

2016-2022年中国水泥行业运营现状调查及十三五 投资定位分析报告

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《2016-2022年中国水泥行业运营现状调查及十三五投资定位分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/251880251880.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国水泥行业运营现状调查及十三五投资定位分析报告》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、市场前景、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。

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quan交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告简介

第一章：水泥行业竞争格局与集中度

1.1水泥行业市场主体分析

1.1.1行业竞争主体分析

1.1.2行业竞争行为分析

(1) 价格竞争行为

1) 水泥定价规则

2) 影响水泥价格因素分析

3) 2013-2016年水泥价格走势分

4) 2013-2016年水泥成本变动分析

5) 2013-2016年水泥吨毛利水平分析

6) 水泥企业的价格定价策略分析

(2) 兼并竞争行为

1) 兼并行为的表现形式

2) 水泥企业主要兼并类型

3) 水泥企业兼并动机分析

4) 兼并对市场结构的影响

1.2水泥行业竞争格局分析

1.2.1行业主要的品牌企业分析

1.2.2行业竞争格局与市场结构

1.3水泥行业集中度分析

1.3.1行业销售集中度分析

1.3.2行业资产集中度分析

1.3.3行业利润集中度分析

1.3.4行业产量集中度分析

第二章：水泥行业竞争层次及排名

2.1水泥行业竞争层次分析

2.1.1行业低价竞争层次分析

2.1.2行业营销网络竞争层次

2.1.3行业品牌竞争层次分析

2.2水泥地区竞争排名分析

2.2.12013-2016年总产值排名前10地区

2.2.22013-2016年产成品排名前10地区

2.2.32013-2016年销售产值排名前10地区

2.2.42013-2016年销售收入排名前10地区

2.3水泥企业竞争排名分析

2.3.12016年资产规模TOP10企业排名

2.3.22016年销售收入TOP10企业排名

2.3.32016年销售利润TOP10企业排名

2.3.42016年水泥产量TOP10企业排名

2.3.52016年熟料产量TOP10企业排名

第三章：水泥行业区域性竞争能力

3.1水泥行业总体区域结构特征分析

3.1.1行业区域结构总体特征

3.1.2行业区域分布特点分析

3.1.3行业效益指标区域分布分析

3.1.4行业企业数的区域分布分析

3.2水泥行业区域竞争格局分析

3.2.1行业区域集中度分析

3.2.2行业区域市场格局分析

(1) 华北市场竞争格局分析

1) 地区固定资产投资分析

2) 地区房地产开发投资分析

3) 水泥市场竞争格局分析

(2) 华东市场竞争格局分析

1) 地区固定资产投资分析

2) 地区房地产开发投资分析

3) 水泥市场竞争格局分析

(3) 东北市场竞争格局分析

1) 地区固定资产投资分析

2) 地区房地产开发投资分析

3) 水泥市场竞争格局分析

(4) 西北市场竞争格局分析

1) 地区固定资产投资分析

2) 地区房地产开发投资分析

3) 水泥市场竞争格局分析

(5) 西南市场竞争格局分析

1) 地区固定资产投资分析

2) 地区房地产开发投资分析

3) 水泥市场竞争格局分析

3.2.3 生产线区域分布分析

(1) 华北(协同待证明)

(2) 东北(协同证明)

(3) 华东(长三角协同证明)

(4) 中南华北(协同待证明)

(5) 西南华北(集中度进一步提升)

(6) 西北(产能还在扩张)

3.3 水泥行业区域产量及价格分析

3.3.1 行业区域产量分析

(1) 分省库容比

(2) 分省水泥月度产量

(3) 分省水泥月度产量增速

(4) 分省水泥累计产量

(5) 分省水泥产量累计增速

3.3.2 行业区域产能分析

(1) 分省水泥固定资产投资分析

(2) 分省水泥固定资产投资增速

(3) 新开工水泥生产线统计

(4) 投产水泥生产线统计

3.3.3 行业区域价格分析

(1) 分省水泥价格(周)

(2) 分省水泥价格(月)

(3) 分省水泥价格(年)

