

2021年中国钢铁市场分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

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《2021年中国钢铁市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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/gangtie/541699541699.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

钢铁行业，即黑色金属冶炼及压延加工业，是以从事黑色金属矿物采选和黑色金属冶炼加工等工业生产活动为主的工业行业。钢铁产品包括生铁、粗钢、钢材等三大类，按照不同的冶炼工艺，钢铁产品又可以进一步细分。

钢铁行业分类

工艺

定义

产品细分

炼铁

指用高炉法、直接还原法、熔融还原法等，将铁从矿石等含铁化合物中还原出来的生产过程。

高炉生铁、直接还原铁、熔融还原铁、球墨铸铁;铸铁管制造。

炼钢

指通过热轧、冷加工、锻压和挤压等塑性加工使连铸坯、钢锭产生塑性变形，制成具有一定形状尺寸的钢材产品的生产活动。

连铸坯、模铸钢锭和铸钢水。

钢压延加工

指通过热轧、冷加工、锻压和挤压等塑性加工使连铸坯、钢锭产生塑性变形，制成具有一定形状尺寸的钢材产品的生产活动。

钢坯、铁道用钢材、大型钢材、中型钢材、小型钢材、冷弯型钢材、线材、特厚钢板、中厚钢板、薄钢板、硅钢片、钢带、无缝钢管、焊接钢管等。

铁合金冶炼

铁合金根据产品品种和质量要求采用不同的冶炼方法，主要有碳还原法（高炉、电炉）、金属热还原法和电解法;并可采用脱硅精炼、吹氧、真空固态脱碳等方法进行精炼。

普通铁合金、特种铁合金;高炉铁合金、电炉铁合金、转炉铁合金和炉外法铁合金等。资料来源：公开资料整理

从钢铁产业链的角度来看，钢铁行业属于中游行业，上游主要为铁矿石、煤炭、动力(电力)等，钢铁的下游应用广泛，钢铁产品作为基础原料，在地产、基建、机械、汽车、造船、家电等几乎所有行业中被大规模使用。

钢铁行业产业链 资料来源：公开资料整理

近年来，我国陆续出台政策化解钢铁行业的过剩产能以及淘汰落后产能，要求各地严格执行产能置换办法，严控严重过剩行业新增产能，促进钢铁行业供给侧结构性改革。

钢铁行业相关政策法规

颁布时间

发行单位

政策法规

主要内容

2020年12月

工业和信息化部

《钢铁行业产能置换实施办法（征求意见稿）》

促进钢铁行业进行产能置换。

2020年10月

生态环境部

《长三角地区2020-2021年秋冬季大气污染综合治理攻坚行动方案》

2020年12月底前，力争60%左右产能基本完成超低排放改造，上海市完成宝武集团3台600平方米烧结机和553万吨焦炭产能超低排放改造；江苏省完成9000万吨、浙江省完成560万吨、安徽省完成670万吨粗钢产能超低排放改造。

2020年10月

生态环境部

《京津冀及周边地区、汾渭平原2020-2021年秋冬季大气污染综合治理攻坚行动方案》

2020年12月底前，力争完成2亿吨钢铁产能超低排放改造，其中，河北省完成1.1亿吨、天津市完成1200万吨、山东省完成4000万吨、河南省完成1300万吨、山西省完成2000万吨、陕西省完成600万吨，各省（市）至少树立1-2家钢铁超低排放改造示范企业，发挥区域内引领带动作用。

2020年6月

生态环境部

《重污染天气重点行业应急减排措施制定技术指南（2020年修订版）》

在重污染天气预警期间，环保绩效水平先进的企业，可以减少或免除应急减排措施，从而鼓励“先进”，鞭策“后进”，促进全行业高质量发展。

2020年6月

国家发展和改革委员会

《发改委印发关于做好2020年重点领域化解过剩产能工作的通知》

其中要求进一步完善钢铁产能置换办法，加强钢铁产能项目备案指导，促进钢铁项目落地的科学性和合理性

2020年5月

工信部

发布符合《钢铁行业规范条件》企业名单（第五批）

其中，13家企业符合《钢铁行业规范条件》；7家企业被撤销规范公告；11家企业变更钢铁行业规范公告装备；11家企业变更钢铁行业规范公告名称。（与此前公示相比，变更装备的

钢铁规范企业减少1家，变更名称的钢铁规范企业增加1家。

2020年3月

工信部

《关于钢铁规范企业动态调整情况的公示》

其中，13家企业符合《钢铁行业规范条件》，拟列入规范企业名单；7家企业存在未通过地方初审、冶炼设备拟全部关停退出等情形，拟撤销规范公告；13家企业存在环保、安全等问题，拟责令整改；12家企业冶炼装备变化、10家企业名称变化，拟予以变更。

