



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年木炭市场运营态势 及战略咨询研究报告

一、调研说明

《2012-2016年木炭市场运营态势及战略咨询研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/213665.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

近几年我国木炭行业发展速度较快，受益于木炭行业生产技术不断提高以及下游需求市场不断扩大，木炭行业在国内和国际市场上发展形势都十分看好。虽然受金融危机影响使得木炭行业近两年发展速度略有减缓，但随着我国国民经济的快速发展以及国际金融危机的逐渐消退，我国木炭行业重新迎来良好的发展机遇。

艾凯咨询集团发布的《2012-2016年木炭市场运营态势及战略咨询研究报告》共十二章。首先介绍了木炭产业基本概述、中国木炭产业运行环境等，接着分析了中国木炭行业运行的现状，然后介绍了中国木炭产品市场竞争格局。随后，报告对中国木炭做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国木炭行业前景预测。您若想对木炭产业有个系统的了解或者想投资木炭行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

目录

第一章 木炭产业基本概述 1

第一节 木炭产业阐述 1

一、概述 1

二、物化性质 1

三、制备方法 1

四、制备原料 2

第二节 木炭产品分类 2

一、白炭 2

二、黑炭 3

三、活性炭 3

四、机制炭 4

五、机制炭与黑炭、白炭的比较 4

六、机制炭与活性炭的比较 5

第三节 木炭的用途 5

第二章 2011年世界木炭产品市场运行态势分析 8

第一节 2011年世界木炭产品发展状况综述 8

一、国外木炭工业概况 8

二、国外木炭生产技术和应用动态 8

三、机制木炭国外需求大 9

第二节 2011年世界主要国家木炭产品市场分析 9

一、美国木炭产业分析 9

二、德国木炭进口量分析 11

三、日本的木炭生产与利用 12

第三节 2012-2016年世界木炭产品发展趋势分析 12

第三章 2011年中国木炭产业运行环境分析 13

第一节 2011年中国宏观经济环境分析 13

一、中国GDP分析 13

二、消费价格指数分析 14

三、城乡居民收入分析 17

四、社会消费品零售总额 18

五、全社会固定资产投资分析 19

六、进出口总额及增长率分析 21

第二节 2011年中国木炭产业政策环境分析 21

一、木炭产业政策分析 21

二、相关行业标准分析 22

三、进出口政策分析 23

第三节 2011年中国木炭产业社会环境分析 24

一、人口环境分析 24

二、教育环境分析 24

三、文化环境分析 25

四、生态环境分析 26

第四章 2011年中国木炭行业运行态势分析 29

第一节 2011年中国木炭产品运行概述 29

一、木炭产业发展回顾 29

二、木炭行业生产技术分析 29

三、木炭价格分析 30

第二节 2011年中国木炭产品运行态势分析 30

一、木炭市场需求量分析 30

二、木炭产品供给分析 31

三、木炭细分产品市场分析 31

第三节 2011年中国木炭产品发展存在问题分析 32

第五章 2007-2011年年中国林产化学产品制造行业规模以上企业经济运行数据监测 34

第一节 2007-2011年年（按季度更新）中国林产化学产品制造行业数据监测回顾 34

一、竞争企业数量 34

二、亏损面情况 34

三、市场销售额增长 35

四、利润总额增长 35

五、投资资产增长性 36

六、行业从业人数调查分析 36

第二节 2007-2011年年（按季度更新）中国林产化学产品制造行业投资价值测算 37

一、销售利润率 37

二、销售毛利率 37

三、资产利润率 38

四、未来5年林产化学产品制造盈利能力预测 38

第三节 2007-2011年年（按季度更新）中国林产化学产品制造行业产销率调查 39

一、工业总产值 39

二、工业销售产值 39

三、产销率调查 40

四、未来5年林产化学产品制造产品产销预测 40

第四节 2007-2011年年（按季度更新）林产化学产品制造出口交货值数据 41

一、出口交货值增长 41

二、出口交货值占工业产值的比重 41

第六章 2010-2011年中国以木材为原料直接烧制的木炭市场进出口数据分析 42

第一节 2010-2011年中国以木材为原料直接烧制的木炭出口统计 42

第二节 2010-2011年中国以木材为原料直接烧制的木炭进口统计 42

第三节 2010-2011年中国木炭进出口价格对比 43

第四节 中国木炭进出口主要来源地及出口目的地 43

第七章 2011年中国木炭产品市场竞争格局分析 44

第一节 2011年中国木炭产品竞争现状分析 44

一、木炭产品竞争力分析 44

二、木炭产品品牌竞争格局分析 44

三、木炭产品价格竞争分析 44

第二节 2011年中国木炭产品集中度分析 44

一、木炭市场集中度分析 44

二、木炭区域集中度分析 45

第三节 2011年中国木炭产品提升竞争力策略分析 45

