

2013-2017年中国LNG(液化天然气)冷能利用行业 市场分析与发展战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2017年中国LNG(液化天然气)冷能利用行业市场分析与发展战略咨询报告》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：<https://www.huaon.com/detail/131295.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

LNG是英语液化天然气的缩写。主要成分是甲烷。LNG无色、无味、无毒且无腐蚀性，其体积约为同量气态天然气体积的1/600，LNG的重量仅为同体积水的45%左右，热值为52 MMBtu/t（1MMBtu=2.52×10⁸cal）。

艾凯咨询集团发布的《2013-2017年中国LNG(液化天然气)冷能利用行业市场分析与发展战略咨询报告》共十章。首先介绍了中国LNG产业链成本分析及定价策略、中国液化天然气产业运行环境等，接着分析了中国LNG冷能利用基本背景资料，然后介绍了中国LNG冷能利用现状、中国LNG冷能利用关联产业发展。最后分析了中国LNG冷能利用趋势与液化天然气投资预测。您若想对LNG冷能利用有个系统的了解或者想投资LNG冷能利用，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。

第一章 2012年中国LNG产业链成本分析及定价策略

第一节 2012年LNG产业链各环节成本分析

一、LNG产业链各环节成本构成

1、LNG开采和净化、液化环节费用及其与国际市场FOB价格的关系

2、LNG的运输费用（增加海运成本的分析）

3、接收站和汽化、管输费用

二、利用冷能降低汽化成本

三、用湿气源LNG冷量分离轻烃降低下游供气成本

四、利用挥发的LNG做槽车燃料降低运输成本

第二节 2012年LNG下游用户的定价策略

一、联合循环电站用户

二、城市民（商）用燃气用户

三、规模化的城市/工业园区分布式能源系统用户

四、炼油石化等企业用户

五、车用燃料（LNG/CNG加气站）用户

六、槽车运输所拓展的卫星站用户

第三节 2012年LNG冷能分析

第二章 2012年国际LNG冷能利用与利用层次划分分析

第一节 2012年世界主要国家LNG冷能利用情况

一、日本

二、韩国、中国台湾及澳大利亚等

第二节 2012年LNG冷能利用层次分析

一、高技术附加值产业

二、低技术附加值产业

第三章 2012年中国液化天然气产业运行环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012年中国液化天然气产业政策环境分析

一、《能源标准化管理办法》

二、石油和天然气行业标准

三、中国液化天然气产业标准制定迫在眉睫

四、《中国能源发展“十一五”建设重点》

第三节 2012年中国液化天然气产业技术环境分析

第四章 2012年中国LNG冷能利用基本背景资料

第一节 LNG冷能利用基本情况

一、新型能源支柱LNG

二、三大石油公司较量LNG

三、LNG的政策瓶颈与资源瓶颈

四、天然气行业的竞争格局

第二节 LNG项目冷能利用领域

一、LNG冷能发电

二、LNG冷能冷冻食品及仓库

三、LNG冷能低温干燥与粉碎

四、LNG冷能液化二氧化碳

五、LNG冷能分离空气

第三节 中国LNG项目冷能综合利用

一、中国LNG冷能利用的测算

二、中国LNG冷能利用尚处于研究阶段

三、中国LNG接收终端规划分布

1、接收站地域分布

2、接收站规模分布

第四节 LNG冷能利用的原理及方法

一、利用LNG冷能的注意事项

1、利用过程的温度要求

2、用量的限制

3、工厂位置的限制

4、安全限制

5、间接利用的限制

二、利用LNG冷能的方法

1、直接利用法

2、间接利用开发

三、LNG汽车冷能回收

1、LNG冷藏运输车冷能回收

2、LNG汽车空调

第五章 2010-2012年中国石油和天然气开采行业数据监测分析

第一节 2010-2012年中国石油和天然气开采行业总体数据分析

一、2010年中国石油和天然气开采行业全部企业数据分析

二、2011年中国石油和天然气开采行业全部企业数据分析

三、2012年中国石油和天然气开采行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国石油和天然气开采行业不同规模企业数据分析

一、2010年中国石油和天然气开采行业不同规模企业数据分析

二、2011年中国石油和天然气开采行业不同规模企业数据分析

三、2012年中国石油和天然气开采行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国石油和天然气开采行业不同所有制企业数据分析

一、2010年中国石油和天然气开采行业不同所有制企业数据分析

二、2011年中国石油和天然气开采行业不同所有制企业数据分析

三、2012年中国石油和天然气开采行业不同所有制企业数据分析

第六章 2010-2012年中国天然气产量数据统计分析

第一节 2010-2011年中国天然气产量数据分析

一、2010-2011年天然气产量数据分析

二、2010-2011年天然气重点省市数据分析

第二节 2012年中国天然气产量数据分析

一、2012年全国天然气产量数据分析

二、2012年天然气重点省市数据分析

第三节 2012年中国天然气产量增长性分析

一、产量增长

二、集中度变化

第七章 2012年中国LNG冷能利用现状分析

第一节 发展LNG已是大势所趋

第二节 中国LNG发展正在起步

第三节 LNG冷能利用仍待加温

第四节 中国实施首个LNG冷能利用空分项目

第五节 LNG冷能的利用技术填补中国空白

第六节 利用LNG冷能发展循环经济拓展旅游资源

第七节 2012年中国海油LNG冷能利用分析

一、中国海油LNG冷量价值

二、中国海油LNG冷能利用战略原因

三、LNG冷能利用产业地域分布和时间安排

四、中国海油LNG冷能利用项目

1、广东大鹏项目

2、福建莆田项目

3、浙江宁波项目

第八节 2012年中国冷能利用面临的难题分析

第八章 2012年中国LNG冷能利用关联产业发展分析

第一节 2012年中国油气勘探及石油市场

第二节 2012年中国煤炭市场分析

第三节 2012年中国电力市场分析

第四节 2012年中国风能、太阳能、生物质能等清洁能源

一、风能

二、太阳能

三、生物质能

第五节 2012年中国冷冻冷藏冷库分析

第六节 2012年中国气体、液体分离设备制造分析

第九章 2013-2017年中国LNG冷能利用趋势及前景预测分析

第一节 2013-2017年中国液化天然气产业运行趋势分析

一、液化天然气开采技术发展趋势分析

二、未来中国LNG冷能利用市场发展评估结果

三、液化天然气市场竞争预测分析

第二节 2013-2017年中国液化天然气产业发展市场预测分析

一、液化天然气产量预测分析

二、液化天然气市场需求预测分析

三、液化天然气进出口预测分析

第三节 2013-2017年中国液化天然气产业盈利预测分析

第十章 2013-2017年中国液化天然气产业投资机会与风险分析

第一节 2013-2017年中国液化天然气投资环境分析

第二节 2013-2017年中国液化天然气投资机会分析

一、行业投资吸引力分析

二、区域投资优势分析

第三节 2013-2017年中国液化天然气投资风险预警

一、市场环境风险预警

二、行业竞争风险预警

三、技术风险预警

四、能源风险预警

第四节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

通过《2013-2017年中国LNG(液化天然气)冷能利用行业市场分析与发展战略咨询报告》，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：<https://www.huaon.com/detail/131295.html>