

2020年中国炭黑行业投资分析报告- 行业供需现状与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国炭黑行业投资分析报告-行业供需现状与投资前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/meitan/510911510911.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

炭黑主要由碳元素组成，是一种纳米级功能材料，具有良好的橡胶补强、着色、导电或抗静电以及紫外线吸收功能。炭黑行业上游主要包括煤炭、燃料油等材料，下游广泛应用于橡胶制品、塑料、皮革化工和干电池等很多行业。

炭黑行业产业链

资料来源：公开资料

上游方面：我国生产炭黑主要的原材料是煤炭，从煤炭供应看，2012-2019年，中国原煤产量呈现波动变化态势。其中2016-2019年呈现逐年增长态势，2019年中国原煤产量达到38.5亿吨，同比增长4.6%。2020年上半年中国生产原煤18.1亿吨，同比增长0.6%。

2012-2020年上半年我国原煤产量及增速

数据来源：国家统计局

现阶段，我国煤炭行业包括中国神华能源股份有限公司、中国中煤能源股份有限公司、陕西煤业股份有限公司等。

炭黑行业上游相关企业情况

企业名称

主营业务

企业竞争优势

中国神华能源股份有限公司

煤矿开采(有效期以各煤矿相关许可证的有效期限为准);煤炭批发经营;项目投资;煤炭的洗选、加工等

1. 煤炭矿业权优势：截至2015年末，中国神华所拥有和控制的煤炭矿业权，在中国标准下煤炭保有资源量为243.13亿吨，煤炭保有可采储量为157.42亿吨;JORC标准下的煤炭可售储量为81.41亿吨

2. 团队和经营理念优势：中国神华管理团队具有深厚的行业背景和管理经验，重视提升公司价值创造能力，紧密围绕公司主业开展运营，持续专注于能源领域的清洁生产和利用

3. 背景优势：是中央直管的53家国有重要骨干企业之一，是国内规模最大、现代化程度最高的煤炭企业和世界上最大的煤炭经销商，世界500强之一

中国中煤能源股份有限公司

煤炭开采(有效期以各煤矿相关许可证的有效期限为准);一般经营项目:煤炭批发;煤炭、铁路、港口、新能源项目的投资与管理;煤化工、煤焦化、煤层气、电力生产、电解铝生产和铝材加工的投资与管理等

1. 规模优势：主业规模优势突出，煤炭开采、洗选和混配生产工艺水平行业领先，煤矿生产 成本低于全国大多数煤炭企业，精干高效的生产方式和集群发展的规模效益构成公司核心竞争优势

2.规模和成本优势：公司在蒙陕基地建设的国内单厂规模最大煤制化肥项目已正式投产并打通出口渠道，具有良好的规模和成本优势

陕西煤业股份有限公司

煤炭开采、经营、销售、加工和综合利用(限分支机构凭许可证在有效期内经营);煤炭铁路运输(限自营铁路)等

1.资源储备优势：公司拥有煤炭地质储量163.5亿吨，可采储量109.6亿吨。公司煤炭资源品质优良，97%以上的煤炭资源位于陕北、彬黄等优质煤产区，呈现一高三低(高发热量、低硫、低磷、低灰)的特点

2.品牌优势：公司现有“黄灵牌”、“黄灵一号”、“玉华牌”、“龙门牌”、“红柳林牌”等多个品牌，多次被陕西省评为“信得过产品”、“优质煤炭产品”，在市场上具有较强的品牌影响力

3.技术优势：黄陵矿业创建国家级煤矿智能化开采技术创新中心、一号矿井成功实施中厚层智能化开采，实现了“一井两区两面智能化开采”。同时黄陵矿业坚持走新型工业化道路，建成循环经济产业链，实现了黑色资源绿色发展、高碳产业低碳运行，黄陵矿业集团获第四届中国工业大奖资料来源：公开资料

中游方面：受到贸易摩擦、海外建厂等影响，加上环保趋严和市场竞争加剧，近几年我国炭黑产能增速明显放缓，2019年中国炭黑产能800万吨，同比增长6.2%。

2010-2019年我国炭黑产能

数据来源：公开资料

现阶段，我国炭黑行业包括黑猫股份、龙星化工、山西永东等企业。

炭黑行业相关企业情况

企业名称

主营业务

企业竞争优势

黑猫股份

从事炭黑、焦油精制和白炭黑等产品的生产与销售

1.规模优势：截至2016年底，公司产能为106万吨，在全国炭黑企业中排名第一，公司具备成熟的生产工艺和较大的生产规模

2.布局战略领先优势：公司是国内率先完成全国产业布局的炭黑生产企业，在江西景德镇、辽宁朝阳、陕西韩城、内蒙古乌海、河北邯郸和唐山、山西太原、山东济宁建立了八个生产基地