(4) 分大区水泥价格分析

第四章：水泥行业竞争结构与优化分析

4.1水泥行业市场竞争结构分析

4.1.1现有竞争者间的抗衡强度

(1) 现有竞争者及竞争现状

(2) 行业内部竞争强度分析

4.1.2潜在进入者威胁分析

(1) 行业可能的进入者

(2) 影响企业进入的因素

1) 进入壁垒分析

2) 退出障碍分析

3) 预期报复影响

4.1.3行业替代者威胁分析

4.1.4消费者议价能力分析

4.1.5供应商议价能力分析

4.2优化水泥行业竞争结构战略

4.2.1保持合适的利润率

4.2.2建立行业进入障碍

4.2.3采用合作战略

4.2.4行业内部的竞争规则

4.2.5降低顾客的议价能力

第五章：水泥行业并购整合趋势分析

5.1水泥行业并购整合背景

5.1.1水泥行业政策环境分析

(1) 行业准入政策分析

(2) 行业产能淘汰政策

(3) 兼并重组鼓励政策

5.1.2行业并购重组动因分析

5.1.3水泥行业并购主体分析

5.2水泥企业并购成本分析

5.2.1行业吨水泥权益价值分析

5.2.2水泥企业吨并购成本分析

5.2.3上市公司吨重置成本分析

5.2.4水泥上市公司吨市值分析

5.3水泥企业并购重组分析

5.3.1水泥行业并购整合特征

5.3.2水泥行业并购整合阶段分析

5.3.3水泥行业并购重组项目统计

5.3.4水泥并购重组市场现状分析

5.3.5行业并购重组存在问题分析

5.4水泥行业并购重组风险

5.4.1企业并购重组风险分析

(1) 企业价值评估风险

(2) 企业资源储量风险

(3) 流动性风险防范

(4) 企业融zi风险

(5) 企业文化风险

(6) 企业经营风险

5.4.2企业并购重组风险防范

(1) 生产经营整合风险的控制

(2) 管理制度整合风险的控制

(3) 人员的整合风险的控制

(4) 企业文化的整合风险的控制

5.5水泥行业并购重组趋势

5.5.1行业并购重组未来总体走势

5.5.2行业未来收购频繁区域预测

5.5.3行业内易被收购水泥企业预测

5.6水泥企业并购案例分析

5.6.1墨西哥水泥（CEMEX）并购战略分析

(1) 选择有潜力的区域市场

(2) 在区域市场形成控制力

(3) 收购进行整合流程分析

(4) 并购战略与市场份额扩张

5.6.2华润水泥并购国投海南水泥案例分析

(1) 并购背景分析

(2) 并购策略分析

(3) 并购经验启示

第六章：水泥行业竞争趋势及战略选择

6.1水泥行业竞争趋势预测分析

6.1.1行业整体竞争趋势预判

- (1) 控制下游搅拌站缩短销售半径
- (2) 行业协同效应的进一步发挥
- (3) 向下游产品垂直扩张趋势

6.1.2外资企业加大在华投资趋势

- (1) 国际水泥企业涉足中国市场
- (2) 加大在华投资力度原因分析

6.1.3行业地区结构优化趋势

- (1) 适度发展新型干法地区分析
- (2) 减量置换适度发展新型干法地区分析
- (3) 控制总量、淘汰落后产能地区分析

6.2水泥行业竞争战略选择原则分析

6.2.1竞争者识别与评估

- (1) 从行业结构识别
- (2) 从业务结构识别
- (3) 评估竞争者类型

6.2.2明确进攻和回避的竞争者目标

- (1) “好”竞争者和“坏”竞争者
- (2) 近距离竞争者和远距离竞争者
- (3) 强势竞争者和弱势竞争者

6.2.3水泥企业市场竞争战略原则的选择

- (1) 机制创新原则
- (2) 优质产品原则
- (3) 低成本原则
- (4) 精细服务原则
- (5) 品牌致胜原则

6.3水泥行业市场竞争战略选择分析

6.3.1市场领导者战略分析

- (1) 保护现有市场份额战略
 - 1) 阵地式防御战略
 - 2) 以攻为守式防御战略
 - 3) 侧翼式防御战略
 - 4) 反击式防御战略
- (2) 扩大市场份额战略

- 1) 瓜分竞争对手市场战略
- 2) 延伸经济区间扩大市场份额战略

6.3.2市场挑战者战略分析

- (1) 锁定战略目标和挑战对手
 - 1) 攻击弱小企业，追求实惠结果
 - 2) 攻击规模相同的弱势企业
 - 3) 攻击市场领导者
- (2) 挑战者战略原则的选择
 - 1) 价格挑战战略
 - 2) 侧翼攻击战略
 - 3) 包抄攻击战略

