

# 2018年中国醋酸市场分析报告- 行业深度分析与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国醋酸市场分析报告-行业深度分析与发展趋势研究》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/319335319335.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

醋酸是一种重要的有机化工产品，主要用于醋酸乙烯、醋酸酯、醋酸酐、对苯二甲酸、氯乙酸以及双乙烯酮等产品的生产，是合成纤维、胶黏剂、医药、染料和农药的重要原料。此外，它还是优良的有机溶剂，在化工、轻纺、塑料、医药、橡胶以及染料等行业有着十分广泛的用途。

自20世纪50年代，上海试剂一厂建成一套乙醇 - 乙醛 - 醋酸路线的醋酸工业生产装置以来，我国醋酸的生产稳步发展。尤其是近年来由于我国煤化工产业发展迅猛，许多甲醇企业为消化和延伸产品链，纷纷规划建设醋酸项目，从而导致醋酸产能增长迅速，2007年我国醋酸的生产能力只有361万t/a，2010年增加到670万t/a。截至到2017年底，我国醋酸的总生产能力已经达到1020万t/a（含目前暂时停产装置产能），是世界上最大的醋酸生产国家。

我国醋酸主要出口到印度、西班牙、新加坡、泰国、韩国和比利时等国家或地区。2016年向这6个国家或地区的出口量合计达到19.19万t，约占总出口量的79.89%，同比2015年的32.91万t减少约41.69%。

2015-2015年我国醋酸的主要出口国家或地区情况 资料来源：公开资料整理 近年来，我国醋酸的表观消费量总体呈现稳步增长的发展态势。2004年的表观消费量为162.45万t；2008年增加到285.62万t；2011年达到359.89万t，同比减少约2.23%；2016年的表观消费量为579.37万t，同比增长约4.77%。2011-2016年表观消费量的年均增长率达到约10%。相应产品的自给率2004年为68.68%，2010年为104.27%，2016年为102.64%。近几年醋酸消费之所以保持稳健增长，一方面是由于我国拉动内需的政策，刺激了市场的需求，醋酸市场也不例外；另一方面是由于我国醋酸企业开始意识到延长醋酸产业链的重要性，陆续上马了一批醋酸乙烯、醋酸酯、PTA装置，增加了醋酸的消费量；此外，由于近几年醋酸价格处于低谷，醋酸终端产品的价格也相应降低，一些原使用其他产品的终端用户改用醋酸产品。我国醋酸主要用于生产醋酸乙烯、醋酸酯以及PTA等，其中醋酸酯对醋酸的消费量约占总消费量的33%，醋酸乙烯的消费量约占25%，醋酸酐的消费量约占6.5%，PTA的消费量约占24.5%，氯乙酸的消费量约占6%，其他方面的消费量约占5%。今后几年，随着醋酸乙烯PTA等多套下游装置的建成投产，对醋酸的需求量将持续增加，预计到2021年，我国对醋酸的总需求量将达到约650万t。

发展建议：

（1）由于我国醋酸的生产能力已经出现长期结构性过剩，未来醋酸市场的竞争将会越来越激烈，因此，今后新建或者扩建装置要慎重，应该自觉控制产能，逐步关闭生产规模小、竞争力差的生产装置。整合优势力量和资源，重点培育龙头企业，改变目前无序扩能、无序发展、产需失衡的状况，以提高行业的整体市场竞争力。

（2）在生产原材料上，海外跨国巨头及中东企业采用廉价的天然气作为原料，具有

较大的竞争优势，而我国生产企业大都采用的是煤制甲醇生产工艺，成本较高，直接影响到国际市场的开拓；与BP等跨国公司相比，在生产技术、产规模、产品质量、原材料及公用工程消耗等方面，国内传统的甲醇羰基化醋酸生产装置均有一定的差距，特别是在催化剂性能及成本控制方面，与国外相比差距更大。因此，对于已经建设好的醋酸装置，应该积极通过改进催化剂体系、优化操作、调整与改造工艺流程，降低生产成本，增强市场竞争力。

