

中国钨矿市场发展现状与盈利空间研究报告（2014-2019）

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《中国钨矿市场发展现状与盈利空间研究报告（2014-2019）》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/yousejinshu/187443187443.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

钪矿是提取钪（Sc）金属的矿产。钪的性质与稀土相似，也有将其划为稀土金属矿产。钪的化学性质活泼，能与多种元素化合，在空气中易被氧化而变色。钪金属具有比重小（几乎与铝相同）、熔点较高的特点。氮化钪（ScN）的熔点为2900，并具有高导电率的特性，在电子工业中广泛应用，也用于电光源、光谱分析等方面。钪钠灯与高压汞灯相比，具有光效高、光色正等优点，多用于拍摄电影和广场照明。在冶金工业中，钪可做镍铬合金的附加剂，用于生产抗高温耐热合金。

多年来，我国金属钪的国内外销售市场变化较大。20世纪70~90年代，我国钪产品主要以出口为主。2000年以来，由于俄罗斯大量生产钪产品，并降价出口，给我国出口市场带来极大的冲击，导致国外市场突然萎缩，这也造成我国一些生产厂家关闭或停产。目前，我国钪产品主要以内销为主，出口量极少。近几年，由于我国对生产钪钠灯的电光源材料需求的增加，以及对含Sc的Al—Sc合金研发的拓展，增进了对金属钪的用量。由于提炼以及深加工水平与国外存在较大的差距，目前我国钪矿产品开发利用水平相对较低，与发达国家存在一定的差距，初级产品依靠价格优势出口支海外市场。

据统计，西方国家的钪产品消费结构是：电光源材料占50%，激光材料占20%，Al-Sc合金材料占10%，超导及其它材料占20%。

我国的消费结构为：电光源材料占18%，激光材料占9%，Al-Sc合金材料占58%，超导及其它材料占15%。我国的消费结构与西方国家相比有明显不同。

除了拓展已有的电光源材料、激光材料和Al-Sc合金等的用量外，更要加强对新材料、军工材料和民用材料等方面创新研究，以更快获得新成果并转化为工业应用的生产力，才能更有效地迅速扩大国内用量。如对Al-Sc合金新组成和新配方的研制，加快新型合金系列的研究及在航空、船舶、汽车工业的新应用。同时，对于钪在核能、电子和超导等领域的应用研究也要加快进行。

中国报告网发布的《中国钪矿市场发展现状与盈利空间研究报告（2014-2019）》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、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研究分析。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。

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。

第一章 钨矿概述 1

第一节 钨矿定义 1

第二节 钨矿行业发展历程 2

第三节 钨矿分类情况 5

第四节 钨矿产业链分析 5

一、产业链模型介绍 5

二、钨矿产业链模型分析 7

第二章 钨矿发展环境及政策分析 9

第一节 中国经济发展环境分析 9

一、中国宏观经济走势分析 9

二、中国宏观经济趋势预测 10

第二节 行业相关政策、法规、标准 10

第三章 中国钨矿生产现状分析 33

第一节 钨矿行业总体规模 33

第二节 钨矿产能概况 34

一、2011-2013年产能分析 34

二、2014-2019年产能预测 34

第三节 钨矿产量概况 35

一、2011-2013年产量分析 35

二、产能配置与产能利用率调查 35

三、2014-2019年产量预测 36

第四节 钨矿产业的生命周期分析 37

第五节 钨矿产业供需情况 38

第四章 钨矿国内产品价格走势及影响因素分析 40

第一节 国内产品2008-2013年价格回顾 40

第二节 国内产品当前市场价格及评述 40

第三节 国内产品价格影响因素分析 42

第四节 2014-2019年国内产品未来价格走势预测 42

第五章 2014-2019年中国钨矿行业总体发展状况 43

第一节 中国钨矿行业规模情况分析 43

一、行业单位规模情况分析 43

- 二、行业人员规模状况分析 43
- 三、行业资产规模状况分析 43
- 四、行业市场规模状况分析 44
- 五、行业敏感性分析 44
- 第二节 中国钨矿行业产销情况分析 44
 - 一、行业生产情况分析 44
 - 二、行业销售情况分析 45
 - 三、行业产销情况分析 45
- 第三节 中国钨矿行业财务能力分析 45
 - 一、行业盈利能力分析与预测 45
 - 二、行业偿债能力分析与预测 46
 - 三、行业营运能力分析与预测 46
 - 四、行业发展能力分析与预测 46

- 第六章 2012年中国钨矿行业发展概况 48
 - 第一节 2012年中国钨矿行业发展态势分析 48
 - 第二节 2012年中国钨矿行业发展特点分析 48
 - 第三节 2012年中国钨矿行业市场供需分析 49

- 第七章 钨矿行业市场竞争策略分析 50
 - 第一节 行业竞争结构分析 50
 - 一、现有企业间竞争 50
 - 二、潜在进入者分析 50
 - 三、替代品威胁分析 50
 - 四、供应商议价能力 51
 - 五、客户议价能力 51
 - 第二节 钨矿市场竞争策略分析 51
 - 一、钨矿市场增长潜力分析 51
 - 二、钨矿产品竞争策略分析 52
 - 三、典型企业产品竞争策略分析 52
 - 第三节 钨矿企业竞争策略分析 53
 - 一、2014-2019年我国钨矿市场竞争趋势 53
 - 二、2014-2019年钨矿行业竞争格局展望 53
 - 三、2014-2019年钨矿行业竞争策略分析 54