6.3.3市场追随者战略分析

- (1) 紧随其后战略
- (2) 有距离追随战略
- (3) 有选择追随战略

第七章：水泥行业国内领先企业分析

7.1中国建筑材料集团有限公司

7.1.1集团发展简介

- (1) 集团概况介绍
- (2) 集团发展历程
- (3) 集团组织架构
- (4) 集团资质荣誉

7.1.2集团发展战略分析

- (1) 集团管理模式分析
- (2) 集团发展理念与思路

7.1.3集团水泥板块分析

- (1) 集团水泥板块规模
- (2) 集团水泥业务优势
- (3) 集团水泥发展思路

7.1.4集团骨干水泥企业分析

- (1) 集团收购水泥企业历程分析
- (2) 中国联合水泥集团有限公司
 - 1) 企业发展概况
 - 2) 企业产能及分布情况
 - 3) 企业水泥销量分析

- 4) 主要经济指标分析
- 5) 企业盈利能力分析
- 6) 企业运营能力分析
- 7) 企业偿债能力分析
- 8) 企业发展能力分析
- 9) 企业销售渠道与网络
- 10) 企业发展优劣势分析
- 11) 企业最新发展动向

(3) 南方水泥有限公司

- 1) 企业发展概况
- 2) 企业产能及分布情况
- 3) 企业水泥销量分析
- 4) 企业销售渠道与网络
- 5) 企业发展优劣势分析
- 6) 企业最新发展动向

(4) 北方水泥有限公司

- 1) 企业发展概况
- 2) 企业产能及分布情况
- 3) 企业水泥销量分析
- 4) 企业销售渠道与网络
- 5) 企业发展优劣势分析
- 6) 企业最新发展动向

(5) 西南水泥有限公司

- 1) 企业发展概况
- 2) 企业产能及分布情况
- 3) 企业市场份额扩张策略
- 4) 企业销售渠道与网络
- 5) 企业发展优劣势分析
- 6) 企业最新发展动向

7.2 中国中材集团有限公司

7.2.1 集团发展简介

- (1) 集团概况介绍
- (2) 集团发展历程
- (3) 集团组织架构
- (4) 集团资质荣誉

7.2.2集团发展战略分析

- (1) 集团管理模式分析
- (2) 集团发展理念与思路

7.2.3集团水泥板块分析

- (1) 集团水泥板块规模
- (2) 集团水泥业务优势
- (3) 集团水泥发展思路

7.2.4集团骨干水泥企业分析

- (1) 集团收购水泥企业历程分析
- (2) 甘肃祁连山水泥集团股份有限公司

- 1) 企业发展概况
- 2) 企业产能及分布情况
- 3) 企业水泥销量分析
- 4) 主要经济指标分析
- 5) 企业盈利能力分析
- 6) 企业运营能力分析
- 7) 企业偿债能力分析
- 8) 企业发展能力分析
- 9) 企业销售渠道与网络
- 10) 企业发展优劣势分析
- 11) 企业最新发展动向

(3) 新疆天山水泥股份有限公司

- 1) 企业发展概况
- 2) 企业产能及分布情况
- 3) 企业水泥销量分析
- 4) 主要经济指标分析
- 5) 企业盈利能力分析
- 6) 企业运营能力分析
- 7) 企业偿债能力分析
- 8) 企业发展能力分析
- 9) 企业销售渠道与网络
- 10) 企业发展优劣势分析
- 11) 企业最新发展动向

