

2012-2016年中国MTBE (甲基叔丁基醚) 市场评估与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2012-2016年中国MTBE（甲基叔丁基醚）市场评估与投资方向研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R02/R0206/201211/09-111773.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

在我国，改善空气质量的压力远远大于MTBE对水源的污染，且国内汽油储罐基本都是陆上储罐，只要做好防漏工作，基本不存在污染水源问题。由于国内汽车数量增长迅速，国际原油资源又日趋紧张，供需矛盾突出。国内在推广乙醇汽油的同时也继续在汽油里添加MTBE，通过添加MTBE提高辛烷值是目前提高我国汽油质量的最经济的手段。随着国内市场的进一步开发，预计未来几年将保持10%以上的速度增长。

中国产业研究报告网发布的《2012-2016年中国MTBE（甲基叔丁基醚）市场评估与投资方向研究报告》共十二章。首先介绍了世界MTBE工业运行形势、全球MTBE工业重点企业经营状况等，接着分析了中国MTBE行业市场发展环境，然后介绍了中国MTBE（甲基叔丁基醚）行业运营情况、中国MTBE行业竞争格局。随后，报告对中国MTBE（甲基叔丁基醚）行业重点企业做了企业经营状况分析，最后分析了中国MTBE（甲基叔丁基醚）行业发展趋势及投资前景。您若想对MTBE产业有个系统的了解或者想投资MTBE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 2011年世界MTBE工业运行形势分析 1

第一节 MTBE基本概述 1

一、MTBE物理性质 1

二、MTBE制备工艺 2

三、MTBE主要成分 3

第二节 2011年世界MTBE市场总体情况分析 4

一、世界MTBE工业发展史 4

二、国际MTBE技术研究情况 5

三、北美MTBE市场分析 6

四、欧洲MTBE市场分析 7

五、亚洲、中东及其他地区MTBE市场分析 8

第三节 乙醇替代MTBE的可行性 8

- 一、乙醇替代技术上是可行的 8
 - 二、乙醇替代经济上是可行的 10
 - 三、美国大力推广生物燃料乙醇 11
 - 四、美国禁用MTBE对我国启示 11
- 第四节 2012-2016年世界MTBE工业发展前景预测分析 12