第八章 钨矿行业投资与发展前景分析 55

第一节 2013年上半年钨矿行业投资情况分析 55

- 一、2013年总体投资结构 55
- 二、2013年投资规模情况 55
- 三、2013年投资增速情况 55
- 四、2013年上半年分地区投资分析 56

第二节 钨矿行业投资机会分析 57

- 一、钨矿投资项目分析 57
- 二、可以投资的钨矿模式 57
- 三、2013年钨矿投资机会 58
- 四、2013年钨矿投资新方向 58

第三节 钨矿行业发展前景分析 58

- 一、“十二五”规划期钨矿市场的发展前景 58
- 二、2014年钨矿市场面临的发展商机 58

第九章 钨矿行业竞争格局分析 59

第一节 钨矿行业集中度分析 59

- 一、钨矿市场集中度分析 59
- 二、钨矿企业集中度分析 60
- 三、钨矿区域集中度分析 60

第二节 钨矿行业竞争格局分析 62

- 一、2013年钨矿行业竞争分析 62
- 二、2013年中外钨矿产品竞争分析 63
- 三、2011-2013年我国钨矿市场竞争分析 64
- 四、国内主要钨矿企业动向 64

第十章 钨矿上游原材料供应状况分析 66

第一节 主要原材料 66

第二节 2014-2019年主要原材料未来价格及供应情况预测 66

第十一章 钨矿产业用户度分析 69

第一节 钨矿产业用户认知程度 69

第二节 钨矿产业用户关注因素 69

- 一、功能 69
- 二、质量 69

- 三、价格 69
- 四、外观 69
- 五、服务 70

第十二章2014-2019年钽矿行业发展趋势及投资风险分析 71

第一节 当前钽矿存在的问题 71

第二节 钽矿未来发展预测分析 72

- 一、中国钽矿发展方向分析 72
- 二、2014-2019年中国钽矿行业发展规模 72
- 三、2014-2019年中国钽矿行业发展趋势预测 73

第三节 2014-2019年中国钽矿行业投资风险分析 73

- 一、市场竞争风险 73
- 二、原材料压力风险分析 74
- 三、技术风险分析 74
- 四、政策和体制风险 74
- 五、外资进入现状及对未来市场的威胁 75

第十三章 钽矿国内重点生产厂家分析 76

第一节 五矿发展股份有限公司 76

- 一、企业基本概况 76
- 二、公司主要财务指标分析 76
- 三、企业成本费用指标 81
- 四、企业未来发展战略与规划 81

第二节 广东广晟有色金属集团有限公司 81

- 一、企业基本概况 81
- 二、公司主要财务指标分析 82
- 三、企业成本费用指标 87
- 四、企业未来发展战略与规划 87

第三节 包钢稀土 88

- 一、企业基本概况 88
- 二、公司主要财务指标分析 88
- 三、企业成本费用指标 93
- 四、企业未来发展战略与规划 93

第四节 攀钢集团钢铁钒钛股份有限公司 94

- 一、企业基本概况 94

- 二、公司主要财务指标分析 95
- 三、企业成本费用指标 99
- 四、企业未来发展战略与规划 99
- 第五节 中国有色金属建设股份有限公司 100
 - 一、企业基本概况 100
 - 二、公司主要财务指标分析 101
 - 三、企业成本费用指标 105
 - 四、企业未来发展战略与规划 106

- 第十四章 钨矿地区销售分析 111
 - 第一节 中国钨矿区域市场结构变化分析 111
 - 第二节 东北地区市场分析 111
 - 一、2013年东北地区市场变化情况 111
 - 二、东北地区市场影响因素 111
 - 三、东北地区市场发展趋势 112
 - 第三节 华北地区市场分析 112
 - 一、2013年华北地区市场变化情况 112
 - 二、华北地区市场影响因素 112
 - 三、华北地区市场发展趋势 113
 - 第四节 中南地区市场分析 113
 - 一、2013年中南地区市场变化情况 113
 - 二、中南地区市场影响因素 113
 - 三、中南地区市场发展趋势 114
 - 第五节 华东地区市场分析 114
 - 一、2013年华东地区市场变化情况 114
 - 二、华东地区市场影响因素 114
 - 三、华东地区市场发展趋势 115
 - 第六节 西北地区市场分析 115
 - 一、2013年西北地区市场变化情况 115
 - 二、西北地区市场影响因素 115
 - 三、西北地区市场发展趋势 116

- 第十五章 钨矿产品竞争力优势分析 117
 - 一、整体产品竞争力评价 117
 - 二、整体产品竞争力评价结果分析 117

三、竞争优势评价及构建建议 117

第十六章 业内专家观点与结论 119

一、钨矿行业发展前景预测 119

- 1、把握客户对产品需求动向 119
- 2、渠道发展变化预测 119
- 3、行业总体发展前景及市场机会分析 120

二、钨矿企业营销策略 120

- 1、价格策略 120
- 2、渠道建设与管理策略 120
- 3、促销策略 121
- 4、服务策略 121
- 5、品牌策略 122

三、钨矿企业投资策略 123

- 1、子行业投资策略 123
- 2、区域投资策略 123
- 3、产业链投资策略 124
- 4、生产策略 124
- 5、销售策略 126

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yousejinshu/187443187443.html>