

2021年中国焦化市场调研报告- 市场深度分析与投资前景研究

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《2021年中国焦化市场调研报告-市场深度分析与投资前景研究》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/huaxuechangpin/532757532757.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

焦化一般指有机物质碳化变焦的过程，是重质油在500 左右的高温条件下进行深度的裂解和缩合反应，产生气体、汽油、柴油、蜡油和石油焦的过程，其工艺过程主要包括延迟焦化、釜式焦化、平炉焦化、流化焦化和灵活焦化等五种。在产品结构中，80%为焦炭，20%为粗苯、煤焦油、焦炉煤气等其他化产品。

一、供应商的议价能力

我国焦化行业的主要原材料是炼焦煤，在生产中原料成本占到总成本的75%-90%。随着供给侧结构性改革的不断深入，煤炭产能逐步收缩，我国炼焦煤的结构性紧缺加剧。同时，在炼焦煤查明资源储量中主要为气煤（包括1/3焦煤），而主焦煤和肥煤仅占比23%和13%，所以每年需要大量从澳大利亚等国进口。因此，供应商对焦化企业的议价能力增强。

2015-2019年我国炼焦煤产量和消费量统计情况 数据来源：公开资料整理

二、购买者的议价能力

购买者主要通过其压价与要求提供较高的产品或服务能力的的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力。目前，我国焦炭主要应用于钢铁行业，占到需求总量的89%左右。不过，近来随着焦炭产能持续收缩，国内焦化厂对钢铁企业议价能力有所提升，尤其是高品质焦炭焦化厂定价话语权不断增强，但是对低端焦化产品，钢厂议价能力较高。

2014-2020年中国焦炭产量统计情况 数据来源：国家统计局

焦炭下游应用构成 数据来源：公开资料整理

2020年和2021年我国钢铁需求预测表

序号

名称

2020年(亿吨)

2020年同比增速(%)

2021年(亿吨)

2021年同比增速(%)

1

钢材需求量

9.81

9.6

9.91

1.0

2

粗钢产量

10.50

5.4

10.65

1.4

3

生铁产量

8.84

9.2

8.73

-1.2

4

铁矿石需求量

13.97

9.2

13.80

-1.2

5

铁矿石进口量

11.7

9.5

11.4

-2.7

6

焦炭产量

4.7

-0.2

4.63

-1.5

7

炼焦煤需求量

10.4

-0.2

10.2

-1.9数据来源：公开资料整理

三、新进入者的威胁

潜在进入者会给该行业带来新的生产能力、新资源，同时也在现有的企业市场份额中瓜分一席之地，这就会激化市场竞争，从而导致行业盈利水平降低，甚至严重的话还有可能危及到现有企业的生存。我国焦化行业具有高投入、长周期、大规模、专业化的特点，因而进入壁垒和退出壁垒都很高。在分销渠道方面，目前国内的焦炭行业分销渠道基本上被企业掌握，新进入者的分销渠道开辟难度较大；在产业政策方面，国家严格限制焦化行业产能扩张，对外资的审批相当严格。因此，总体来看我国焦化行业进入壁垒很高，潜在竞争者威胁较低。

四、替代品的威胁

在中国优质炼焦煤资源的日渐匮乏的背景下，国内钢铁产量不断增长及高炉煤粉喷吹关键技术逐渐进步和完善，高炉喷吹煤在钢铁冶炼工艺环节地位提高，市场需求逐渐扩大。而且，由于喷吹煤投资少，空气污染度比焦炭低，所以喷吹煤粉是焦化行业目前最具有替代性质的产品。

不过，值得注意的是焦炭不仅具有提供热源功能，还可以起到还原剂和骨架支撑的作用，这是喷吹煤无法替代的。因此，喷吹煤只能作为焦炭的一种补充资源，其威胁能力中等偏弱。

五、同业竞争者的竞争程度

目前，我国焦化行业形成以大型独立焦化企业为主体，中小焦化企业并存的二维竞争格局，市场集中度较低，CR10仅为10.3%，且无序竞争、产品同质化竞争以及低价竞争明显。

中国焦化行业竞争格局 数据来源：公开资料整理

全国焦化厂结构 数据来源：公开资料整理

我国焦化行业在不同方式上企业竞争情况 数据来源：公开资料整理（WYD）

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。《2021年中国焦化市场调研报告-市场深度分析与投资前景研究》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年中国焦化行业发展概述

第一节 焦化行业发展情况概述

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

第二节 中国焦化行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、焦化行业产业链条分析
- 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、中国焦化行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国焦化行业生命周期分析

