

2015-2020年中国钢铁贸易 行业发展趋势与投资规划建议研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国钢铁贸易行业发展趋势与投资规划建议研究报告》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.bosidata.com/qtzzh1506/9438271HJN.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2015-06-18

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

《2015-2020年中国钢铁贸易行业发展趋势与投资规划建议研究报告》共十三章是博思数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。博思数据在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。钢铁贸易行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

。

报告揭示了钢铁贸易行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国钢铁贸易做了重点企业经营状况分析，并分析了中国钢铁贸易行业趋势预测分析。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

前言：

钢铁贸易行业基本特点：

1、钢铁贸易行业中，企业数量比较多，集中度比较低，而且实力普遍偏小，主要是民营的中小企业数量比较多。

2、功能相对比较单一。在25万家企业里面，真正可以在行业中发挥领头作用的企业不多，还是一种相对比较分散的，市场竞争还没有达到一定集中的阶段。同时企业的经营方式、服务对象基本上大体相同，同质化问题严重，面对同样的市场、同样的客户，用同样的方式和手段竞争。

3、缺乏避险机制，由于钢材期货市场没有恢复，钢材的价格大起大落，对于流通行业来说风险很大。

4、定价机制是以供应商为主导的，流通商和中小用户的话语权不大。

5、经营模式基本上都是用现款买进，然后分级经销，资金需求大。这种特定的经营方式使得资金需求量很大。

从钢铁贸易企业的主要销售模式来看，根据钢材产品和资金的流通形式，主要能分为直销模式和分销模式。直销模式是指钢铁企业不通过中介直接向用钢企业推销钢材产品的方式，目前我国约有20-30%的钢材由钢材生产企业向终端用户直接供给。而分销模式是指钢材生产企业不直接与钢材用户打交道，而是通过中间商把钢材产品销售给用户。根据经过的环节多少，可分为一级分销、二级分销、三级分销等，每级中间分销商可以进行不同的组合。目前约有70-80%的钢材通过分销模式销售给终端客户。

目前，我国的钢铁企业分销模式主要有三种，一种是由钢铁企业自己的销售子公司完成销售工作，一种是委托代理商销售钢材，还有一种是将钢材销售给钢材经销商销售。

而就经营方式方面来讲，钢贸企业的经营方式总体可以分为三种，分别为核心企业绑定、市场主导、佣金代理三种方式。经营方式与分销模式的相互组合，进而形成了完整的钢贸行业产业链。

2014年，房地产进入调整期，房地产新开工面积不断下滑，影响到钢材消费需求。通过自下而上的行业法和自上而下的宏观法两种方法测算，我们预计2015年粗钢实际消费量7.66亿吨，同比增3.6%；粗钢表观消费量7.69亿吨，同比增3.8%。

由于我国钢铁需求量已经达到平台期，未来几年增长空间有限，而产能过剩，钢铁行业盈利难以短期难以好转。对于铁矿石价格，未来一定时期内，国际铁矿石价格将在70-80美元/吨之间徘徊，跌破60美元/吨的概率很小，除非发生重大经济危机。

2004-2014年中国粗钢消费量统计（千吨）		年份	中国	全球	中国消费占比	2004年	
287312	1062396	27.0%	2005年	361950	1139039	31.8%	
			2006年	393400	1245085	31.6%	
2007年	435860	1328888	32.8%	2008年	465480	1335257	34.9%
			2009年	574420	1234086	46.5%	
2010年	612060	1408871	43.4%	2011年	667930	1519643	44.0%
			2012年	687580	1548251	44.4%	
2013年	771729	1648127	46.8%	2014年	738910	-	

资料来源：世界钢铁工业协会

我们采用自下而上的宏观法进行测算，预计2015年下游行业对粗钢需求的增长分别为：建筑业4.36亿吨、同比增3.77%，制造业3.3亿吨、同比增3.39%。

考察宝钢集团有限公司、鞍山钢铁集团公司、攀钢集团钢铁钒钛股份有限公司、马钢控股有限公司、本钢集团有限钢丝等五家重点企业的资产总额情况。五家重点企业利润总额为4696.5亿元，其中宝钢集团有限公司占比高达48.3%，另外鞍山钢铁集团公司和马钢控股有限公司占比分别为19.8%和15.2%。

