



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008-2010年中国工业气体行业 发展与投资预测报告

# 一、调研说明

《2008-2010年中国工业气体行业发展与投资预测报告》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/49670.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

2007年全球工业气体市场快速扩增，主要工业气体公司的平均销售收入以5%~6%/年的速度增长，2007年全球工业气体市场规模达554亿美元。2007年亚洲工业气体市场的增速达到两位数，成为全球市场扩增的引领者；北美地区的增速则将略微低于历史平均水平。

近年来，我国经济的迅猛发展，作为国民经济基础工业的三大要素之一的工业气体行业，为我国国民经济的高速发展提供了重要保证。中国的工业气体市场被视为世界上最有活力的市场，2000年后进入快速发展阶段，2003~2005年，中国气体工业产值年均增长65%，而全球平均年增长率为12%，2007年工业气体总产值在500亿，且需求量将以每年10%的速度递增，预计2016年总产值达1000亿。庞大的市场需求为气体行业带来新的发展空间。

从中国工业气体市场的构成来看，基本上分为两大块：自产气体和外购气体。500亿元的工业气体市场中，自产气体达到了53%，而外购气体市场这块，外企占到35%。自上世纪90年代起，除AGA公司外，其他六家气体公司都大举进入中国，在中国建立合资、独资气体企业90多家，投资金额已达10多亿美元。外国气体公司的进入，虽然冲击了中国气体市场，但是也推动了中国气体工业的发展。

对于工业气体生产商而言，未来最大的增长机会将来自于氢气市场，特别是应用于能源和健康护理品行业的氢气需求更将强劲增长，尤其是向炼油厂供应氢气。

日趋严格的环境法规要求燃料含硫量不断降低，随着炼油厂采用加氢技术处理重质原油增多，对氢气的需求正在迅速增长。锦秋财智咨询统计显示，全球炼油厂对氢气需求的年增长率达20%，氧气市场的需求则会继续下降，特别是美国钢铁工业对氧气的需求将明显下降。

### 【 目录 】

#### 第一章 工业气体行业概述 1

##### 第一节 行业界定及在国民经济中的重要地位 1

一、	行业界定及分类	1
二、	工业气体行业在国民经济中的重要地位	5
第二节 工业气体的主要产品		7
一、	氢气	7
二、	氧气	8
三、	氮气	10
四、	二氧化碳	11
五、	氩气	15
六、	氦气	16
七、	乙炔	17
八、	其他气体及特殊气体	17
第三节 工业气体行业特征		18
一、	市场就近性	18
二、	准入门槛低	18
三、	运输安全性要求高	18
第二章 全球工业气体行业发展环境及概况		20
第一节 国际工业气体市场的发展环境分析		20
一、	政策环境	20
二、	经济环境	20
三、	技术环境	22
第二节 国际工业气体市场的现状		23
一、	国际市场现状分析	23
二、	主要国家发展状况	24
第三节 国际工业气体市场发展动态		26
一、	行业发展趋势分析	26
二、	国际市场重要动态	27
第三章 中国工业气体行业发展概况		29
第一节 中国工业气体行业发展环境		29
一、	经济环境	29
二、	政策环境	32

三、	技术环境	33
第二节	中国工业气体行业发展现状	34
一、	现阶段行业总体发展状况及特点	34
二、	国内工业气体制造业的发展趋势	34
三、	中国工业气体行业发展的方向	35
第三节	我国工业气体行业发展面临的问题及发展对策	35
一、	中国工业气体行业发展面临的挑战和不足	35
二、	中国工业气体行业发展的对策	37
第四节	主要国家工业气体行业发展的经验借鉴	38
第四章	2007年中国工业气体行业经济运行现状分析	40
第一节	行业运行主要经济数据统计	40
一、	行业经济状况	40
二、	行业成本分析	41
三、	行业资本运营状况	42
四、	行业经营效益分析	44
第二节	与主要国家行业经济运营对比分析	45
第五章	供给分析	47
第一节	供给平面分析	47
一、	近年整体生产能力分析	47
二、	产量产值分布特征及变化	48
三、	产业集群分析	48
第二节	供给影响因素分析	49
一、	新技术研发状况	49
二、	投入-产出分析	50
三、	近年产销率分析	50
第六章	需求分析	51
第一节	市场需求总量分析	51
一、	世界工业气体需求状况	51
二、	中国工业气体市场需求状况	52