2020年3月

财政部

《关于提高部分产品出口退税率的公告》

自2020年3月20日起，将部分钢材产品出口退税率升至13%。涉及钢铁产品有合金钢粉末、镀或涂锌的铁或非合金钢丝、热轧不锈钢带材厚度 4.75mm（除热轧外未经进一步加工，宽度 < 600mm）等。

2020年1月

生态环境部

《钢铁企业超低排放改造技术指南》

总体要求，加强源头控制，采用低硫煤、低硫矿等清洁原、燃料，采用先进的清洁生产和过程控制技术，实现大气污染物的源头削减。

2020年1月

国家发展和改革委员会、工业和信息化部

《关于完善钢铁产能置换和项目备案工作的通知》

暂停公示、公告新的钢铁产能置换方案和备案新的钢铁项目，要求各地区全面梳理2016年以来备案的钢铁产能项目，并开展自查自纠

2018年1月

工信部

《钢铁行业产能置换实施办法》

针对不同地区提出不同的产能置换比例，如“京津冀、长三角、珠三角等

2016年10月

工信部

《钢铁工业调整升级规划（2016-2020年）》

、产能集中度等指标进行了相应规划。

2016年2月

工信部、国家发展改革委、财政部等8部委员

《关于金融支持工业稳增长调结构增效益的若干意见》

提出“加强金融对工业供给侧结构性改革的支持，积极稳妥推进工业化解过剩产能和库存”和“

落实差别化工业信贷政策，支持工业企业积极稳妥化解产能过剩，对产能严重过剩行业未取得合法手续的新增产能建设项目，一律不得给予授信”等举措，推动工业去产能、去库存、去杠杆、降成本、补短板、加快工业转型升级。

2016年2月

国务院

《国务院关于钢铁行业化解过剩产能实现脱困发展的意见》

提出“从2016年开始，用5年时间再压减粗钢产能1亿~1.5亿吨，行业兼并重组取得实质性进展，产业结构得到优化，资源利用效率明显提高，产能利用率趋于合理，产品质量和高端产品供给能力显著提升，企业经济效益好转，市场预期明显向好。”资料来源：公开资料整理

我国早已是世界第一大钢铁生产国，尤其是2010年以来，我国钢铁工业的快速增长是驱动全球钢铁产业发展的主要动力，全球粗钢产量增量绝大部分由中国贡献。根据数据显示，2020年我国生铁产量88752.4万吨，粗钢产量105299.9万吨，钢材产量132489.2万吨。

2014-2020年我国钢铁产量情况 数据来源：公开资料整理

从我国钢铁行业销量来看，2020年Q3我国生铁销量4221.8万吨，粗钢销量11010.84万吨，钢材销量89214.56万吨。

2014-2020年我国钢铁销量情况 数据来源：公开资料整理

根据国家统计局数据，2016-2019年主要钢铁产品的产销率呈上升趋势，2019年中国粗钢和钢材的产销率均为100%。这主要是由于各地不断推进去产能和产能置换的进程，钢铁行业供给侧改革成效逐渐显现所致。

2016-2019年钢铁行业主要产品产销率情况 数据来源：公开资料整理

从生产区域来看，2019年华北地区钢材生产量为4.22亿吨，占全国钢材生产总量的35.02%，其中河北省实现钢材产量2.84亿吨，占比为23.58%；其次是华东地区，实现钢材产量3.85亿吨，占比为31.94%；中南地区实现钢材产量1.79亿吨，占比为14.87%。产量排名前三的地区所占比重之和为81.83%，可见钢铁产品产量区域集中度高。

2019年我国钢材产量分布情况 数据来源：公开资料整理

从销售区域来看，2019年，我国六大区域重点钢铁企业在国内共销售钢材6.30亿吨，比2018年增加6338.77万吨，同比增长11.19%。其中华东地区钢铁企业共销售钢材2.19亿吨，占总销售量的34.75%；其次是华北地区钢铁企业共销售钢材1.81亿吨，占比为28.72%；中南地区重点钢铁企业实现销售量1.01亿吨，占比为16.03%。

2019年我国钢材销量分布情况 数据来源：公开资料整理

2021年，全球经济有望恢复性增长，中国经济进入新的发展阶段，将稳步构建新发展格局，以深化供给侧结构性改革为主线，以高质量发展为“十四五”开好局，为中国钢铁业健康发展提供良好的宏观环境

我国钢铁行业发展趋势 资料来源：公开资料整理（TJL）

《2021年中国钢铁市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国钢铁行业发展概述

第一节 钢铁行业发展情况概述

- 一、钢铁行业相关定义
- 二、钢铁行业基本情况介绍
- 三、钢铁行业发展特点分析
- 四、钢铁行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、钢铁行业需求主体分析

第二节 中国钢铁行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍

二、钢铁行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国钢铁行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国钢铁行业生命周期分析