(4) 宁夏建材集团股份有限公司

- 1) 企业发展概况

2) 企业产能及分布情况

3) 企业水泥销量分析

4) 主要经济指标分析

5) 企业盈利能力分析

6) 企业运营能力分析

7) 企业偿债能力分析

8) 企业发展能力分析

9) 企业销售渠道与网络

10) 企业发展优劣势分析

11) 企业最新发展动向

7.3安徽海螺水泥股份有限公司

7.3.1企业发展概况

(1) 企业概况

(2) 企业发展历程

7.3.2企业组织架构分析

(1) 企业组织架构

(2) 企业管理层概况

7.3.3企业水泥产销分析

(1) 2013-2016年水泥产量分析

(2) 2013-2016年水泥销量分析

7.3.4主要经济指标分析

7.3.5企业盈利能力分析

7.3.6企业运营能力分析

7.3.7企业偿债能力分析

7.3.8企业发展能力分析

7.3.9企业并购扩张战略

7.3.10企业销售渠道与网络

7.3.11企业发展优劣势分析

7.3.12企业最新发展动向

7.4唐山冀东水泥股份有限公司

7.4.1企业发展概况

(1) 企业概况

(2) 企业发展历程

7.4.2企业组织架构分析

(1) 企业组织架构

(2) 企业管理层概况

7.4.3企业产能布局分析

(1) 产能整体分布情况

(2) 京津冀地区产能布局

(3) 陕西地区产能布局

(4) 辽宁地区产能布局

(5) 内蒙地区产能布局

(6) 吉林地区产能布局

(7) 山西地区产能布局

(8) 胶东地区产能布局

(9) 重庆地区产能布局

(10) 湖南地区产能布局

7.4.4企业水泥销量分析

(1) 企业水泥销量及增速分析

(2) 企业在各省市场份额分析

7.4.5主要经济指标分析

7.4.6企业盈利能力分析

7.4.7企业运营能力分析

7.4.8企业偿债能力分析

7.4.9企业发展能力分析

7.4.10企业并购扩张战略

7.4.11企业销售渠道与网络

7.4.12企业发展优劣势分析

7.4.13企业最新发展动向

第八章：水泥行业国际领先企业分析

8.1瑞士豪西姆（Holcim）

8.1.1企业发展概况与经营历程

8.1.2企业主营业务收入及利润

8.1.3企业主要产品销量分析

8.1.4企业区域结构和产能分布

8.1.5企业主要发展战略分析

8.1.6企业在华竞争行为分析

(1) 在华业务布局状况

(2) 在华经营情况分析

(3) 在华竞争策略分析

8.1.7企业投资并购情况分析

8.1.8企业zui新发展动向分析

8.2法国拉法基集团（Lafarge）

8.2.1企业发展概况与经营历程

8.2.2企业主营业务收入及利润

8.2.3企业主要产品销量分析

8.2.4企业区域结构和产能分布

8.2.5企业主要发展战略分析

8.2.6企业在华竞争行为分析

（1）在华业务布局状况

（2）在华经营情况分析

（3）在华竞争策略分析

8.2.7企业投资并购情况分析

8.2.8企业zui新发展动向分析

8.3海德堡水泥集团（HeidelbergCement）

8.3.1企业发展概况与经营历程

8.3.2企业主营业务收入及利润

8.3.3企业主要产品销量分析

8.3.4企业区域结构和产能分布

（1）西欧和北欧地区分析

（2）东欧和中亚地区分析

（3）北美地区分析

（4）亚太地区分析

（5）非洲和中东地区分析

8.3.5企业主要发展战略分析

8.3.6企业在华竞争行为分析

（1）在华业务布局状况

（2）在华经营情况分析

（3）在华竞争策略分析

8.3.7企业投资并购情况分析

8.3.8企业zui新发展动向分析

8.4墨西哥水泥（CEMEX）

8.4.1企业发展概况与经营历程

8.4.2企业主营业务收入及利润

8.4.3企业主要产品销量分析

8.4.4企业区域结构和产能分布

8.4.5企业主要发展战略分析

8.4.6企业在华竞争行为分析

(1) 在华业务布局状况

(2) 在华经营情况分析

(3) 在华竞争策略分析

8.4.7企业投资并购情况分析

8.4.8企业zui新发展动向分析

8.5爱尔兰CRH集团 (CRHPlc)