### 三、 下游行业对工业气体的需求分析 54

#### 第二节 当前市场需求结构 55

##### 一、 主要用户行业分布 55

##### 二、 主要用户地域分析 57

##### 三、 主要购买者行为分析 58

#### 第三节 进出口贸易分析 58

##### 一、 工业气体进口分析 58

###### （一） 进口种类、进口量、进口金额和进口单价分析 58

###### （二） 进口来源地分析 59

##### 二、 工业气体出口分析 60

###### （一） 出口种类、出口量、出口金额和出口单价分析 60

###### （二） 出口目的地分析 61

##### 三、 工业气体进出口对比分析 61

#### 第四节 需求影响因素分析 62

### 第七章 工业气体储运方式及供应模式分析 63

#### 第一节 工业气体储运方式分析 63

#### 第二节 工业气体供应模式分析 64

##### 一、 钢瓶气体供应模式及市场状况 64

##### 二、 液态气体供应模式及市场状况 65

##### 三、 现场制气供应模式及市场状况 65

###### （一） 深冷空分制氮 65

###### （二） 变压吸附制氮与氮气纯化装置相组合 65

###### （三） 膜分离空分制氮与氮纯化装置相组合 66

##### 四、 管道供气供应模式及市场状况 66

### 第八章 行业产业链分析 68

#### 第一节 空分设备行业发展状况及对工业气体行业的影响 68

#### 第二节 空分设备需求的特点和重点 69

#### 第三节 下游产业发展状况及对工业气体行业的影响 70

##### 一、 石油化工行业的发展状况及与工业气体行业的相关性分析 70

##### 二、 钢铁行业发展状况及与工业气体行业的相关性分析 72

三、	半导体产业发展状况及与工业气体行业的相关性分析	74
四、	玻璃行业发展状况及与工业气体行业的相关性分析	76
五、	食品与饮料行业发展状况及与工业气体行业的相关性分析	79
六、	医药与医疗行业发展状况及与工业气体行业的相关性分析	80
七、	其他行业发展状况及与工业气体行业的相关性分析	81

## 第九章 国际工业气体市场竞争格局 83

### 第一节 主要国家工业气体行业能力对比分析 83

### 第二节 主要国家工业气体行业国际战略分析 85

## 第十章 中国工业气体市场竞争格局 87

### 第一节 中国工业气体行业竞争概况 87

#### 一、 国际巨头加大投资力度 87

#### 二、 新进入者实力不容小觑 88

#### 三、 大量中小企业有待整合 88

### 第二节 我国工业气体行业不同供应模式市场竞争分析 88

#### 一、 钢瓶气体市场竞争状况 88

#### 二、 液态气体市场竞争状况 89

#### 三、 现场制气市场竞争状况 90

#### 四、 管道供气市场竞争状况 91

### 第三节 行业新进入者竞争力对比分析 91

### 第四节 行业潜在进入者分析 92

### 第五节 中小工业气体企业的生存与发展 92

## 第十一章 国内主要生产企业分析 95

### 第一节 中国石油化工股份有限公司 95

#### 一、 企业基本情况 95

#### 二、 企业运营状况 96

#### 三、 企业市场竞争力分析 97

#### 四、 企业发展远景 98

### 第二节 中国海洋石油总公司 98

#### 一、 企业基本情况 98

二、	企业运营状况	100
三、	企业发展远景	100
第三节	武汉钢铁集团氧气有限公司	101
一、	企业基本情况	101
二、	企业运营状况	102
三、	企业市场竞争力分析	103
四、	企业发展远景	104
第四节	广钢集团气体工业有限公司	105
一、	企业基本情况	105
二、	企业运营状况	106
三、	企业市场竞争力分析	107
四、	企业发展远景	107
第五节	唐钢气体有限公司	109
一、	企业基本情况	109
二、	企业运营状况	111
三、	企业市场竞争力分析	111
四、	企业发展远景	112
第六节	济南鲍德气体有限公司	112
一、	企业基本情况	112
二、	企业运营状况	112
三、	企业市场竞争力分析	113
四、	企业发展远景	113

## 第十二章 国内主要空分设备提供商 115

第一节	杭州杭氧股份有限公司	115
一、	企业基本情况	115
二、	企业运营状况	115
三、	企业市场竞争力分析	116
四、	企业发展远景	116
第二节	川空分设备（集团）有限责任公司	117
一、	企业基本情况	117
二、	企业运营状况	119



三、	企业市场竞争力分析	119
四、	企业发展远景	120
第三节	开封空分集团有限公司（永煤集团控股）	121
一、	企业基本情况	121
二、	企业运营状况	121
三、	企业市场竞争力分析	123
四、	企业发展远景	125
第四节	苏州制氧机有限责任公司	125
一、	企业基本情况	125
二、	企业运营状况	126
三、	企业市场竞争力分析	126
四、	企业发展远景	126
第五节	杭州福斯达气体设备有限公司	127
一、	企业基本情况	127
二、	企业运营状况	127
三、	企业市场竞争力分析	128
四、	企业发展远景	128