(3) 从下游衍生产品开发方面，尽管我国醋酸行业下游产业链基本形成，但产业的集中度很低，醋酸下游产业链开发深度不够，消费仍主要集中在醋酸乙烯、醋酸酯、PTA等传统领域。乙烯-醋酸乙烯共聚物、高端聚乙烯醇、纺织用醋纤长丝、高档三醋酸纤维素(TAC)等高附加值产品还产不足需，主要依靠进口。因此，今后应该通过不断开发下游精细化工产品，延长产业链，降低醋酸单一产品的市场风险；积极开拓醋酸新的用途，如醋酸和甲醛一步法生产丙烯酸(酯)、醋酸制乙醇等，来拓展醋酸产品的出路，以解决醋酸产能过剩问题，为醋酸行业发展提供新的支撑点。

(4) 努力提高产品质量，降低成本，积极探寻新的出口模式和途径，以加快出口步伐和增加出口力度。

我国高速增长的经济为醋酸行业提供了广阔的市场空间，随着人民生活水平的不断提高，行业需求量激增，行业利润水平不断提高。但同时，随着行业内企业数量的增加，业内竞争逐渐加剧，行业内优秀的企业越来越重视市场的研究，特别是企业发展环境和需求趋势变化的研究。

观研天下发布的《2018年中国醋酸市场分析报告-行业深度分析与发展趋势研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

## 第一章 2015-2017年中国醋酸行业发展概述

### 第一节 醋酸行业发展情况概述

- 一、醋酸行业相关定义
- 二、醋酸行业基本情况介绍
- 三、醋酸行业发展特点分析

### 第二节 中国醋酸行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、醋酸行业产业链条分析
- 三、中国醋酸行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