8.5.1企业发展概况与经营历程

8.5.2企业主营业务收入及利润

8.5.3企业主要产品销量分析

8.5.4企业区域结构和产能分布

8.5.5企业主要发展战略分析

8.5.6企业在华竞争行为分析

(1) 在华业务布局状况

(2) 在华经营情况分析

(3) 在华竞争策略分析

8.5.7企业投资并购情况分析

8.5.8企业zui新发展动向分析

第九章：水泥区域性品牌竞争企业分析

9.1北京金隅股份有限公司

9.1.1企业发展概况

(1) 企业概况

(2) 企业发展历程

9.1.2企业组织架构分析

(1) 企业组织架构

(2) 企业管理层概况

9.1.3企业水泥产销分析

(1) 水泥产量分析

(2) 水泥销量分析

9.1.4主要经营能力分析

(1) 主要经济指标分析

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业运营能力分析

- (4) 企业偿债能力分析
- (5) 企业发展能力分析
- 9.1.5 企业并购扩张战略
- 9.1.6 企业销售渠道与网络
- 9.1.7 企业发展优劣势分析
- 9.2 中国山水水泥集团有限公司
- 9.2.1 企业发展概况
 - (1) 企业概况
 - (2) 企业发展历程
- 9.2.2 企业组织架构分析
 - (1) 企业组织架构
 - (2) 企业管理层概况
- 9.2.3 企业水泥产销分析
- 9.2.4 主要经济指标分析
- 9.2.5 企业盈利能力分析
- 9.2.6 企业运营能力分析
- 9.2.7 企业偿债能力分析
- 9.2.8 企业发展能力分析
- 9.2.9 企业并购扩张战略
- 9.2.10 企业销售渠道与网络
- 9.2.11 企业发展优劣势分析
- 9.3 华新水泥股份有限公司
- 9.3.1 企业发展概况
 - (1) 企业概况
 - (2) 企业发展历程
- 9.3.2 企业组织架构分析
 - (1) 企业组织架构
 - (2) 企业管理层概况
- 9.3.3 企业水泥产销分析
- 9.3.4 主要经济指标分析
- 9.3.5 企业盈利能力分析
- 9.3.6 企业运营能力分析
- 9.3.7 企业偿债能力分析
- 9.3.8 企业发展能力分析
- 9.3.9 企业并购扩张战略