### 第十三章 外资竞争主体分析 129

第一节	林德（Linde Group）	129
一、	企业基本情况	129
二、	企业运营状况	130
三、	在华投资状况	131
四、	企业市场竞争力分析	133
五、	企业发展远景	133
第二节	法国液化空气集团（Air Liquide）	133
一、	企业基本情况	133
二、	企业运营状况	134
三、	在华投资状况	135
四、	企业市场竞争力分析	136
五、	企业发展远景	137
第三节	美国普莱克斯公司(Praxair)	137

一、	企业基本情况	137
二、	企业运营状况	138
三、	在华投资状况	139
四、	企业市场竞争力分析	140
五、	企业发展远景	141
第四节	美国空气化工产品公司 (AIR PRODUCT)	141
一、	企业基本情况	141
二、	企业运营状况	141
三、	在华投资状况	142
四、	企业市场竞争力分析	144
五、	企业发展远景	144
第五节	梅塞尔集团 (MESSER GROUP)	145
一、	企业基本情况	145
二、	企业运营状况	145
三、	在华投资状况	147
四、	企业市场竞争力分析	149
五、	企业发展远景	149
第六节	日本酸素株式会社 (Nippon Sanso Corporation)	149
一、	企业基本情况	149
二、	企业运营状况	150
三、	在华投资状况	150
四、	企业市场竞争力分析	151
五、	企业发展远景	151

#### 第十四章 行业发展趋势及展望 152

##### 第一节 世界工业气体行业发展趋势 152

- 一、 市场发展趋势 152
- 二、 技术开发方向 153

##### 第二节 中国工业气体行业发展趋势 153

- 一、 市场发展趋势 153
- 二、 技术开发方向 155
- 三、 竞争格局发展预测 156

## 第十五章 中国工业气体行业市场预测 157

### 第一节 行业需求预测 157

- 一、 工业气体行业消费趋势及市场容量定性预测 157
- 二、 工业气体行业供求与GDP的相关性及定量预测 157

### 第二节 空分设备市场预测 158

### 第三节 主要消费行业需求预测 159

- 一、 工业气体需求方向变动情况预测 159
- 二、 石油化工行业发展预测 159
- 三、 钢铁行业发展预测 161
- 四、 半导体产业发展预测 162
- 五、 玻璃行业发展预测 163
- 六、 食品与饮料行业发展预测 163
- 七、 医药与医疗行业发展预测 165

## 第十六章 2007-2010年中国工业气体行业运行能力预测 167

### 第一节 工业气体行业工业总产值预测 167

### 第二节 工业气体行业总资产预测 168

### 第三节 工业气体行业产品销售收入预测 168

### 第四节 工业气体行业利润预测 169

## 图表目录

图表 1：2006年全球工业气体主要生产企业经营情况 1

图表 1：工业气体行业界定 1

图表 2：工业气体按产品分类 2

图表 3：工业气体按化学性质分类 3

图表 4：工业气体按组份分类 4

图表 5：氧气主要应用领域 7

图表 6：2003-2007年中国氢气产量 7

图表 7：2003-2007年中国氧气产量 8

图表 8：氮气在各领域的应用 10

图表 9：2003-2007年中国氮气产量 11

图表 10：工业分离提纯二氧化碳方法	12
图表 11：2005-2007年我国二氧化碳产销量	12
图表 12：2005-2007年二氧化碳产量增长率	13
图表 13：我国二氧化碳产品结构	13
图表 14：二氧化碳气体应用领域	14
图表 15：2005-2007年二氧化碳各消费领域消费量	14
图表 16：2005-2007年二氧化碳各消费领域消费比例	15
图表 17：氮气的工业生产方法	16
图表 18：2002-2006年全球GDP增长率变动情况表	21
图表 19：世界工业气体产值情况表	23
图表 20：2003-2007年我国GDP及其增长率	29
图表 21：2003-2007年我国固定资产投资增长率	30
图表 22：2003-2007年中国进出口贸易情况统计	30
图表 23：2007年央行六次调整利率	31
图表 24：2007年央行十次调整存款准备金率	32
图表 25：世界一些知名工业气体企业市场策略情况表	38
图表 26：2003-2007年我国工业气体行业销售收入与业务成本	41
图表 27：2003-2007年我国工业气体行业毛利率	42
图表 28：2003-2007年我国工业气体行业利润	44
图表 29：2003-2007年我国工业气体行业销售利润率	45
图表 30：2003-2007年我国工业气体行业工业总产值	48
图表 31：2003-2007年中国工业气体行业产销率	50
图表 32：2003-2007年中国钢材产量	53
图表 33：1996-2007年我国主要化工产品产量	54
图表 34：1996-2007年我国玻璃和钢材产品产量	54
图表 35：我国石化行业工业气体消费结构	56
图表 36：2001-2007年我国钢铁冶炼行业氮气消耗量及其增长率	57
图表 37：我国工业气体地区产量分布	57
图表 38：2001-2007年中国工业气体进口量与进口金额	58
图表 39：2007年我国工业气体分地区进口	59
图表 40：2001-2007年我国工业气体出口数量及金额	60
图表 41：2007年我国工业气体分地区出口	61

