



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国硅肥市场运行 态势及投资策略报告

## 一、调研说明

《2015-2020年中国硅肥市场运行态势及投资策略报告》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/253730.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

第一章 硅肥行业定义	10
第一节 行业定义、基本概念	10
第二节 行业分类	10
第三节 使用方法	11
第四节 硅肥的十大作用机理	12
第五节 硅肥行业发展分析	13
一、国内外硅肥发展概况	13
二、硅肥的性质和质量	15
三、硅肥施用和效果	16
四、硅肥的增产机理	16
五、硅肥在农业中的发展	17
六、开发含硅肥料的效益分析	18
七、硅肥推广建议	18
第二章 2015-2020年中国硅肥外部发展环境展望	19
第一节 中国宏观经济历史运行情况	19
一、GDP历史变动轨迹	19
二、固定资产投资历史变动轨迹	20
三、进出口贸易历史变动轨迹	20
第二节 2015-2020年中国宏观经济发展环境展望	22
第三节 金融危机对硅肥行业的影响	25
一、金融危机对我国经济的影响分析	25
二、金融危机对硅肥行业的影响	26
第三章 硅肥行业发展的政策环境分析	27
第一节 产业政策分析	27
第二节 相关产业政策分析	30
第四章 2015-2020年中国硅肥企业PEST（环境）分析	35
第一节 经济环境分析	35
第二节 政策环境分析	36

### 第三节 社会环境分析 37

### 第四节 技术环境分析 38

## 第五章 硅肥的生产工艺及技术进展 38

### 第一节 硅肥主要生产方法 38

### 第二节 硅肥工艺技术进展和发展趋势 39

## 第六章 国内外企业比较分析 40

### 第一节 中外企业优劣势比较分析 40

### 第二节 技术对比分析 41

### 第三节 经营策略对比分析 42

### 第四节 发展战略对比分析 42

### 第五节 发展趋势对比分析 43

### 第六节 经营方式比较 43

### 第七节 国际化战略布局比较 44

#### 一、国外企业国际化战略布局特点 44

#### 二、国内企业国际化战略布局特点 44

## 第七章 国内硅肥生产现状分析 44

### 第一节 硅肥行业总体规模 44

### 第二节 硅肥产能概况 45

### 第三节 硅肥产量概况 46

#### 一、产量变动 46

#### 二、产能配置与产能利用率调查 47

### 第四节 硅肥产业的生命周期分析 47

## 第八章 硅肥销售市场分析 48

### 第一节 硅肥国内营销模式分析 49

### 第二节 硅肥国内分销商形态分析 52

### 第三节 硅肥国内销售渠道分析 53

### 第四节 硅肥行业国际化营销模式分析 57

### 第五节 硅肥重点销售区域分析 57

## 第六节 硅肥行业的销售策略分析 59

### 一、销售方式 59

### 二、销售途径 59

## 第九章 2014年中国硅肥市场供需调查分析 59

### 第一节2014年中国硅肥市场供给分析 59

#### 一、产品市场供给 59

#### 二、价格供给 60

#### 三、渠道供给 60

### 第二节2014年中国硅肥市场需求分析 61

#### 一、产品市场需求 61

#### 二、价格需求 62

#### 三、渠道需求 62

#### 四、购买需求 64

### 第三节2014年中国硅肥市场特征分析 64

#### 一、2014年中国硅肥产品特征分析 64

#### 二、2014年中国硅肥价格特征分析 65

#### 三、2014年中国硅肥渠道特征 66

#### 四、2014年中国硅肥购买特征 67

## 第十章 硅肥产品市场价格分析 68

### 第一节 价格消费特征分析 68

### 第二节 我国硅肥行业历史价格走势分析 69

### 第三节 价格与成本的关系并不密切 70

### 第四节 如何分析竞争对手的价格策略 70

### 第五节 价格仍将在竞争中占重要地位 71

### 第六节 低价策略与品牌战略 73

### 第七节2015-2020年硅肥行业价格走势预测 74

## 第十一章 硅肥产品用户分析 75

### 第一节 用户认知程度 75

### 第二节 用户关注的因素 76

- 一、用户对硅肥产品不同功能各有需求 76
- 二、用户普遍关注硅肥产品质量 76
- 三、价格与用户心理预期已比较接近 77
- 四、产品品牌与厂商偏好 78
- 第三节 其它特性 78