9.3.10企业销售渠道与网络

9.3.11企业发展优劣势分析

9.4内蒙古西水创业股份有限公司

9.4.1企业发展概况

(1) 企业概况

(2) 企业发展历程

9.4.2企业组织架构分析

(1) 企业组织架构

(2) 企业管理层概况

9.4.3企业水泥产销分析

9.4.4主要经济指标分析

9.4.5企业盈利能力分析

9.4.6企业运营能力分析

9.4.7企业偿zhai能力分析

9.4.8企业发展能力分析

9.4.9企业并购扩张战略

9.4.10企业销售渠道与网络

9.4.11企业发展优劣势分析

9.5吉林亚泰（集团）股份有限公司

9.5.1企业发展概况

(1) 企业概况

(2) 企业发展历程

9.5.2企业组织架构分析

(1) 企业组织架构

(2) 企业管理层概况

9.5.3企业产能及分布情况

9.5.4企业水泥销量分析

9.5.5主要经济指标分析

9.5.6企业盈利能力分析

9.5.7企业运营能力分析

9.5.8企业偿zhai能力分析

9.5.9企业发展能力分析

9.5.10企业并购扩张战略

9.5.11企业销售渠道与网络

9.5.12企业发展优劣势分析

9.6东吴水泥国际有限公司

9.6.1企业发展概况

(1) 企业概况

(2) 企业发展历程

9.6.2企业组织架构分析

(1) 企业组织架构

(2) 企业管理层概况

9.6.3企业水泥产销分析

9.6.4主要经济指标分析

9.6.5企业盈利能力分析

9.6.6企业运营能力分析

9.6.7企业偿债能力分析

9.6.8企业发展能力分析

9.6.9企业并购扩张战略

9.6.10企业销售渠道与网络

9.6.11企业发展优劣势分析

9.7亚洲水泥(中国)控股公司

9.7.1企业发展概况

(1) 企业概况

(2) 企业发展历程

9.7.2企业组织架构分析

(1) 企业组织架构

(2) 企业管理层概况

9.7.3企业水泥产销分析

9.7.4主要经济指标分析

9.7.5企业盈利能力分析

9.7.6企业运营能力分析

9.7.7企业偿债能力分析

9.7.8企业发展能力分析

9.7.9企业并购扩张战略

9.7.10企业销售渠道与网络

9.7.11企业发展优劣势分析

9.8中国天瑞集团水泥有限公司

9.8.1企业发展概况

(1) 企业概况

- (2) 企业发展历程
- 9.8.2企业组织架构分析
 - (1) 企业组织架构
 - (2) 企业管理层概况
- 9.8.3企业水泥产销分析
- 9.8.4主要经济指标分析
- 9.8.5企业盈利能力分析
- 9.8.6企业运营能力分析
- 9.8.7企业偿债能力分析
- 9.8.8企业发展能力分析
- 9.8.9企业并购扩张战略
- 9.8.10企业销售渠道与网络
- 9.8.11企业发展优劣势分析
- 9.9华润水泥控股有限公司
 - 9.9.1企业发展概况
 - (1) 企业概况
 - (2) 企业发展历程
 - 9.9.2企业组织架构分析
 - (1) 企业组织架构
 - (2) 企业管理层概况
 - 9.9.3企业水泥产销分析
 - 9.9.4主要经济指标分析
 - 9.9.5企业盈利能力分析
 - 9.9.6企业运营能力分析
 - 9.9.7企业偿债能力分析
 - 9.9.8企业发展能力分析
 - 9.9.9企业并购扩张战略
 - 9.9.10企业销售渠道与网络
 - 9.9.11企业发展优劣势分析
- 9.10中国西部水泥有限公司
 - 9.10.1企业发展概况
 - (1) 企业概况
 - (2) 企业发展历程
 - 9.10.2企业组织架构分析
 - (1) 企业组织架构