第二章 2011年全球MTBE工业重点企业经营分析 14

第一节 LYONDELL CHEMICAL 14

- 一、公司基本情况 14
- 二、公司经营状况分析 14
- 三、公司竞争优势分析 15
- 四、公司国际化发展战略 16

第二节 SHELL 16

- 一、公司基本情况 16
- 二、公司在华发展分析 16
- 三、公司经营状况分析 17
- 四、公司竞争优势分析 18
- 五、公司国际化发展战略 18

第三节 SABIC 19

- 一、公司基本情况 19
- 二、公司经营状况分析 20
- 三、公司竞争优势分析 20
- 四、公司国际化发展战略 20

第四节 BP AMOCO 21

- 一、公司基本情况 21
- 二、公司经营状况分析 21
- 三、公司竞争优势分析 22
- 四、公司国际化发展战略 24

第五节 EXXONMOBIL CORPORATION 25

- 一、公司基本情况 25
- 二、公司在华发展分析 26
- 三、公司经营状况分析 26

四、公司竞争优势分析 27

五、公司国际化发展战略 28

第三章 2011年中国MTBE行业市场发展环境分析 29

第一节 2011中国宏观经济环境分析 29

一、2011年中国GDP增长情况分析 29

二、2011年中国工业经济发展形势分析 30

三、2011年中国全社会固定资产投资分析 31

四、2011年中国社会消费品零售总额分析 32

五、2011年中国城乡居民收入与消费分析 33

六、2011年中国对外贸易发展形势分析 35

第二节 2011年中国MTBE行业政策环境分析 35

一、进出口政策分析 35

二、产业政策分析 36

三、相关行业政策影响分析 36

第三节 2011年中国MTBE行业社会环境分析 38

一、人口环境分析 38

二、教育环境分析 39

三、科技环境分析 39

四、生态环境分析 40

五、中国城镇化率 41

第四章 2011年中国MTBE（甲基叔丁基醚）行业运营情况分析 42

第一节 2011年中国MTBE（甲基叔丁基醚）行业发展概况分析 42

一、中国MTBE（甲基叔丁基醚）行业生产情况 42

二、供给影响因素分析 43

三、中国MTBE（甲基叔丁基醚）相关技术研发情况分析 45

第二节 2011年中国MTBE（甲基叔丁基醚）行业市场格局分析 46

一、中国MTBE（甲基叔丁基醚）行业市场规模分析 46

二、市场规模影响因素分析 46

三、中国MTBE（甲基叔丁基醚）价格走势分析 47

第三节 2011年中国MTBE（甲基叔丁基醚）行业销售渠道分析 48

一、MTBE（甲基叔丁基醚）行业销售渠道结构	48
（一）MTBE（甲基叔丁基醚）行业主要销售渠道	48
（二）MTBE（甲基叔丁基醚）行业销售渠道特点分析	48
二、主要企业销售渠道构建策略	48
第五章 2010-2011年中国有机化学原料制造行业数据监测分析	50
第一节 2010-2011年中国有机化学原料制造行业发展分析	50
一、2010年中国有机化学原料制造行业发展概况	50
二、2011年中国有机化学原料制造行业发展概况	52
第二节 2010-2011年中国有机化学原料制造行业规模分析	53
一、企业数量增长分析	53
二、资产规模增长分析	54
三、销售规模增长分析	54
四、利润规模增长分析	55
第三节 2010-2011年中国有机化学原料制造行业结构分析	55
一、企业数量结构分析	55
二、资产规模结构分析	55
三、销售规模结构分析	56
四、利润规模结构分析	56
第四节 2010-2011年中国有机化学原料制造行业成本费用分析	57
一、销售成本分析	57
二、主要费用分析	57
第五节 2010-2011年中国有机化学原料制造行业运营效益分析	58
一、偿债能力分析	58
二、盈利能力分析	58
三、运营能力分析	59
第六节 2010-2011年中国有机化学原料制造行业集中度分析	59
一、资产集中度分析	59
二、销售集中度分析	61
三、利润集中度分析	62
第六章 2011年中国MTBE行业竞争格局分析	64

第一节 2011年中国MTBE行业集中度分析 64

一、MTBE市场集中度分析 64

二、MTBE生产企业分布分析 64

第二节 2011年中国MTBE行业竞争态势分析 65

一、MTBE产品技术竞争分析 65

二、MTBE市场价格竞争分析 66

三、MTBE生产成本竞争分析 67

第三节 2011年中国MTBE行业竞争策略分析 67

第七章 2011年中国MTBE（甲基叔丁基醚）行业重点企业关键性数据分析 69

第一节 中国石油天然气股份有限公司大连石化分公司 69

一、企业概况 69

二、企业主要经济指标分析 69

三、企业盈利能力分析 70

四、企业偿债能力分析 70

五、企业运营能力分析 71

第二节 中国石油股份有限公司吉林石化分公司 71

一、企业概况 71

二、企业主要经济指标分析 72

三、企业盈利能力分析 72

四、企业偿债能力分析 73

五、企业运营能力分析 73

第三节 中国石油天然气股份有限公司大庆炼化分公司 73

一、企业概况 73

二、企业主要经济指标分析 74

三、企业盈利能力分析 75

四、企业偿债能力分析 75

五、企业运营能力分析 75

第四节 中国石油兰州石油化工公司 76

一、企业概况 76

二、企业主要经济指标分析 77

三、企业盈利能力分析 77

四、企业偿债能力分析	78
五、企业运营能力分析	78
第五节 中国石油化工股份有限公司镇海炼化分公司	78
一、企业概况	78
二、企业主要经济指标分析	80
三、企业盈利能力分析	80
四、企业偿债能力分析	81
五、企业运营能力分析	81
第八章 2011年中国甲醇行业发展状况综述	82
第一节 2011年中国甲醇市场发展走势分析	82
一、2011年中国甲醇产能情况分析	82
二、2011年中国甲醇产量情况分析	82
三、2011年中国甲醇市场价格分析	83
四、2011年甲醇产业结构面临调整	84
五、甲醇期货上市将推动行业健康发展	86
第二节 2011年国内甲醇项目原料路线分析	88
一、天然气制甲醇项目建设情况分析	88
二、煤炭制甲醇项目建设情况分析	89
三、焦炉气制甲醇项目建设情况分析	93
第三节 2011年国内甲醇业与世界水平的差距浅析	94
一、生产成本	94
二、产品能耗	95
三、运输成本	95
四、投资模式	96
五、营销模式	96
第四节 2011年中国甲醇业发展面临机遇和挑战分析	97
一、中国甲醇业发展中存在的问题	97
二、中国甲醇市场面临双重挑战	97
三、国家政策支持日益明朗	98
四、甲醇下游发展空间巨大	99
第五节 2011年中国甲醇行业发展对策分析	101