2014年1-9月的资产总额统计数据，表中数据可以看出，五家企业2013年总资产为4969.5亿元，只占全国总净利润的7.5%。

2013-2014重点钢铁企业总资产（万元）		企业名称	2014年1-9月资产总计	2013年资产总计	
宝钢集团有限公司	22919700	22666800	鞍山钢铁集团公司	9228100	9286500
马钢控股有限公司	7257320	7131720	本钢集团有限公司	4475470	4305030
攀钢集团钢铁钒钛股份有限公司	3839940	3574950			

资料来源：博思数据中心整理

报告目录：

第一章 钢铁贸易行业相关概述	1
1.1 行业界定	1
1.1.1 概念界定	1
1.1.2 基本特点	1
1.2 行业经营特征	2
1.2.1 替代品有效性较小	2
1.2.2 行业进入壁垒较低	2
1.2.3 行业呈现区域集中性	2
1.2.4 行业整体属于成熟期	3
第二章 钢铁贸易行业产业链解析	5
2.1 产业链构成分析	5
2.1.1 钢贸行业整体产业链	5
2.1.2 钢贸行业细分产业链	7
2.2 上游行业影响因素分析	9
2.2.1 钢铁供需状况	9
2.2.2 钢材价格行情	11
2.3 下游行业需求分析	13
2.3.1 下游需求格局	13
2.3.2 建筑用钢	15
2.3.3 机械用钢	15
2.3.4 汽车用钢	16
2.3.5 家电用钢	16
2.3.6 船舶用钢	17
第三章 2013-2014年下游终端行业运行状况分析	17
2.4.1 房地产业开发状况及前景展望	17
2.4.2 基础设施建设状况及前景展望	18
2.4.3 机械工业运行状况及前景展望	24
2.4.4 汽车行业运行状况及前景展望	27
2.4.5 家电行业运行状况及前景展望	47
2.4.6 石化行业运行状况及前景展望	48
2.4.7 船舶工业运行状况及前景展望	51
第四章 2013-2014年中国钢铁贸易行业发展环境分析	57

4.1 经济环境	57
4.1.1 中国宏观经济运行现状	57
4.1.2 中国产业经济结构分析	74
4.1.3 中国经济运行特征及挑战	75
4.1.4 中国宏观经济政策走势	75
4.2 政策环境	77
4.2.1 钢铁行业政策法规汇总	77
4.2.2 钢铁贸易税收政策的调整情况	78
4.2.3 钢铁行业面临的贸易保护主义	79
4.2.4 钢铁电子交易市场规范及监管	81
4.2.5 钢铁期货交易市场规范及监管	82
4.2.6 钢铁现货交易市场规范及监管	82
4.2.7 金融货币政策对钢铁贸易的影响	88
4.3 社会环境	88
4.3.1 行业社会环境概述	88
4.3.2 行业社会需求变化	89
4.3.3 行业劳动生产率分析	89
4.3.4 贸易摩擦形势分析	90
第五章 2012-2014年中国钢铁贸易行业深度分析	91
5.1 中国钢铁产业供需现状	91
5.1.1 行业生产总量分析	91
5.1.2 行业区域产量格局	102
5.1.3 行业消费总量分析	102
5.1.4 行业消费分布格局	103
5.2 中国钢铁行业经营情况	104
5.2.1 2010-2014年行业经济规模分析	104
5.2.2 2010-2014年行业盈利能力分析	105
5.2.3 2010-2014年行业营运能力分析	105
5.2.4 2010-2014年行业偿债能力分析	106
5.3 中国钢铁贸易行业发展概况	106
5.3.1 行业发展历程	106
5.3.2 市场环境分析	111