(2) 企业管理层概况

9.10.3企业水泥产销分析

9.10.4主要经济指标分析

9.10.5企业盈利能力分析

9.10.6企业运营能力分析

9.10.7企业偿债能力分析

9.10.8企业发展能力分析

9.10.9企业并购扩张战略

9.10.10企业销售渠道与网络

9.10.11企业发展优劣势分析

9.11江西万年青水泥股份有限公司

9.11.1企业发展概况

(1) 企业概况

(2) 企业发展历程

9.11.2企业组织架构分析

(1) 企业组织架构

(2) 企业管理层概况

9.11.3企业水泥产销分析

9.11.4主要经济指标分析

9.11.5企业盈利能力分析

9.11.6企业运营能力分析

9.11.7企业偿债能力分析

9.11.8企业发展能力分析

9.11.9企业并购扩张战略

9.11.10企业销售渠道与网络

9.11.11企业发展优劣势分析

9.12河南同力水泥股份有限公司

9.12.1企业发展概况

(1) 企业概况

(2) 企业发展历程

9.12.2企业组织架构分析

(1) 企业组织架构

(2) 企业管理层概况

9.12.3企业水泥产销分析

9.12.4主要经济指标分析

9.12.5企业盈利能力分析

9.12.6企业运营能力分析

9.12.7企业偿zhai能力分析

9.12.8企业发展能力分析

9.12.9企业并购扩张战略

9.12.10企业销售渠道与网络

9.12.11企业发展优劣势分析

9.13河北太行水泥股份有限公司

9.13.1企业发展概况

(1) 企业概况

(2) 企业发展历程

9.13.2企业组织架构分析

(1) 企业组织架构

(2) 企业管理层概况

9.13.3企业水泥产销分析

9.13.4主要经济指标分析

9.13.5企业盈利能力分析

9.13.6企业运营能力分析

9.13.7企业偿zhai能力分析

9.13.8企业发展能力分析

9.13.9企业并购扩张战略

9.13.10企业销售渠道与网络

9.13.11企业发展优劣势分析

9.14福建水泥股份有限公司

9.14.1企业发展概况

(1) 企业概况

(2) 企业发展历程

9.14.2企业组织架构分析

(1) 企业组织架构

(2) 企业管理层概况

9.14.3企业水泥产销分析

9.14.4主要经济指标分析

9.14.5企业盈利能力分析

9.14.6企业运营能力分析

9.14.7企业偿zhai能力分析

9.14.8企业发展能力分析

9.14.9企业并购扩张战略

9.14.10企业销售渠道与网络

9.14.11企业发展优劣势分析

9.15安徽巢东水泥股份有限公司

9.15.1企业发展概况

(1) 企业概况

(2) 企业发展历程

9.15.2企业组织架构分析

(1) 企业组织架构

(2) 企业管理层概况

9.15.3企业水泥产销分析

9.15.4主要经济指标分析

9.15.5企业盈利能力分析

9.15.6企业运营能力分析

9.15.7企业偿债能力分析

9.15.8企业发展能力分析

9.15.9企业并购扩张战略

9.15.10企业销售渠道与网络

9.15.11企业发展优劣势分析

9.16新疆青松建材化工(集团)股份有限公司

9.16.1企业发展概况

(1) 企业概况

(2) 企业发展历程

9.16.2企业组织架构分析

(1) 企业组织架构

(2) 企业管理层概况

9.16.3企业水泥产销分析

9.16.4主要经济指标分析

9.16.5企业盈利能力分析

9.16.6企业运营能力分析

9.16.7企业偿债能力分析

9.16.8企业发展能力分析

9.16.9企业并购扩张战略

9.16.10企业销售渠道与网络

9.16.11企业发展优劣势分析

9.17浙江尖峰集团股份有限公司

9.17.1企业发展概况

(1) 企业概况

(2) 企业发展历程

9.17.2企业组织架构分析

(1) 企业组织架构

(2) 企业管理层概况

9.17.3企业水泥产销分析

9.17.4主要经济指标分析

9.17.5企业盈利能力分析

9.17.6企业运营能力分析

9.17.7企业偿债能力分析

9.17.8企业发展能力分析

9.17.9企业并购扩张战略

9.17.10企业销售渠道与网络

9.17.11企业发展优劣势分析

9.18四川金顶(集团)股份有限公司

9.18.1企业发展概况

(1) 企业概况

(2) 企业发展历程

9.18.2企业组织架构分析

(1) 企业组织架构

(2) 企业管理层概况

9.18.3企业水泥产销分析

9.18.4主要经济指标分析

9.18.5企业盈利能力分析

9.18.6企业运营能力分析

9.18.7企业偿债能力分析

9.18.8企业发展能力分析

9.18.9企业并购扩张战略

9.18.10企业销售渠道与网络

9.18.11企业发展优劣势分析

9.19云南博闻科技实业股份有限公司

9.19.1企业发展概况

- (1) 企业概况
- (2) 企业发展历程
- 9.19.2企业组织架构分析
 - (1) 企业组织架构
 - (2) 企业管理层概况
- 9.19.3企业水泥产销分析
- 9.19.4主要经济指标分析
- 9.19.5企业盈利能力分析
- 9.19.6企业运营能力分析
- 9.19.7企业偿债能力分析
- 9.19.8企业发展能力分析
- 9.19.9企业并购扩张战略
- 9.19.10企业销售渠道与网络
- 9.19.11企业发展优劣势分析
- 9.20四川双马水泥股份有限公司
 - 9.20.1企业发展概况
 - (1) 企业概况
 - (2) 企业发展历程
 - 9.20.2企业组织架构分析
 - (1) 企业组织架构
 - (2) 企业管理层概况
 - 9.20.3企业水泥产销分析
 - 9.20.4主要经济指标分析
 - 9.20.5企业盈利能力分析
 - 9.20.6企业运营能力分析
 - 9.20.7企业偿债能力分析
 - 9.20.8企业发展能力分析
 - 9.20.9企业并购扩张战略
 - 9.20.10企业销售渠道与网络
 - 9.20.11企业发展优劣势分析
- 9.21广东塔牌集团股份有限公司
 - 9.21.1企业发展概况
 - (1) 企业概况
 - (2) 企业发展历程
 - 9.21.2企业组织架构分析

- (1) 企业组织架构
- (2) 企业管理层概况
- 9.21.3企业水泥产销分析
- 9.21.4主要经济指标分析
- 9.21.5企业盈利能力分析
- 9.21.6企业运营能力分析
- 9.21.7企业偿债能力分析
- 9.21.8企业发展能力分析
- 9.21.9企业并购扩张战略
- 9.21.10企业销售渠道与网络
- 9.21.11企业发展优劣势分析
- 9.22陕西秦岭水泥(集团)股份有限公司
- 9.22.1企业发展概况
 - (1) 企业概况
 - (2) 企业发展历程
- 9.22.2企业组织架构分析
 - (1) 企业组织架构
 - (2) 企业管理层概况
- 9.22.3企业水泥产销分析
- 9.22.4主要经济指标分析
- 9.22.5企业盈利能力分析
- 9.22.6企业运营能力分析
- 9.22.7企业偿债能力分析
- 9.22.8企业发展能力分析
- 9.22.9企业并购扩张战略
- 9.22.10企业销售渠道与网络
- 9.22.11企业发展优劣势分析
- 9.23太原狮头水泥股份有限公司
- 9.23.1企业发展概况
 - (1) 企业概况
 - (2) 企业发展历程
- 9.23.2企业组织架构分析
 - (1) 企业组织架构
 - (2) 企业管理层概况
- 9.23.3企业水泥产销分析