一、未来甲醇发展方向分析	101
二、中国甲醇行业要建立损害预警机制	103
三、国内甲醇产业提高产业竞争力的对策	105
第九章 MTBE (甲基叔丁基醚) 行业产业链及下游行业分析	106
第一节 MTBE (甲基叔丁基醚) 行业产业链概述	106
第二节 2011年中国MTBE (甲基叔丁基醚) 行业下游行业分析	107
一、高标号汽油行业分析	107
二、丁基橡胶行业分析	107
三、甲基丙烯酸甲酯行业分析	108
四、聚异丁烯行业分析	109
第三节 MTBE (甲基叔丁基醚) 行业相关行业分析	110
第十章 2011年中国汽车工业运行新形势透析	111
第一节 2010-2011年中国汽车工业运行综述	111
一、中国汽车产业的发展阶段及特点	111
二、中国已成为世界最主要汽车大国之一	113
三、中国汽车产业国际化进程	113
四、中国汽车工业发展模式的选择	118
五、实行产业主导型模式的战略步骤	119
第二节 2011年中国汽车市场分析	121
一、2011年中国汽车产销情况分析	121
二、2011年中国汽车工业运行状况	122
三、2011年中国汽车进出口贸易情况	122
第三节 2011年汽车行业经济运行状况	123
一、2011年中国汽车行业发展概述	123
二、2011年中国汽车工业产值分析	124
三、2011年汽车行业销售收入分析	124
四、2011年汽车行业利润总额分析	125
第四节 2011年中国汽车分车型销售情况分析	126
一、2011年中国乘用车市场销售分析	126
(一) 2011年中国轿车销售情况	126

(二) 2011年中国SUV销售情况	128
(三) 2011年中国MPV销售情况	128
二、2011年中国商用车销售情况分析	129
(一) 2011年大中型客车销售情况	129
(二) 2011年小型客车销售情况	130
(三) 2011年重型卡车销售情况	130
(四) 2011年轻卡市场销售情况	131
(五) 2011年皮卡市场销售情况	133
第五节 2011年中国汽车保有量分析	134
一、2011年中国民用汽车保有量	134
二、2010年民用汽车的注册数量	135
三、2011年私人汽车拥有量分析	138
四、2010年公路营运汽车拥有量	138
第六节 2011年中国汽车产业面临的挑战及对策	139
一、中国汽车行业自身存在的缺陷	139
二、中国汽车工业面临人才紧缺难题	141
三、中国汽车工业发展的策略分析	142
四、提升中国汽车工业国际竞争力策略	144
五、“十二五”期间中国汽车产业发展方向	151
第十一章 2012-2016年中国MTBE (甲基叔丁基醚) 行业投资机会与风险分析	153
第一节 2012-2016年中国MTBE (甲基叔丁基醚) 行业投资机遇分析	153
一、MTBE (甲基叔丁基醚) 行业投资潜力分析	153
二、MTBE (甲基叔丁基醚) 行业竞争格局趋势分析	154
三、MTBE (甲基叔丁基醚) 行业投资机会总体评价	154
第二节 2012-2016年中国MTBE (甲基叔丁基醚) 行业投资前景预测	154
一、2012-2016年中国MTBE产量预测分析	154
二、2012-2016年中国MTBE消费预测分析	155
第三节 2012-2016年中国MTBE (甲基叔丁基醚) 行业投资风险分析	156
一、经济环境风险	156
二、政策风险	156
三、原材料风险	157

四、环境风险 157

第十二章 2012-2016年中国MTBE（甲基叔丁基醚）行业投资前景评价及投资建议 158

第一节 2012-2016年中国MTBE（甲基叔丁基醚）行业投资前景评价 158

第二节 2012-2016年中国MTBE（甲基叔丁基醚）行业投资建议分析 159

一、产品策略 159

二、价格策略 159

三、渠道策略 159

四、销售策略 160

通过《2012-2016年中国MTBE（甲基叔丁基醚）市场评估与投资方向研究报告》，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、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R02/R0206/201211/09-111773.html>