5.3.3 行业发展现状	113
5.3.4 行业特征分析	117
5.3.5 行业转型态势	127
5.3.6 企业格局分析	129
5.3.7 竞争模型分析	132
5.3.8 贸易流通环节	138
5.4 中国钢铁贸易行业企业格局	139
5.4.1 大型流通企业	139
5.4.2 大中型、区域性流通企业	140
5.4.3 小型、微型钢贸企业	140
5.4.4 企业竞争格局变化趋势	141
5.5 中国钢铁国际贸易的SWOT分析	141
5.5.1 优势分析 (STRENGTH)	141
5.5.2 劣势分析 (WEAKNESS)	141
5.5.3 机会分析 (OPPORTUNITY)	142
5.5.4 威胁分析 (THREAT)	142
5.6 中国钢铁国际贸易数据分析	143
5.6.1 2012-2014年12月主要贸易国钢铁进口市场分析	143
5.6.2 2012-2014年12月主要贸易国钢铁出口市场分析	143
5.6.3 2012-2014年12月主要省份钢铁进口市场分析	144
5.6.4 2012-2014年12月主要省份钢铁出口市场分析	144
5.7 中国主要钢铁产品贸易形势分析	145
5.7.1 生铁贸易状况	145
5.7.2 铁合金贸易状况	146
5.7.3 钢材贸易状况	147
5.7.4 废钢贸易状况	152
5.8 中国钢铁贸易行业的挑战及建议	153
5.8.1 运营困境分析	153
5.8.2 主要挑战分析	155
5.8.3 行业发展建议	155
第六章 2012-2014年中国主要地区钢铁贸易形势分析	157
6.1 东北地区钢铁贸易形势分析	157

6.1.1 东北地区钢铁产量增长情况	157
6.1.2 东北地区钢铁产值增长情况	158
6.1.3 东北地区钢铁贸易形势分析	158
6.2 华北地区钢铁贸易形势分析	160
6.2.1 华北地区钢铁产量增长情况	160
6.2.2 华北地区钢铁产值增长情况	161
6.2.3 华北地区钢铁贸易形势分析	161
6.3 华东地区钢铁贸易形势分析	163
6.3.1 华东地区钢铁产量增长情况	163
6.3.2 华东地区钢铁产值增长情况	164
6.3.3 华东地区钢铁贸易形势分析	164
6.4 华南地区钢铁贸易形势分析	167
6.4.1 华南地区钢铁产量增长情况	167
6.4.2 华南地区钢铁产值增长情况	168
6.4.3 华南地区钢铁贸易形势分析	168
6.5 华中地区钢铁贸易形势分析	170
6.5.1 华中地区钢铁产量增长情况	170
6.5.2 华中地区钢铁产值增长情况	171
6.5.3 华中地区钢铁贸易形势分析	171
6.6 西南地区钢铁贸易形势分析	173
6.6.1 西南地区钢铁产量增长情况	173
6.6.2 西南地区钢铁产值增长情况	174
6.6.3 西南地区钢铁贸易形势分析	174
6.7 西北地区钢铁贸易形势分析	176
6.7.1 西北地区钢铁产量增长情况	176
6.7.2 西北地区钢铁产值增长情况	177
6.7.3 西北地区钢铁贸易形势分析	177
第七章 钢铁贸易行业营销模式分析	180
7.1 国际钢铁贸易典型模式	180
7.1.1 日韩模式	180
7.1.2 欧美模式	180
7.1.3 中国模式	180

7.2 日本钢铁贸易模式解析	181
7.2.1 市场主体分析	181
7.2.2 基本模式及主体定位	181
7.2.3 基本流程分析	181
7.2.4 主要特点分析	181
7.3 美国钢铁贸易模式解析	182
7.3.1 钢铁工业布局决定直销模式	182
7.3.2 流通商强势成长巩固直销模式	182
7.4 钢铁现货销售模式分析	182
7.4.1 直供销售模式	182
7.4.2 代理（经销）商销售模式	183
7.4.3 自营销售模式	184
7.4.4 加工配送销售方式	185
7.4.5 网络销售模式	186
7.4.6 未来销售模式组合建议	186
7.5 钢铁期货交易模式分析	187
7.5.1 钢材期货交易背景	187
7.5.2 钢铁期货交易利处	187
7.5.3 钢铁期货交易成效	188
7.5.4 钢铁期货交易规模	188
7.5.5 钢铁期货套保规模	189
7.6 钢铁电子交易模式分析	190
7.6.1 钢铁电子交易模式分类情况	190
7.6.2 钢铁电子交易模式特点分析	191
7.6.3 钢铁电商平台主要交易模式	192
7.6.4 钢铁电子交易模式与其他模式的比较	193
7.6.5 钢铁电子交易模式应用状况	196
7.6.6 钢铁电子交易模式发展现状	197
7.6.7 钢铁电子交易模式问题分析	198
7.6.8 钢铁电子交易模式未来方向	199
第八章 2012-2014年中国钢材贸易市场发展分析	201
8.1 中国钢材贸易市场基本类型	201

