

2018年中国醋酸行业分析报告- 市场深度分析与投资前景预测

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《2018年中国醋酸行业分析报告-市场深度分析与投资前景预测》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/371737371737.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

醋酸下游主要用于生产醋酸乙烯、醋酸酯、醋酸酐、对苯二甲酸（PTA）、氯乙酸等产品，其终端需求覆盖化工、轻纺、医药、农药、塑料、橡胶等多个领域。其中，PTA、醋酸乙烯、醋酸乙酯和醋酸酐占醋酸总需求比例较大，合计占比超过70%。醋酸价格于2016年见底，并随大宗化工品一路修复；自2017年下半年以来，醋酸开启暴涨行情，其中17Q3主要源于甲醇、煤炭价格的上涨以及美国飓风等造成全球供应收缩、外需向好，17Q4以来主要源于国内约660万吨的PTA装置复产或投产带来的内需向好。展望未来两年，我们认为醋酸需求将维持较高水平。

图表：醋酸下游需求分布

资料来源：观研天下整理

内需来看，PTA的较多新增及复产产能是未来两年醋酸需求最大的增长点。此前PTA行业产能过剩，行业盈利持续下滑，自2017年下半年开，随着石油价格上涨、下游涤纶需求逐渐回暖叠加禁塑令带动pta-pet内需，PTA景气回升，复产及新增产能开始增多。2017Q4合计复产及新增产能640万吨；2018-2020年，如顺利投产，我国新增及重启PTA产能约800万吨。综合来看，自2017年底至2020年，国内复产及新增产能将达1430万吨，按吨pta消耗醋酸0.038吨计，将新增醋酸需求约55万吨，占国内目前表观消费量的10%。另外，根据安迅思统计，2018-2020年醋酸乙烯新增产能约46万吨，对应醋酸需求33万吨，合计未来三年醋酸新增需求超80万吨，年复合增长率约4.8%。

图表：PTA新增产能情况

资料来源：观研天下整理

外需方面，北美装置不可抗力及检修带来国内出口大增。2017年8月北美的哈维飓风与10月份伊士曼化学北美工厂40万吨/年装置爆炸导致相关醋酸装置停车，美国第三季度醋酸供应紧张；2018年2月利安德巴塞尔与塞拉尼斯60万吨/年醋酸装置意外停车；目前国外新加坡塞尼拉斯产能、美国伊士曼仍处于停车检修状态。国外装置普遍到了寿命周期，非计划性检修常态化，预计国外供应收紧、国内出口向好态势继续维持。

供应方面，未来2年新增产能较少，供应趋紧。近两年醋酸产能增速有所减缓，继2014年河南龙宇40万吨/年的装置投产后再无新增产能，目前国内醋酸产能合计865万吨。未来2年醋酸供给格局良好，新增产能仅天津渤化永利5万吨及大连恒力的20万吨装置投产，且大连恒力的醋酸主要pta自用、市场投放量很少；而华谊钦州的50万吨醋酸以及广西昆达50万吨/年装置预计最早也在2020年投产。

图表：醋酸行业在产产能明细

资料来源：观研天下整理

与国外检修常态化类似，国内醋酸装置由于环保限产及装置老化等因素，行业开工率整

体亦受到限制。根据近一年统计数据，国内醋酸装置计划及非计划性检修平均每月约影响5-6万吨的供应，全年约70万吨；另外如索普集团140万吨装置，即使平时正常开工，受到装置老化、工艺技术等因素影响，也仅有7-8成开工率，因此行业开工率难以随着醋酸价格的回升有大幅度的提高。

图表：醋酸社会库存

资料来源：观研天下整理

图表：醋酸价格及价差

资料来源：观研天下整理

我们判断随着醋酸下游产能逐渐释放，而供给增速放缓，未来2年有望持续高景气，建议重点关注华鲁恒升和华谊集团，华鲁恒升具备50万吨/年醋酸产能（开工率可提升至110-120%），华谊集团具备130万吨/年醋酸产能。

图表：醋酸行业上市公司产能市值弹性比较

资料来源：观研天下整理（TC）

观研天下发布的《2018年中国醋酸行业分析报告-市场深度分析与投资前景预测》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。

【报告大纲】

第一章 2016-2018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

- 一、醋酸行业的赢利性分析
- 二、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 国内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 2016-2018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 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、全社会消费品醋酸总额
 - 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
 - 第三节 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 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、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 2016-2018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 2016-2018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

第三节 醋酸行业成本分析

第四节 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

第五节 中国醋酸行业价格现状分析

第六节 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 2016-2018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

第九章 2016-2018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

第三节 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

第四节 中国醋酸行业价格策略

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/371737371737.html>