## 第十二章 中国硅肥市场竞争格局与厂商市场竞争力评价 78

- 第一节 竞争格局分析 78
- 第二节 主力厂商市场竞争力评价 79
  - 一、产品（品牌）竞争力 79
  - 二、价格竞争力 80
  - 三、销售竞争力 81
  - 四、服务竞争力 81

## 第十三章 硅肥行业进出口市场分析 82

- 第一节 亚洲、欧盟、北美自由贸易区 82
- 第二节 进口分析 83
  - 一、进口量分析 83
  - 二、进口来源地分析 83
- 第三节 出口分析 84
  - 一、出口量分析 84
  - 二、出口目的地分析 85
- 第四节 进出口预测 86
  - 一、进口预测 86
  - 二、出口预测 86

## 第十四章 2014年硅肥企业主要竞争对手分析 87

- 第一节 山西富邦肥业有限公司 87
  - 一、企业简介 87
  - 二、资产负债分析 88
  - 三、经营状况分析 88
  - 四、企业经营策略和发展战略分析 89

## 五、企业竞争力评价 89

### 第二节 河南省宏达硅肥有限公司 90

#### 一、企业简介 90

#### 二、资产负债分析 90

#### 三、经营状况分析 91

#### 四、企业经营策略和发展战略分析 91

#### 五、企业竞争力评价 92

### 第三节 山西省曲沃县瑞丰硅肥厂 93

#### 一、企业简介 93

#### 二、资产负债分析 93

#### 三、经营状况分析 94

#### 四、企业经营策略和发展战略分析 94

#### 五、企业竞争力评价 94

## 第十五章 中国硅肥企业上下游产业链发展情况及对企业的影响分析 95

### 第一节 产业链分析 95

### 第二节 2014中国硅肥企业上游企业发展及影响分析 96

#### 一、2014中国硅肥企业上游行业——煤炭 96

#### 二、对本企业产生的影响分析 100

### 第三节 2014中国硅肥企业下游企业发展及影响分析 100

#### 一、2014中国硅肥企业下游行业——农业 100

#### 二、对本企业产生的影响分析 105

### 第四节 其他相关企业发展分析 105

#### 一、钢铁行业 105

#### 二、水泥行业 107

## 第十六章 2015-2020年硅肥行业发展预测 108

### 第一节 生产预测 108

### 第二节 需求预测 109

### 第三节 市场竞争格局预测 110

## 第十七章 2015-2020年硅肥企业投资风险预警 110

第一节 政策和体制风险	110
第二节 宏观经济波动风险	111
第三节 市场风险	111
第四节 技术风险	112
第五节 原材料压力风险分析	113
第六节 市场竞争风险	113
第七节 外资进入现状及对未来市场的威胁	113
第八节 营销风险	114
第九节 相关企业风险	114
第十节 资金短缺风险	115
第十一节 经营风险分析	115
第十二节 管理风险分析	116
第十八章 2015-2020年硅肥产业投资机会及投资策略分析	117
第一节 2015-2020年硅肥企业区域投资机会	117
第二节 2015-2020年硅肥企业出口市场投资机会	117
第三节 2015-2020年中国硅肥企业投资策略分析	118
一、产品定位策略	118
二、产品开发策略	118
三、渠道销售策略	119
四、品牌经营策略	120
五、服务策略	121
第十九章 国内外知名企业发展经验借鉴	122
第一节 国内外知名企业对比分析	122
一、国外企业优势	122
二、国外企业劣势	122
三、国内企业优势	122
四、国内企业劣势	122
第二节 国内知名企业发展经验的借鉴	123
第三节 国外知名企业发展经验的借鉴	123
第四节 营销模式建议	124