8.1.1 票据式交易市场	201
8.1.2 “前店后库”式交易市场	202
8.1.3 电子化交易市场	202
8.2 中国钢材贸易市场发展概况	203
8.2.1 市场发展特征简述	203
8.2.2 交易市场分布情况	204
8.2.3 传统市场生存现状	204
8.2.4 市场变革态势分析	206
8.2.5 未来转型升级出路	207
8.3 中国区域典型钢材市场介绍	208
8.3.1 东北地区主要钢材市场	208
8.3.2 华北地区主要钢材市场	211
8.3.3 华东地区主要钢材市场	214
8.3.4 华南地区主要钢材市场	225
8.3.5 西北地区主要钢材市场	226
8.3.6 西南地区主要钢材市场	229
第九章 2013-2014年钢铁贸易行业物流发展分析	232
9.1 钢铁贸易行业物流发展综述	232
9.1.1 国外钢铁物流发展特点	232
9.1.2 中国钢铁物流基本情况	234
9.1.3 中国钢铁物流运行特征	235
9.1.4 中国钢铁物流优劣势分析	235
9.1.5 中国钢铁物流运行模式	236
9.2 2013-2014年中国钢铁贸易行业物流发展现状	237
9.2.1 钢铁物流行业规模	237
9.2.2 钢铁物流标准项目发展路线	238
9.2.3 钢铁物流信息化发展	239
9.2.4 钢贸物流发展空间	241
9.3 钢铁贸易行业物流成本分析	242
9.3.1 成本构成情况	242
9.3.2 成本现状分析	243
9.3.3 成本降低方法解析	244

9.4 钢铁贸易物流园区发展分析	246
9.4.1 钢铁物流园基本特征	246
9.4.2 钢铁物流园综合效益	247
9.4.3 钢铁物流园投资动态	248
9.4.4 钢铁物流园高效降本策略	248
9.4.5 钢铁物流园转型升级战略	252
9.4.6 钢铁物流园发展趋势	254
9.5 钢铁贸易行业物流发展建议	255
9.5.1 发展思路分析	255
9.5.2 转型升级建议	256
9.5.3 融资困境破解策略	257
第十章 2013-2014年钢铁贸易行业领先企业经营状况分析	259
10.1 上海宝钢宝山钢材贸易有限公司	259
10.1.1 企业发展概况	259
10.1.2 企业组织架构	259
10.1.3 企业主营产品	260
10.1.4 企业营销网络	262
10.1.5 企业经营业绩	263
10.2 武汉钢铁集团鄂城钢铁有限责任公司	263
10.2.1 企业发展概况	263
10.2.2 企业组织架构	266
10.2.3 企业主营产品	266
10.2.4 企业技术成果	267
10.2.5 企业营销思路	267
10.3 北京首钢新钢联科贸有限公司	267
10.3.1 企业发展概况	267
10.3.2 企业组织架构	268
10.3.3 企业营销网络	269
10.4 太原钢铁(集团)有限公司	270
10.4.1 企业发展概况	270
10.4.2 企业组织架构	271
10.4.3 企业主营业务	272

10.4.4 企业营销网络	273
10.4.5 企业经营业绩	274
10.5 五矿发展股份有限公司	275
10.5.1 企业发展概况	275
10.5.2 经营效益分析	276
10.5.3 业务经营分析	277
10.5.4 财务状况分析	278
10.5.5 未来前景展望	285
10.6 上海百营钢铁集团有限公司	285
10.6.1 企业发展概况	285
10.6.2 企业营销网络	286
10.6.3 企业战略分析	287
10.7 上海宝闽钢铁集团有限公司	287
10.7.1 企业发展概况	287
10.7.2 企业组织架构	289
10.7.3 企业营销网络	289
10.8 中国中钢集团公司	290
10.8.1 企业发展概况	290
10.8.2 企业组织架构	292
10.8.3 企业主营业务	292
10.8.4 企业营销网络	293
10.8.5 企业经营业绩	294
10.9 中国铁路物资股份有限公司	295
10.9.1 企业发展概况	295
10.9.2 企业组织架构	296
10.9.3 企业主营业务	296
10.9.4 企业经营业绩	297
10.9.5 企业战略动向	298
10.10 浙江省物产集团公司	298
10.10.1 企业发展概况	298
10.10.2 企业组织架构	299
10.10.3 企业主营业务	299

