

2016-2022年中国焦炉气市 场竞争策略分析及投资风险研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国焦炉气市场竞争策略分析及投资风险研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/meitan/C97161WM38.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

焦炉气，又称焦炉煤气。是指用几种烟煤配制成炼焦用煤，在炼焦炉中经过高温干馏后，在产出焦炭和焦油产品的同时所产生的一种可燃性气体，是炼焦工业的副产品。在燃料用气方面，焦炉煤气可接入城市供气管网作为居民用气，也可以用于工业生产，如金属镁锻造等。在发电方面，焦炉煤气可替代燃煤进行发电。在化工用气方面，利用焦炉煤气生产化肥和甲醇，再以甲醇为初级产物，进而生产烯烃，并与副产焦油中的芳烃进一步深加工，生产高附加值的化工产品；焦炉煤气也可合成生产清洁燃料油；焦炉煤气生产合成天然气技术目前备受关注，合成的天然气可利用管道输送到用户，也可以进一步加工成压缩天然气（CNG）或液化天然气（LNG）。在各种利用途径中，将焦炉煤气深加工成附加值较高的化工产品才是最佳出路。

生产甲醇成为目前焦炉煤气综合利用的主要方式。焦炉煤气制甲醇作为资源综合利用众多方式中工业化、市场化最快的路径，以其资源综合利用、成本相对较低的优势，在“十二五”期间继续快速发展，赢得更好的市场空间和发展机遇。

焦炉煤气制天然气产业发展势头强劲。焦炉煤气是焦化产业主要的副产品之一。每炼1吨焦炭，会产生400立方米左右的焦炉煤气。目前天然气在国内一次能源消费结构中的比例仅为3.6%，远低于23.5%的世界平均水平。每到冬季，全国各地频频出现“气荒”，当前更是出现了大面积电荒，这些因素都应该促使我国更多开发和利用天然气。国家在发展煤化工中长期规划中，明确鼓励焦炉煤气的综合利用。利用焦炉煤气甲烷化合成天然气，既可缓解天然气供求矛盾，又能充分合理利用工业尾气资源，减少环境污染，实现资源循环利用，还能为企业带来巨大的经济效益。巨大的政策导向、资源优势和经济利益正吸引着社会巨额资金源源不断投向焦炉煤气制天然气产业。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国焦炉气市场竞争策略分析及投资风险研究报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一部分 焦炉气行业发展现状