3.品牌优势：“黑猫”炭黑自2007年开始就被中国橡胶工业协会列为“协会推荐品牌”，还先后被评为“江西名牌产品”、“陕西省名牌产品”等

龙星化工

炭黑、白炭黑及煤焦油制品的生产和销售

1.技术优势：截止2018年12月，累计共获得国家专利授权27项，其中发明专利9项，实用新

型专利18项

2.能源综合利用优势：公司将焦油的加工精制、炭黑的生产、尾气的治理与利用、蒸汽及电力的回用进行了有机的结合，使之形成一个完整的闭路循环。在充分回收炭黑生产过程显热的同时，将炭黑尾气的潜热加以充分利用

3.质量、品牌优势：公司拥有的“龙星”品牌是中国驰名商标、橡胶协会推荐品牌

山西永东

炭黑制品制造;轻油、洗油、萘、苯酚钠、煤焦沥青加工、销售

1.产业链优势：公司自成立以来，依托当地资源优势，致力于建设完整的产业链条，通过一体化经营实现资源、能源的就地转化。目前，公司已实现了“煤焦油加工-炭黑制造-尾气发电”的产业链条

2.生产组织优势：公司各业务环节在工序、空间上紧密衔接，有效降低了经营成本资料来源：公开资料

下游方面：炭黑下游需求主要是橡胶用炭黑，大约占到90%左右，而其中约70%左右用于轮胎制造业。2018年我国橡胶制品行业产量约4979.3万吨，需求量约4272万吨。

2011-2018年中国橡胶制品行业供需平衡情况

数据来源：公开资料

现阶段，我国橡胶制品企业包括中鼎股份、鹏翎股份、双箭股份等。

炭黑行业下游相关企业情况

企业名称

主营业务

企业竞争优势

中鼎股份

密封件、特种橡胶制品(汽车、摩托车、电器、工程机械、矿山、铁道、石化、航空航天等行业基础元件)的研发、生产、销售与服务

1.技术优势：2016年，公司与清华大学合作，以中国工程院院士、清华大学教授王玉明为核心研究团队，建立院士工作站，强化创新合作，解决重大关键技术难题。目前，公司拥有授权专利573项(其中国内发明专利57项，国外专利183项)。主持或参与制定国家标准14项、行业标准8项

2.管理优势：公司后通过了ISO/TS16949、ISO14001、ISO/IEC17025等质量、环境及试验室体系认证

鹏翎股份

橡胶制品、塑料制品、汽车配件、电子产品研发、制造、销售;汽车模具设计、制造;质检技术服务;货物及技术进出口;机械设备、厂房租赁业务

1.品牌客户优势：公司始终坚持走中高端化路线同时兼顾自主品牌，产品主要为主流品牌的中高端车系提供配套服务，通过长期友好的合作，公司与这些品牌客户之间建立起了良好的

合作信任关系

2.成本优势：公司在经营的各个环节贯彻精益化管理思路，在采购、生产、物流等方面建立了严格的成本管控体系，目前已经形成一套有效的成本管理体系，具备了一定的成本优势

3. 技术开发优势：公司多年来在胶管的匹配连接、脉冲疲劳性能、低介质 渗透性等方面积累了一批专有技术。此外，公司在长期的研发和生产过程中积累了关于产品材料配方、先进工艺等丰富的经验和技術Know-how

双箭股份

橡胶制品、帆布的生产、销售;橡胶原料、纺织原料(除白厂丝)、化工产品(除危险品)的销售;经营进出口业务

1. 品牌优势：2007年9月，公司产品被国家质检总局认定为“中国名牌产品”，2012年3月，公司被国家工信部列为“全国首批品牌培育试点单位”之一;2012年5月，双箭商标被国家工商行政管理总局认定为“中国驰名商标”;2007年至2015年，公司获得历年“中国输送带十强企业”奖项

2.研发优势：公司在橡胶输送带方面已取得多项专利，为公司产品更新和技术水平提升起到关键作用。公司拥有国内一流的研发中心，公司先后被评为国家火炬计划重点高新技术企业、浙江省高新技术企业

3.产业链优势：2013年3月，公司设立金平双箭橡胶有限公司，收购金平苗族瑶族傣族自治县橡胶有限责任公司经营性资产，并启动“年产10000吨颗粒胶技改项目”，将为母公司主营业务的发展提供稳定的原材料保障。2016年1月，公司成功控股北京约基工业股份有限公司，完善了公司的产业链资料来源：公开资料（TC）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国炭黑行业投资分析报告-行业供需现状与投资前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国炭黑行业发展概述

第一节 炭黑行业发展情况概述

- 一、炭黑行业相关定义
- 二、炭黑行业基本情况介绍
- 三、炭黑行业发展特点分析
- 四、炭黑行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、炭黑行业需求主体分析

第二节 中国炭黑行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、炭黑行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国炭黑行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国炭黑行业生命周期分析