10.10.4 企业经营业绩	300
10.10.5 未来发展规划	301
第十一章 2013-2014年主要钢铁电子交易平台经营状况分析	302
11.1 上海钢联电子商务股份有限公司（我的钢铁网）	302
11.1.1 企业发展概况	302
11.1.2 经营效益分析	303
11.1.3 业务经营分析	303
11.1.4 财务状况分析	304
11.1.5 未来前景展望	305
11.2 上海大宗钢铁电子交易中心	306
11.2.1 平台简介	306
11.2.2 交易模式	307
11.2.3 平台建设	307
11.2.4 发展特点	307
11.2.5 成功经验	308
11.2.6 未来发展	308
11.3 东方钢铁电子交易平台	309
11.3.1 平台简介	309
11.3.2 交易模式	310
11.3.3 平台建设	310
11.3.4 服务体系	311
11.4 钢之源电子交易市场	313
11.4.1 平台简介	313
11.4.2 交易模式	313
11.4.3 主要成就	314
11.5 上海中联钢钢铁电子交易市场	314
11.5.1 平台简介	314
11.5.2 交易模式	315
11.5.3 发展特点	315
11.5.4 发展优势	316
11.6 兰格钢铁网	318
11.6.1 平台简介	318

11.6.2 业务发展	318
11.6.3 交易模式	319
11.7 你的钢网	320
11.7.1 平台简介	320
11.7.2 业务模式	320
11.7.3 业务发展	321
11.7.4 发展优势	321
第十二章 中国钢铁贸易企业经营模式及转型战略分析	322
12.1 钢贸企业典型发展模式评析	322
12.1.1 钢厂代理模式	322
12.1.2 绑定终端模式	322
12.1.3 期现配合模式	323
12.1.4 操作行情模式	323
12.1.5 市场搬货模式	324
12.1.6 佣金代理模式	324
12.1.7 产融结合模式	324
12.2 微利时期钢贸企业的变化分析	325
12.2.1 厂商关系的变化	325
12.2.2 钢贸经营结构的变化	325
12.2.3 钢贸经营模式的变化	326
12.3 钢铁贸易企业模式创新思考	328
12.3.1 供应链金融服务模式	328
12.3.2 金融平台下的配供配送模式	328
12.3.3 订单营销模式	329
12.3.4 电子商务模式	329
12.3.5 产融结合模式	331
12.4 钢铁贸易企业的转型策略探讨	331
12.4.1 企业发展壮大建议	331
12.4.2 企业风险管控对策	332
12.4.3 企业战略转型升级措施	338
12.4.4 企业整合与重构思路	342
12.4.5 企业市场制胜策略	344

12.5 2014年钢铁贸易企业市场突围战略	346
12.5.1 库存前置	346
12.5.2 网上销售	347
12.5.3 互补合作	347
12.5.4 个性服务	348
12.6 钢铁贸易企业盈利模式创新路径	349
12.6.1 盈利环境分析	349
12.6.2 产品结构盈利模式	350
12.6.3 创新服务盈利模式	350
12.6.4 规模经营盈利模式	350
12.6.5 供需网链结构盈利模式	350
第十三章 钢铁贸易行业投融资及趋势预测分析	352
13.1 钢贸行业投资前景分析	352
13.1.1 行业竞争力弱	352
13.1.2 受政策调控影响大	352
13.1.3 企业生存压力大	352
13.1.4 行业平均利润较低	353
13.1.5 经营管理风险较大	353
13.1.6 信贷形势严峻	354
13.2 中小型钢贸企业融资风险分析	355
13.2.1 融资风险评估	355
13.2.2 融资风险控制措施	357
13.3 钢贸企业供应链融资解决方案	358
13.3.1 核心企业绑定式的钢贸业融资需求及解决方案	358
13.3.2 以市场为主导的钢贸业融资需求及解决方案	363
13.3.3 佣金带来模式下的钢贸业融资需求及解决方案	366
13.4 钢贸行业投资机会及趋势预测分析	368
13.4.1 行业发展机会	368
13.4.2 未来发展方向	371
13.5 2015-2020年钢铁贸易行业供需趋势分析	372
13.5.1 钢铁供需影响因素分析	372
13.5.2 2015-2020年钢铁供给规模预测	374

13.5.3 2015-2020年钢铁需求规模预测 377

本研究咨询报告由博思数据公司领衔撰写，在大量周密的市场监测基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、博思数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1506/9438271HJN.html>