一、钢铁行业生命周期理论概述

二、钢铁行业所属的生命周期分析

第四节 钢铁行业经济指标分析

一、钢铁行业的赢利性分析

二、钢铁行业的经济周期分析

三、钢铁行业附加值的提升空间分析

第五节 中国钢铁行业进入壁垒分析

一、钢铁行业资金壁垒分析

二、钢铁行业技术壁垒分析

三、钢铁行业人才壁垒分析

四、钢铁行业品牌壁垒分析

五、钢铁行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球钢铁行业市场发展现状分析

第一节 全球钢铁行业发展历程回顾

第二节 全球钢铁行业市场区域分布情况

第三节 亚洲钢铁行业地区市场分析

一、亚洲钢铁行业市场现状分析

二、亚洲钢铁行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲钢铁行业市场前景分析

第四节 北美钢铁行业地区市场分析

一、北美钢铁行业市场现状分析

二、北美钢铁行业市场规模与市场需求分析

三、北美钢铁行业市场前景分析

第五节 欧洲钢铁行业地区市场分析

一、欧洲钢铁行业市场现状分析

二、欧洲钢铁行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲钢铁行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界钢铁行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球钢铁行业市场规模预测

第三章 中国钢铁产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品钢铁总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国钢铁行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国钢铁产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国钢铁行业运行情况

第一节 中国钢铁行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国钢铁行业市场规模分析

第三节 中国钢铁行业供应情况分析

第四节 中国钢铁行业需求情况分析

第五节 我国钢铁行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国钢铁行业供需平衡分析

第七节 中国钢铁行业发展趋势分析

第五章 中国钢铁所属行业运行数据监测

第一节 中国钢铁所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国钢铁所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国钢铁所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国钢铁市场格局分析

第一节 中国钢铁行业竞争现状分析

一、中国钢铁行业竞争情况分析

二、中国钢铁行业主要品牌分析

第二节 中国钢铁行业集中度分析

一、中国钢铁行业市场集中度影响因素分析

二、中国钢铁行业市场集中度分析

第三节 中国钢铁行业存在的问题

第四节 中国钢铁行业解决问题的策略分析

第五节 中国钢铁行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国钢铁行业需求特点与动态分析

第一节 中国钢铁行业消费市场动态情况

第二节 中国钢铁行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 钢铁行业成本结构分析

第四节 钢铁行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国钢铁行业价格现状分析

第六节 中国钢铁行业平均价格走势预测

一、中国钢铁行业价格影响因素

二、中国钢铁行业平均价格走势预测

三、中国钢铁行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国钢铁行业区域市场现状分析

第一节 中国钢铁行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区钢铁市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区钢铁市场规模分析

四、华东地区钢铁市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区钢铁市场规模分析

四、华中地区钢铁市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区钢铁市场规模分析

四、华南地区钢铁市场规模预测

第九章 2017-2020年中国钢铁行业竞争情况

第一节 中国钢铁行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国钢铁行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国钢铁行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 钢铁行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国钢铁行业发展前景分析与预测

第一节 中国钢铁行业未来发展前景分析

一、钢铁行业国内投资环境分析

二、中国钢铁行业市场机会分析

三、中国钢铁行业投资增速预测

第二节 中国钢铁行业未来发展趋势预测

第三节 中国钢铁行业市场发展预测

一、中国钢铁行业市场规模预测

二、中国钢铁行业市场规模增速预测

三、中国钢铁行业产值规模预测

四、中国钢铁行业产值增速预测

五、中国钢铁行业供需情况预测

第四节 中国钢铁行业盈利走势预测

一、中国钢铁行业毛利润同比增速预测

二、中国钢铁行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国钢铁行业投资风险与营销分析

第一节 钢铁行业投资风险分析

一、钢铁行业政策风险分析

二、钢铁行业技术风险分析

三、钢铁行业竞争风险分析

四、钢铁行业其他风险分析

第二节 钢铁行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国钢铁行业发展战略及规划建议

第一节 中国钢铁行业品牌战略分析

一、钢铁企业品牌的重要性

二、钢铁企业实施品牌战略的意义

三、钢铁企业品牌的现状分析

四、钢铁企业的品牌战略

五、钢铁品牌战略管理的策略

第二节 中国钢铁行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国钢铁行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 钢铁行业竞争力提升策略

一、钢铁行业产品差异性策略

二、钢铁行业个性化服务策略

三、钢铁行业的促销宣传策略

四、钢铁行业信息智能化策略

五、钢铁行业品牌化建设策略

六、钢铁行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国钢铁行业发展策略及投资建议

第一节 中国钢铁行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国钢铁行业营销渠道策略

一、钢铁行业渠道选择策略

二、钢铁行业营销策略

第三节 中国钢铁行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国钢铁行业重点投资区域分析

二、中国钢铁行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/gangtie/541699541699.html>