

附录十五 山西省焦炭行业生产自律公约

附录十六 山西省焦炭行业价格自律公约

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/58403.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。