- 一、炭黑行业生命周期理论概述
- 二、炭黑行业所属的生命周期分析

第四节 炭黑行业经济指标分析

- 一、炭黑行业的赢利性分析

- 二、炭黑行业的经济周期分析
- 三、炭黑行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国炭黑行业进入壁垒分析
 - 一、炭黑行业资金壁垒分析
 - 二、炭黑行业技术壁垒分析
 - 三、炭黑行业人才壁垒分析
 - 四、炭黑行业品牌壁垒分析
 - 五、炭黑行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球炭黑行业市场发展现状分析

- 第一节 全球炭黑行业发展历程回顾
- 第二节 全球炭黑行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲炭黑行业地区市场分析
 - 一、亚洲炭黑行业市场现状分析
 - 二、亚洲炭黑行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲炭黑行业市场前景分析
- 第四节 北美炭黑行业地区市场分析
 - 一、北美炭黑行业市场现状分析
 - 二、北美炭黑行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美炭黑行业市场前景分析
- 第五节 欧盟炭黑行业地区市场分析
 - 一、欧盟炭黑行业市场现状分析
 - 二、欧盟炭黑行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟炭黑行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界炭黑行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球炭黑行业市场规模预测

第三章 中国炭黑产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品炭黑总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国炭黑行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国炭黑产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国炭黑行业运行情况

第一节 中国炭黑行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国炭黑行业市场规模分析

第三节 中国炭黑行业供应情况分析

第四节 中国炭黑行业需求情况分析

第五节 我国炭黑行业进出口形势分析

一、进口形势分析

二、出口形势分析

三、进出口价格对比分析

第六节 我国炭黑行业细分市场分析（2015-2019年）

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第七节 中国炭黑行业供需平衡分析

第八节 中国炭黑行业发展趋势分析

第五章 中国炭黑所属行业运行数据监测

第一节 中国炭黑所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国炭黑所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国炭黑所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国炭黑市场格局分析

第一节 中国炭黑行业竞争现状分析

一、中国炭黑行业竞争情况分析

二、中国炭黑行业主要品牌分析

第二节 中国炭黑行业集中度分析

一、中国炭黑行业市场集中度分析

二、中国炭黑行业企业集中度分析

第三节 中国炭黑行业存在的问题

第四节 中国炭黑行业解决问题的策略分析

第五节 中国炭黑行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国炭黑行业需求特点与动态分析

第一节 中国炭黑行业消费市场动态情况

第二节 中国炭黑行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 炭黑行业成本分析

第四节 炭黑行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国炭黑行业价格现状分析

第六节 中国炭黑行业平均价格走势预测

一、中国炭黑行业价格影响因素

二、中国炭黑行业平均价格走势预测

三、中国炭黑行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国炭黑行业区域市场现状分析

第一节 中国炭黑行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区炭黑市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区炭黑市场规模分析

四、华东地区炭黑市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区炭黑市场规模分析

四、华中地区炭黑市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区炭黑市场规模分析

四、华南地区炭黑市场规模预测

第九章 2017-2020年中国炭黑行业竞争情况

第一节 中国炭黑行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国炭黑行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国炭黑行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第四节 中国炭黑行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 炭黑行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业1

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业2

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业3

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业4

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业5

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国炭黑行业发展前景分析与预测

第一节 中国炭黑行业未来发展前景分析

- 一、炭黑行业国内投资环境分析
- 二、中国炭黑行业市场机会分析
- 三、中国炭黑行业投资增速预测

第二节 中国炭黑行业未来发展趋势预测

第三节 中国炭黑行业市场发展预测

- 一、中国炭黑行业市场规模预测
- 二、中国炭黑行业市场规模增速预测
- 三、中国炭黑行业产值规模预测
- 四、中国炭黑行业产值增速预测
- 五、中国炭黑行业供需情况预测

第四节 中国炭黑行业盈利走势预测

- 一、中国炭黑行业毛利润同比增速预测
- 二、中国炭黑行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国炭黑行业投资风险与营销分析

第一节 炭黑行业投资风险分析

- 一、炭黑行业政策风险分析
- 二、炭黑行业技术风险分析
- 三、炭黑行业竞争风险
- 四、炭黑行业其他风险分析

第二节 炭黑行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国炭黑行业发展战略及规划建议

第一节 中国炭黑行业品牌战略分析

一、炭黑企业品牌的重要性

二、炭黑企业实施品牌战略的意义

三、炭黑企业品牌的现状分析

四、炭黑企业的品牌战略

五、炭黑品牌战略管理的策略

第二节 中国炭黑行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国炭黑行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 炭黑行业竞争力提升策略

一、炭黑行业产品差异性策略

二、炭黑行业个性化服务策略

三、炭黑行业的促销宣传策略

四、炭黑行业信息智能化策略

五、炭黑行业品牌化建设策略

六、炭黑行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国炭黑行业发展策略及投资建议

第一节 中国炭黑行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国炭黑行业定价策略分析

第三节 中国炭黑行业营销渠道策略

一、炭黑行业渠道选择策略

二、炭黑行业营销策略

第四节 中国炭黑行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国炭黑行业重点投资区域分析

二、中国炭黑行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/meitan/510911510911.html>