第一章 中国焦炉气行业发展概述 1

第一节 焦炉气相关概述 1

一、焦炉气的概念 1

二、焦炉气的构成 1

三、焦炉气的特点 2

第二节 焦炉气应用分析 3

一、焦炉气应用于燃料用气分析 3

二、焦炉气应用于发电用气分析 3

三、焦炉气应用于化工用气分析 3

第二章 2015年中国焦炉气行业运行环境分析 4

第一节 2015年中国焦炉气行业政策环境分析 4

第二节 2015年中国宏观经济环境分析 14

一、国民经济运行情况GDP(季度更新) 14

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新） 23

三、全国居民收入情况（季度更新） 29

四、恩格尔系数（年度更新） 33

五、工业发展形势（季度更新） 34

六、固定资产投资情况（季度更新） 41

七、财政收支状况（年度更新） 47

八、中国汇率调整（人民币升值） 50

九、存贷款基准利率调整情况 51

十、存款准备金率调整情况 52

十一、社会消费品零售总额 53

十二、对外贸易&进出口 54

十三、中国焦炉气产业在国民经济中的地位分析 56

第三节 2015年中国焦炉气行业社会环境分析 57

一、人口环境分析 57

二、文化环境分析 59

三、生态环境分析 63

第三章 中国焦炉气行业发展分析 67

第一节 焦炉气行业发展分析 67

一、焦炉气行业发展的重要意义分析 67

二、焦炉气行业发展现状分析 68

第二节 焦炉气行业发展动态 69

一、焦炉气制甲醇发展动态 69

二、焦炉气制天然气发展动态 70

三、焦炉气制甲烷发展动态 74

四、焦炉气制LNG技术难点分析 74

第三节 焦炉气企业发展动态 76

一、陕西最大焦炉气制甲醇装置试车成功 76

二、国内最大的焦炉气制天然气项目开工 77

三、焦炉气制液化天然气项目落户河南 77

四、陕焦化工示范焦炉气“吃干榨尽” 78

五、山西焦炉气制天然气项目沁县奠基 79

六、焦炉气制LNG的核心项目分析 79

第二部分 焦炉气市场需求分析

第四章 应用领域及行业供需分析 85

第一节 需求分析 85

一、焦炉气行业需求市场 85

二、焦炉气行业客户结构 85

三、焦炉气行业需求的地区差异 85

第二节 供给分析 86

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势 88

一、焦炉气行业的需求预测 88

二、焦炉气行业的供应预测 89

三、供求平衡分析 89

四、供求平衡预测 89

第五章 焦炉气行业的技术应用分析	90
第一节 焦炉气分析	90
一、焦炉气的成分	90
二、焦炉气的净化	90
第二节 焦炉气制甲醇的工艺路线分析	91
一、纯氧催化部分氧化工艺分析	91
二、纯氧非催化部分氧化转化工艺	93
三、两种方法的模拟和结果比较	95
第三节 焦炉气制甲烷的工艺路线分析	98
一、工艺路线	98
二、工艺过程	99
三、技术总结	101
第六章 焦炉气产业链的分析	104
第一节 行业集中度	104
第二节 主要环节的增值空间	104
第三节 行业进入壁垒和驱动因素	107
第四节 上下游行业影响及趋势分析	107
第五节 焦炭行业发展分析	111
一、2015年焦炭行业发展现状	111
二、2015年焦炭行业运行情况	118
三、2015年焦炭市场行情分析	133
四、2016-2022年焦炭行业发展预测	161
第六节 煤炭行业发展分析	162
一、2015年煤炭行业运行分析	162
二、2015年煤炭市场供需分析	165
三、2016-2022年煤炭行业发展预测	167
第七节 甲醇行业发展分析	178
一、2015年甲醇市场发展分析	178
二、2015年甲醇市场行情分析	185
三、2016-2022年甲醇行业发展预测	191
第八节 天然气行业发展分析	197