- 一、焦化行业生命周期理论概述

二、焦化行业所属的生命周期分析

第四节 焦化行业经济指标分析

一、焦化行业的赢利性分析

二、焦化行业的经济周期分析

三、焦化行业附加值的提升空间分析

第五节 中国焦化行业进入壁垒分析

一、焦化行业资金壁垒分析

二、焦化行业技术壁垒分析

三、焦化行业人才壁垒分析

四、焦化行业品牌壁垒分析

五、焦化行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球焦化行业市场发展现状分析

第一节 全球焦化行业发展历程回顾

第二节 全球焦化行业市场区域分布情况

第三节 亚洲焦化行业地区市场分析

一、亚洲焦化行业市场现状分析

二、亚洲焦化行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲焦化行业市场前景分析

第四节 北美焦化行业地区市场分析

一、北美焦化行业市场现状分析

二、北美焦化行业市场规模与市场需求分析

三、北美焦化行业市场前景分析

第五节 欧洲焦化行业地区市场分析

一、欧洲焦化行业市场现状分析

二、欧洲焦化行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲焦化行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界焦化行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球焦化行业市场规模预测

第三章 中国焦化产业发展环境分析

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、全社会消费品焦化总额

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 中国焦化行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国焦化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 中国焦化行业运行情况

第一节 中国焦化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

三、行业发展特点分析

第二节 中国焦化行业市场规模分析

第三节 中国焦化行业供应情况分析

第四节 中国焦化行业需求情况分析

第五节 我国焦化行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国焦化行业供需平衡分析

第七节 中国焦化行业发展趋势分析

第五章 中国焦化所属行业运行数据监测

第一节 中国焦化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 中国焦化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 中国焦化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年中国焦化市场格局分析

第一节 中国焦化行业竞争现状分析

一、中国焦化行业竞争情况分析

二、中国焦化行业主要品牌分析

第二节 中国焦化行业集中度分析

一、中国焦化行业市场集中度影响因素分析

二、中国焦化行业市场集中度分析

第三节 中国焦化行业存在的问题

第四节 中国焦化行业解决问题的策略分析

第五节 中国焦化行业钻石模型分析

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年中国焦化行业需求特点与动态分析

第一节 中国焦化行业消费市场动态情况

第二节 中国焦化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 焦化行业成本结构分析

第四节 焦化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 中国焦化行业价格现状分析

第六节 中国焦化行业平均价格走势预测

一、中国焦化行业价格影响因素

二、中国焦化行业平均价格走势预测

三、中国焦化行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国焦化行业区域市场现状分析

第一节 中国焦化行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区焦化市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区焦化市场规模分析

四、华东地区焦化市场规模预测

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、华中地区焦化市场规模分析

四、华中地区焦化市场规模预测

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、华南地区焦化市场规模分析

四、华南地区焦化市场规模预测

第九章 2017-2020年中国焦化行业竞争情况

第一节 中国焦化行业竞争结构分析（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 中国焦化行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国焦化行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 焦化行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

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

第三节 企业

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

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国焦化行业发展前景分析与预测

第一节 中国焦化行业未来发展前景分析

一、焦化行业国内投资环境分析

二、中国焦化行业市场机会分析

三、中国焦化行业投资增速预测

第二节 中国焦化行业未来发展趋势预测

第三节 中国焦化行业市场发展预测

一、中国焦化行业市场规模预测

二、中国焦化行业市场规模增速预测

三、中国焦化行业产值规模预测

四、中国焦化行业产值增速预测

五、中国焦化行业供需情况预测

第四节 中国焦化行业盈利走势预测

一、中国焦化行业毛利润同比增速预测

二、中国焦化行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国焦化行业投资风险与营销分析

第一节 焦化行业投资风险分析

一、焦化行业政策风险分析

二、焦化行业技术风险分析

三、焦化行业竞争风险

四、焦化行业其他风险分析

第二节 焦化行业应对策略

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年中国焦化行业发展战略及规划建议

第一节 中国焦化行业品牌战略分析

- 一、焦化企业品牌的重要性
- 二、焦化企业实施品牌战略的意义
- 三、焦化企业品牌的现状分析
- 四、焦化企业的品牌战略
- 五、焦化品牌战略管理的策略

第二节 中国焦化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 中国焦化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 焦化行业竞争力提升策略

- 一、焦化行业产品差异性策略
- 二、焦化行业个性化服务策略
- 三、焦化行业的促销宣传策略
- 四、焦化行业信息智能化策略
- 五、焦化行业品牌化建设策略
- 六、焦化行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国焦化行业发展策略及投资建议

第一节 中国焦化行业产品策略分析

- 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 中国焦化行业营销渠道策略

- 一、焦化行业渠道选择策略

二、焦化行业营销策略

第三节 中国焦化行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国焦化行业重点投资区域分析

二、中国焦化行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huaxuechangpin/532757532757.html>