## 第二十章 企业观点综述及专家建议 124

### 第一节 企业观点综述 124

### 第二节 专家投资建议 127

#### 图表目录：

图表：我国硅肥的主要成份和有效硅含量（%） 15

图表：2009-2014年国内生产总值 19

图表：2009-2014年全社会固定资产投资 20

图表：2014年货物进出口总额及其增长速度 单位：亿美元 21

图表：2009-2014年货物进出口总额 21

图表：金融危机对我国经济的影响 26

图表：金融危机对硅肥行业的影响 27

图表：硅肥行业与宏观经济的关系 36

图表：硅肥行业发展的政策环境 37

图表：我国硅肥行业发展的社会环境 37

图表：2015-2020年年我国硅肥技术开发方向 39

图表：2009-2014年我国硅肥市场规模对比对比 45

图表：2009-2014年我国硅肥行业产能统计 45

图表：2009-2014年我国硅肥产量及其增速 46

图表：2009-2014年我国硅肥开工率走势图 47

图表：产业生命周期曲线图 47

图表：硅肥行业所处生命周期分析 48

图表：我国分销供应链的多元化 52

图表：2014年我国硅肥产品销售渠道走势预测 56

图表：我国硅肥需求分布 58

图表：2014年我国硅肥产品市场供给比例分析 60

图表：2014年1-11月份我国硅肥主要供给渠道 61

图表：2009-2014年我国硅肥需求量走势 61

图表：2015-2020年我国硅肥销售渠道变化及预测图 63

图表：2015-2020年影响硅肥购买需求因素关系 64

图表：2014年第四季度我国硅肥主要销售渠道调查 66

图表：用户购买硅肥信息获取渠道 67

图表：用户购买硅肥考虑的主要因素	67
图表：2014年中国硅肥行业市场不同因素的价格影响力对比	69
图表：2009-2014年我国硅肥产品价格走势	69
图表：硅肥品牌的认知手段	75
图表：用户关注硅肥产品的主要因素	76
图表：2014年硅肥企业市场份额	78
图表：我国硅肥主力企业产品竞争力调查	79
图表：我国硅肥前5大品牌产品竞争力比较	80
图表：硅肥主力企业价格竞争力调查	80
图表：我国硅肥前5大品牌价格竞争力比较	80
图表：我国硅肥主力企业销售竞争力调查	81
图表：我国硅肥前5大品牌销售竞争力比较	81
图表：我国硅肥主力企业服务竞争力调查	81
图表：我国硅肥前5大品牌服务竞争力比较	82
图表：2009-2014年我国硅肥产品进口情况走势分析	83
图表：2014年1-11月我国硅肥进口总额分国别/地区分析	84
图表：2009-2014年我国硅肥出口量及同比增长速度分析	84
图表：2014年我国硅肥出口金额分国别/地区构成情况	85
图表：2010&mdash;2014年我国硅肥进口量预测图	86
图表：2010&mdash;2014年我国硅肥出口量预测图	86
图表：山西富邦肥业有限公司2014年资产负债结构	88
图表：山西富邦肥业有限公司2014年营业收入及利润统计表	88
图表：山西富邦肥业有限公司发展战略	89
图表：山西富邦肥业有限公司竞争力表现	89
图表：河南省宏达硅肥有限公司2014年资产负债结构	91
图表：河南省宏达硅肥有限公司2014年营业收入及利润统计表	91
图表：河南省宏达硅肥有限公司争力指标评价	92
图表：山西省曲沃县瑞丰硅肥厂2014年资产负债结构	93
图表：山西省曲沃县瑞丰硅肥厂2014年营业收入及利润统计表	94
图表：山西省曲沃县瑞丰硅肥厂竞争力表现	94
图表：硅肥的产业链结构图	95
图表：2014年全国煤矿生产情况：	96

图表：2014年铁路日均装车情况：	97
图表：2014年煤炭出口情况	97
图表：2014年11月份全国及四家出口公司煤炭出口统计表（单位：万吨、%）	98
图表：2014年直供电厂耗煤情况	98
图表：2014年主要煤炭中转港口煤炭中转情况	99
图表：上游产业对硅肥行业的影响	100
图表：2009-2014年我国粮食产量对比	103
图表：下游产业对硅肥行业的影响	105
图表：2014年1-11月钢铁分产品产量和增速	106
图表：2009-2014年水泥产量与增速（累计）	107
图表2009-2014年水泥产量与增速（累计、分地区）	107
图表：2010&mdash;2014年硅肥产量预测	108
图表：2010&mdash;2014年我国硅肥需求量预测	109
图表：2015-2020年GDP走势预测	111
图表：我国硅肥渠道模式	119
图表：金融危机下硅肥企业成本控制策略	124
图表：硅肥企业竞价时考虑的主要因素：	125
图表：金融危机下硅肥企业竞争策略	126
图表：金融危机下硅肥企业的并购重组策略	126

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/253730.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](http://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专业提供投资咨询报告、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。