### 第三节 中国醋酸行业生命周期分析

- 一、醋酸行业生命周期理论概述
- 二、醋酸行业所属的生命周期分析

### 第四节 醋酸行业经济指标分析

- 二、醋酸行业的赢利性分析
- 四、醋酸行业的经济周期分析
- 三、醋酸行业附加值的提升空间分析

### 第五节 中国醋酸行业进入壁垒分析

- 一、醋酸行业资金壁垒分析
- 二、醋酸行业技术壁垒分析
- 三、醋酸行业人才壁垒分析
- 四、醋酸行业品牌壁垒分析
- 五、醋酸行业其他壁垒分析

## 第二章 2015-2017年全球醋酸行业市场发展现状分析

### 第一节 全球醋酸行业发展历程回顾

### 第二节 全球醋酸行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲醋酸行业地区市场分析

- 一、亚洲醋酸行业市场现状分析

## 二、亚洲醋酸行业市场规模与市场需求分析

### 三、亚洲醋酸行业市场前景分析

#### 第四节 北美醋酸行业地区市场分析

##### 一、北美醋酸行业市场现状分析

##### 二、北美醋酸行业市场规模与市场需求分析

##### 三、北美醋酸行业市场前景分析

#### 第五节 欧盟醋酸行业地区市场分析

##### 一、欧盟醋酸行业市场现状分析

##### 二、欧盟醋酸行业市场规模与市场需求分析

##### 三、欧盟醋酸行业市场前景分析

#### 第六节 2018-2024年世界醋酸行业分布走势预测

#### 第七节 2018-2024年全球醋酸行业市场规模预测

### 第三章 2015-2017年中国醋酸产业发展环境分析

#### 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、全社会消费品零售总额

##### 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 中国醋酸行业政策环境分析

##### 一、行业监管体制现状

##### 二、行业主要政策法规

#### 第四节 中国醋酸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 2015-2017年中国醋酸行业运行情况

#### 第一节 中国醋酸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 中国醋酸行业市场规模分析

### 第三节 中国醋酸行业供应情况分析

### 第四节 中国醋酸行业需求情况分析

### 第五节 中国醋酸行业供需平衡分析

### 第六节 中国醋酸行业发展趋势分析

## 第五章 中国醋酸所属行业运行数据监测

### 第一节 中国醋酸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 中国醋酸所属行业产销与费用分析

#### 一、产成品分析

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

#### 六、销售成本分析

#### 七、销售费用分析

#### 八、管理费用分析

#### 九、财务费用分析

#### 十、其他运营数据分析

### 第三节 中国醋酸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 2015-2017年中国醋酸市场格局分析

### 第一节 中国醋酸行业竞争现状分析

#### 一、中国醋酸行业竞争情况分析

#### 二、中国醋酸行业主要品牌分析

### 第二节 中国醋酸行业集中度分析

#### 一、中国醋酸行业市场集中度分析

## 二、中国醋酸行业企业集中度分析

### 第三节 中国醋酸行业存在的问题

### 第四节 中国醋酸行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国醋酸行业竞争力分析

#### 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 2015-2017年中国醋酸行业需求特点与价格走势分析

### 第一节 中国醋酸行业消费特点

### 第二节 中国醋酸行业消费偏好分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第二节 醋酸行业成本分析

### 第三节 醋酸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

### 第四节 中国醋酸行业价格现状分析

### 第五节 中国醋酸行业平均价格走势预测

#### 一、中国醋酸行业价格影响因素

#### 二、中国醋酸行业平均价格走势预测

#### 三、中国醋酸行业平均价格增速预测

## 第八章 2015-2017年中国醋酸行业区域市场现状分析

### 第一节 中国醋酸行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地醋酸市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区醋酸市场规模分析



#### 四、华东地区醋酸市场规模预测

##### 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、华中地区醋酸市场规模分析
- 四、华中地区醋酸市场规模预测

##### 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、华南地区醋酸市场规模分析
- 四、华南地区醋酸市场规模预测

##### 第五节 华北地区市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区醋酸市场规模分析
- 四、华北地区醋酸市场规模预测

##### 第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区醋酸市场规模分析
- 四、东北地区醋酸市场规模预测

##### 第七节 西部地区市场分析

- 一、西部地区概述
- 二、西部地区经济环境分析
- 三、西部地区醋酸市场规模分析
- 四、西部地区醋酸市场规模预测

#### 第九章 2015-2017年中国醋酸行业竞争情况

##### 第一节 中国醋酸行业竞争结构分析（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 中国醋酸行业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 中国醋酸行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 醋酸行业重点生产企业分析（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

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

第三节 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

##### 第四节 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

##### 第五节 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

##### 第六节 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

##### 第七节 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

##### 第八节 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

##### 第九节 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

##### 第十节 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

## 第十一章 2018-2024年中国醋酸行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国醋酸行业未来发展前景分析

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

### 第二节 中国醋酸行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国醋酸行业市场发展预测

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

#### 第四节 中国醋酸行业盈利走势预测

- 一、中国醋酸行业毛利润同比增速预测
- 二、中国醋酸行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2018-2024年中国醋酸行业投资风险与营销分析

### 第一节 醋酸行业投资风险分析

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

### 第二节 醋酸行业企业经营发展分析及建议

- 一、醋酸行业经营模式
- 二、醋酸行业销售模式
- 三、醋酸行业创新方向

### 第三节 醋酸行业应对策略

- 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2018-2024年中国醋酸行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国醋酸行业品牌战略分析

一、醋酸企业品牌的重要性

二、醋酸企业实施品牌战略的意义

三、醋酸企业品牌的现状分析

四、醋酸企业的品牌战略

五、醋酸品牌战略管理的策略

### 第二节中国醋酸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 中国醋酸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

## 第十四章 2018-2024年中国醋酸行业发展策略及投资建议

### 第一节中国醋酸行业产品策略分析

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 中国醋酸行业定价策略分析

### 第二节中国醋酸行业营销渠道策略

一、醋酸行业渠道选择策略

二、醋酸行业营销策略

### 第三节中国醋酸行业价格策略

#### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国醋酸行业重点投资区域分析
- 二、中国醋酸行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huaxuechangpin/319335319335.html>