9.23.4主要经济指标分析

9.23.5企业盈利能力分析

9.23.6企业运营能力分析

9.23.7企业偿债能力分析

9.23.8企业发展能力分析

9.23.9企业并购扩张战略

9.23.10企业销售渠道与网络

9.23.11企业发展优劣势分析

图表目录

图表1：2013-2015年水泥价格走势分析（单位：元/吨）

图表2：水泥产品单位价格、成本、吨毛利变动图谱（单位：元/吨）

图表3：印度与中国水泥行业结构、盈利对比图表

图表4：2015年中国水泥行业前10名厂商销售额及销售份额（单位：万元，%）

图表5：2013-2015年水泥行业销售集中度变化图（单位：%）

图表6：2015年中国水泥行业前10名厂商资产规模（单位：万元，%）

图表7：2013-2015年水泥行业资产集中度变化图（单位：%）

图表8：2015年中国水泥行业前10名厂商利润情况（单位：万元，%）

图表9：2013-2015年水泥行业利润集中度变化图（单位：%）

图表10：2013-2015年全国前10家企业水泥产量及占全国比重（单位：吨，%）

图表11：2013-2015年全国前10家企业熟料产量及占全国比重（单位：吨，%）

图表12：2013-2015年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表13：2015年工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%）

图表14：2013-2015年产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表15：2015年产成品居前的10个地区比重图（单位：%）

图表16：2013-2015年销售产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表17：2015年销售产值居前的10个地区比重图（单位：%）

图表18：2013-2015年销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表19：2015年销售收入居前的10个地区比重图（单位：%）

图表20：2013-2015年全国水泥行业区域市场情况（单位：家，亿元）

图表21：2013-2015年中国水泥行业各区域企业数量情况（单位：%）

图表22：2013-2015年中国水泥行业各区域销售收入情况（单位：%）

图表23：2013-2015年中国水泥行业各区域资产总计情况（单位：%）

图表24：2015年水泥行业资产和收入地区分布（单位：亿元，%）

图表25：2015年水泥行业效益状况地区分布（单位：亿元，%）

图表26：2015年水泥行业企业数量区域分布（单位：家，%）

- 图表27：2015年中国水泥行业前二十地区销售收入排名情况（单位：亿元）
- 图表28：2015年中国水泥行业销售收入按省份累计百分比（单位：%）
- 图表29：2013-2015年中国水泥行业销售收入靠前的五地区占比情况（单位：%）
- 图表30：2013-2015年中国水泥行业前五地区销售收入比例标准差占比情况（单位：%）
- 图表31：全国水泥行业区域市场格局
- 图表32：2013-2015年华北地区固定资产投资累计完成（单位：亿元，%）
- 图表33：2013-2015年华北地区房地产开发投资累计完成（单位：亿元，%）
- 图表34：2013-2015年华北地区固定资产投资新开工累计完成（单位：亿元，%）
- 图表35：2013-2015年华北地区固定资产投资施工累计完成（单位：亿元，%）
- 图表36：2013-2015年华北地区房地产开发投资占总固投比重（单位：%）
- 图表37：华北水泥市场竞争格局分布图
- 图表38：2013-2015年华东地区固定资产投资累计完成（单位：亿元，%）
- 图表39：2013-2015年华东地区房地产开发投资累计完成（单位：亿元，%）
- 图表40：2013-2015年华东地区固定资产投资新开工累计完成（单位：亿元，%）
- 图表41：2013-2015年华东地区固定资产投资施工累计完成（单位：亿元，%）
- 图表42：2013-2015年华东地区房地产开发投资占总固投比重（单位：%）
- 图表43：华东水泥市场竞争格局分布图
- 图表44：2013-2015年东北地区固定资产投资累计完成（单位：亿元，%）
- 图表45：2013-2015年东北地区房地产开发投资累计完成（单位：亿元，%）
- 图表46：2013-2015年东北地区固定资产投资新开工累计完成（单位：亿元，%）
- 图表47：2013-2015年东北地区固定资产投资施工累计完成（单位：亿元，%）
- 图表48：2013-2015年东北地区房地产开发投资占总固投比重（单位：%）
- 图表49：东北水泥市场竞争格局分布图

（GYYS）

图表详见正文•••••

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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/251880251880.html>