第八章 2011年中国木炭行业标杆企业关键性财务数据研究 47

第一节 江西永康实业有限公司 47

一、公司基本概述 47

二、公司主要经营数据指标分析 47

三、公司竞争力分析 49

四、公司发展战略分析 50

第二节 新乡市金湖化工有限公司 50

一、公司基本概述 50

二、公司主要经营数据指标分析 50

三、公司竞争力分析 52

四、公司发展战略分析 52

第三节 平原县新奥再生炭业有限公司 52

一、公司基本概述 52

二、公司主要经营数据指标分析 53

三、公司竞争力分析 54

四、公司发展战略分析 55

第四节 平原县东方炭业有限公司 55

一、公司基本概述 55

二、公司主要经营数据指标分析 55

三、公司竞争力分析 57

四、公司发展战略分析 58

第五节 桦甸市嘉合农副产品加工有限责任公司 58

一、公司基本概述 58

二、公司主要经营数据指标分析 58

三、公司竞争力分析 60

四、公司发展战略分析 60

第六节 安徽建宏竹木炭业有限公司 61

一、公司基本概述 61

二、公司主要经营数据指标分析 61

三、公司竞争力分析 62

四、公司发展战略分析 63

第七节 丰县富民炭业加工厂 63

一、公司基本概述 63

二、公司主要经营数据指标分析 63

三、公司竞争力分析 65

四、公司发展战略分析 66

第八节 钟祥市圣火炭业有限责任公司 66

一、公司基本概述 66

二、公司主要经营数据指标分析 66

三、公司竞争力分析 68

四、公司发展战略分析 68

第九节 上饶市精鑫炭业有限公司 69

一、公司基本概述 69

二、公司主要经营数据指标分析 69

三、公司竞争力分析 71

四、公司发展战略分析 71

第十节 杭州新安炭业有限公司 71

一、公司基本概述 71

二、公司主要经营数据指标分析 72

三、公司竞争力分析 73

四、公司发展战略分析 74

第九章 2011年中国林产化学产品产业运行形势分析 75

第一节 2011年中国林产化学产品产业运行概述 75

一、我国的自然条件和森林资源状况 75

二、我国的林产化学工业原料资源 79

三、中国主要林产化学产品产量回顾 83

第二节 2011年中国林产化学工业市场动态分析 84

一、我国林业化学工业产品整体供需分析 84

二、林产化学产品进出口贸易壁垒分析 84

三、影响中国林产化学产品发展的因素分析 85

第三节 2011年中国林产化学产品产业发展建议探讨 85

第十章 2011年中国林业运行新形势透析 87

第一节 2011年中国林业概况分析 87

一、中国森林覆盖情况分析 87

二、人工林面积保持世界首位 87

三、中国人均森林面积同世界人均占有量同比分析 88

第二节 2011年中国林业建设新进展分析 88

一、2011年全国造林面积完成情况 88

二、2011年造林任务完成情况 89

三、我国森林可持续经营试验示范建设取得阶段性成果 89

第三节 2011年中国林业建设重点工程分析 91

一、天然林资源保护工程 91

二、退耕还林工程 92

三、京津风沙源治理工程 93

四、三北及长江流域等防护林体系建设工程 94

五、野生动植物保护及自然保护区建设工程 95

六、湿地保护与恢复工程 95

七、石漠化综合治理工程 95

八、重点地区速生丰产用材林基地建设工程 96

九、林业新增中央投资项目实施情况 97

十、国家投23亿多元改造林业棚户区 100

第四节 2011年中国林业改革分析 101

一、集体林权制度改革不断推进 101

二、应从战略高度推进林业改革 105

三、关于做好集体林权制度改革与林业发展金融服务工作的指导意见 106

第十一章 2012-2016年中国木炭行业投资机会与风险分析 112

第一节 2012-2016年中国木炭行业投资环境分析 112

第二节 2012-2016年中国木炭行业投资机会分析 112

一、规模的发展及投资需求分析 112

二、总体经济效益判断 113

三、与产业政策调整相关的投资机会分析 113

第三节 2012-2016年中国木炭行业投资风险分析 113

一、市场竞争风险 113

二、原材料压力风险分析 114

三、技术风险分析 114

四、政策和体制风险 114

五、外资进入现状及对未来市场的威胁 114

第四节 专家建议 115

第十二章 2012-2016年中国木炭行业发展前景预测分析 117

第一节 2012-2016年中国木炭行业发展趋势分析 117

一、中国木炭行业技术开发方向 117

二、木炭行业竞争格局预测 117

三、林产化学产品制造业预测分析 117

第二节 2012-2016年中国木炭行业市场预测分析 119

一、木炭行业供给预测 119

二、木炭行业需求预测 119

三、木炭进出口预测分析 120

第三节 2012-2016年中国木炭行业盈利能力预测分析 120

通过《2012-2016年木炭市场运营态势及战略咨询研究报告》，生产企业及投资机构将充分

了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/213665.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。