图表 42：2007年我国工业气体出口退税率	61
图表 43：工业气体的主要运输和储存方式	64
图表 44：2007年上半年空分设备行业协会10家上报企业经营状况	68
图表 45：2007年1-8月石化行业部分子行业销售收入及利润总额	71
图表 46：2007年中国钢材产量居前十位的省市	72
图表 47：2007年中国各地区钢材生产情况	73
图表 48：2007年我国钢材产品结构	74
图表 49：1990-2007年世界半导体市场出货值变化图	74
图表 50：1991-2007年世界半导体市场出货值增长率变化图	75
图表 51：2007年全球半导体厂商排名	75
图表 52：2003-2007年11月中国玻璃及玻璃制品制造业销售收入	76
图表 53：2003-2007年中国玻璃及玻璃制品制造业工业总产值及其增长率	77
图表 54：2007年中国玻璃及玻璃制品行业各规模企业产值所占比重	77
图表 55：2004-2007年我国玻璃行业对工业氮气需求量	78
图表 56：2003-2007年11月食品与饮料制造业销售收入	79
图表 57：2003-2007年11月中国医药行业主要经济指标	80
图表 58：2003-2007年中国医药行业总产值	81
图表 59：2006年世界工业气体市场份额情况表	83
图表 60：2007年欧洲工业气体市场份额分布情况	84
图表 61：2007年我国工业气体市场份额比例情况	89
图表 62：瓶气及液态产品BCG分析图	90
图表 63：我国中小工业气体企业SWOT分析	93
图表 64：中国石化集团股份有限公司组织机构图	95
图表 65：中国石化集团与国外大型工业气体公司合作情况动态	96
图表 66：中国海油六大产业板块	99
图表 67：武钢氧气公司目前制氧装机能力	101
图表 68：武钢氧气公司工业气体产品	102
图表 69：武钢工业气体中长期发展规划	105
图表 70：广钢集团气体工业有限公司	106
图表 71：2007年广钢股份各工业气体公司经营绩效	106
图表 72：广钢集团旗下工业气体公司	108
图表 73：唐钢气体有限公司业务结构	109

图表 74：唐钢气体有限公司结构	110
图表 75：济南鲍德气体公司纳税情况排名	113
图表 76：杭州杭氧股份有限公司质量保证体系图	116
图表 77：杭州杭氧股份有限公司的发展情况	117
图表 78：四川空分设备有限公司2006年机构图	118
图表 79：开封空分集团公司2005-2006年签订的合约情况	122
图表 80：开封空分集团国内市场分布图	123
图表 81：开封空分集团国外市场分布图	123
图表 82：林德、比欧西中国投资企业	129
图表 83：林德公司工业气体经营业绩	130
图表 84：2008年以来林德公司的投资动态	132
图表 85：法液空主要业务线	134
图表 86：法液空中国企业分布	136
图表 87：2005-2007年普莱克斯销售收入	138
图表 88：普莱克斯工业气体产品	138
图表 89：普莱克斯中国主要独资合资企业	140
图表 90：空气化工产品公司中国公司分布	143
图表 91：梅塞尔员工组成	145
图表 92：2006年梅塞尔各地区销售收入（百万欧元）	145
图表 93：2006年梅塞尔各地区销售收入增长率	146
图表 94：2006年梅塞尔世界各地业务收入比例	146
图表 95：梅塞尔中国企业分布	148
图表 96：梅塞尔中国大事记	148
图表 97：日酸株式会社的发展历程	150
图表 98：工业气体下游行业细分市场发展趋势	154
图表 99：2003-2007年我国工业气体产值增长率与GDP增长率	157
图表 100：工业气体行业产值增长率与GDP增长率回归分析	157
图表 101：工业气体行业产值增长率与GDP增长率回归分析	157
图表 102：2008-2010年我国石化行业氧气需求量预测（一）	161
图表 103：2008-2010年我国氧气需求量预测（二）	161
图表 104：2003-2006年我国钢铁产量	161
图表 105：2008-2010年我国钢铁行业氧气消费量预测（一）	162

图表 106：2008-2010年我国钢铁行业工业氧气消费需求预测（二） 162

图表 107：我国药品消费结构 166

图表 108：2010年基础用药和专科用药消费相对2007年增加值（单位：亿元） 166

图表 109：我国工业气体行业工业产值预测图 167

图表 110：2008-2012年我国工业气体行业资产规模预测表 168

图表 111：我国工业气体行业产品销售收入预测表 168

图表 112：2008-2012年我国工业气体利润情况预测表 169

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/49670.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。