- 一、2015年天然气市场运行分析 197
- 二、2015年天然气市场供需分析 200
- 三、2016-2022年天然气行业发展预测 201

第七章 中国液化天然气行业生产分析 203

第一节2011-2015年液化天然气行业产能规模分析 203

- 一、2011-2015年全球液化天然气产能规模分析 203
- 二、我国液化天然气产能规模分析 203

第二节2011-2015年液化天然气行业产量分析 203

- 一、2011-2015年我国液化天然气产量情况 203
- 二、2011-2015年我国天然气产量情况 204

第三节 未来几年液化天然气行业产量变化趋势 204

- 一、全球液化天然气行业产量变化趋势分析 204
- 二、我国液化天然气行业产量变化趋势分析 204

第四节 中国液化天然气市场现状分析 204

第五节 全球液化天然气供需分析 205

- 一、全球液化天然气供需形势分析 205
- 二、全球液化天然气供需发展研究 211

第八章2016-2022年需求预测分析 213

第一节 焦炉气行业领域2016-2022年需求量预测 213

第二节2016-2022年焦炉气行业领域需求产品（服务）功能预测 213

第三节 2016-2022年焦炉气行业领域需求产品（服务）市场格局预测 213

第三部分 焦炉气产业竞争格局分析

第九章 焦炉气市场竞争格局分析 217

第一节 行业竞争结构分析 217

- 一、现有企业间竞争 217
- 二、潜在进入者分析 218
- 三、替代品威胁分析 218
- 四、供应商议价能力 219
- 五、客户议价能力 219

第二节 行业集中度分析 220

一、市场集中度分析 220

二、企业集中度分析 220

三、区域集中度分析 220

第三节 行业国际竞争力比较 221

一、生产要素 221

二、需求条件 222

三、相关和支持性产业 223

四、企业的战略、结构和竞争对手 224

第四节 焦炉气行业主要企业竞争力分析 224

第五节 焦炉气行业竞争格局分析 230

一、2015年焦炉气行业竞争分析 230

二、2015年中国焦炉气市场竞争分析 230

三、2015年中国焦炉气市场集中度分析 233

四、2015年焦炉气制取LNG竞争格局分析 233

第六节 焦炉气企业竞争策略分析 235

一、提高中国焦炉气企业核心竞争力的对策 235

二、影响焦炉气企业核心竞争力的因素 239

三、提高焦炉气企业竞争力的策略 241

第十章 重点企业分析 244

第一节 新疆国际实业股份有限公司 244

一、公司概况 244

二、2015年公司经营情况 246

三、2016-2022年公司发展战略 249

第二节 山西美锦能源股份有限公司 251

一、公司概况 251

二、2015年公司经营情况 251

三、2016-2022年公司发展战略 255

第三节 四川圣达实业股份有限公司 256

一、公司概况 256

二、2015年公司经营分析 256

三、2016-2022年公司发展战略	259
第四节 太原煤气化股份有限公司	260
一、公司概况	260
二、2015年公司经营情况	261
三、2016-2022年公司发展战略	265
第五节 山西西山煤电股份有限公司	265
一、公司概况	265
二、2015年公司经营情况	265
三、2016-2022年公司发展战略	269
第六节 黑龙江黑化股份有限公司	269
一、公司概况	269
二、2015年公司经营情况	270
三、2016-2022年公司发展战略	273
第七节 太原化工股份有限公司	274
一、公司概况	274
二、2015年公司经营情况	275
三、2016-2022年公司发展战略	278
第八节 长春燃气股份有限公司	280
一、公司概况	280
二、2015年公司经营情况	280
三、2016-2022年公司发展战略	283
第九节 山西安泰集团股份有限公司	284
一、公司概况	284
二、2015年公司经营情况	285
三、2016-2022年公司发展战略	288
第十节 云南云维股份有限公司	289
一、公司概况	289
二、2015年公司经营情况	290
三、2016-2022年公司发展战略	293
第十一节 山西焦化股份有限公司	296
一、公司概况	296
二、2015年公司经营情况	297

三、2016-2022年公司发展战略 300

第十二节 开滦能源化工股份有限公司 302

一、公司概况 302

二、2015年公司经营情况 303

三、2016-2022年公司发展战略 307

第十三节 中国中煤能源股份有限公司 309

一、公司概况 309

二、2015年公司经营情况 310

三、2016-2022年公司发展战略 313

第十四节 七台河宝泰隆煤化工股份有限公司 315

一、公司简介 315

二、2015年公司经营情况 319

三、2016-2022年公司发展战略 322

第十五节 山西潞安环保能源开发股份有限公司 323

一、公司概况 323

二、2015年公司经营情况 324

三、2016-2022年公司发展战略 327

第十六节 宝钢集团新疆八一钢铁有限公司 332

一、企业概况 332

二、公司发展分析 333

三、公司发展战略 334

第十七节 山西阳光焦化集团股份有限公司 334

一、公司概况 334

二、公司发展优势分析 335

三、公司产业链介绍 337

第十八节 武汉平煤武钢联合焦化有限责任公司 339

一、公司概况 339

二、公司主要产品介绍 339

三、公司发展前景分析 340

第四部分 焦炉气产业发展关键趋势与投资方向推荐

第十一章 2011-2015年中国焦炉气行业整体运行指标分析 341

第一节 中国焦炉气行业总体规模分析 341

一、企业数量结构分析 341

二、行业生产规模分析 342

第二节 中国焦炉气行业财务指标总体分析 343

一、行业盈利能力分析 343

二、行业偿债能力分析 343

三、行业营运能力分析 344

四、行业发展能力分析 344

第十二章 2016-2022年焦炉气行业发展前景及趋势分析 345

第一节 2016-2022年焦炉气行业发展前景分析 345

一、焦炉气制甲醇前景分析 345

二、焦炉气制天然气前景分析 345

三、焦炉气制甲烷前景分析 346

四、焦炉气制LNG前景研究 348

第二节 2016-2022年焦炉气行业发展趋势分析 349

一、焦炉气利用问题分析 349

二、焦炉气行业技术发展趋势 353

三、焦炉气行业应用发展趋势 359

第十三章 2016-2022年焦炉气行业投资价值评估分析 366

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析 366

第二节 产业发展的方向分析 374

第三节 投资回报率比较高的投资方向 376

第四节 投资策略分析 378

第五节 营销分析与营销模式推荐 384

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/meitan/C97161WM38.html>