

2021年中国钢铁市场分析报告- 市场规模与运营规划研究

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-市场规模与运营规划研究》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/543545543545.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

随着中国5G、AI、大数据以及云计算等尖端技术的更新迭代，同时在中国鼓励传统产业升级相关政策出台的背景下，钢铁行业已迈出数字化转型的步伐，向绿色生产、智能制造以及精益制造的方向发展。与金融、交通、零售、旅游等数字化转型速度较快的行业比较，钢铁企业数字化程度仍处于较低水平，在生产、运输、分析、战略等方面的智能化程度仍有欠缺，且2020年中国钢铁行业的企业数字化率仅30%，但在钢铁市场需求的改变和数字化社会产生的新商业模式等驱动力下，钢铁企业将加快其数字化进程。

从钢铁行业的产业链与价值链来看，其中每个环节都可借助各类智能技术实现数字化升级，以提高作业、管理等效率，如生产端的冶炼、监测、浇钢等环节可利用AA技术、传感器技术实现无人化调度、实时检测与预警，同时在下游端，钢企可搭建客户自助平台与新渠道销售平台，为钢企赋能数字化价值。

钢铁企业的数字化转型作为集业务、组织、技术与管理于一体的综合升级工程，其主要方向为现代化数据资源体系建设（主要技术为大数据、人工智能）、生产体系数字化改造（主要技术为工业机器人、5G+）、生态体系数字化建设（主要技术为物联网、5G建设网络基础设施）等，其目的可达到钢铁生产流程化、营销布局优化以及成本可控化，在此背景下，数字化程度已成为衡量中国钢铁企业核心竞争力的主要标准。

钢铁企业数字化各层次升级需求 资料整理：观研天下整理

1、钢铁企业为扩大其市场份额和提高综合竞争力催生数字化转型需求

多环节的数字化升级导致钢铁行业数字化转型具备流程复杂、需求多样化等特点，中国钢铁企业数字化需求主要来源于企业层、控制层、设备层及网络层的各环节升级，其中控制层与设备层为钢铁生产过程的智能化升级，包括引入机器人实现生产自动化、料场控制无人化，同时引入智能检测系统、扩大物联网覆盖范围以节约成本；企业层与网络层的数字化升级主要为实现产业链上下游业务系统的互联互通，钢铁企业可依托自身已具备的自动化基础优势实施数字化升级，以助力钢企实现全流程降低成本以及提高生产与管理等方面的核心竞争力。中国钢铁企业市场集中度低，易造成恶性竞争，导致钢企缺乏效益从而影响产业布局与企业健康发展。根据国家统计局数据显示，中国传统黑色金属冶炼企业数量在2016-2020年期间逐步减少至5,000多家，且此类以传统技术为主导领域的亏损企业逐步增长，因此在行业内企业为扩大其市场份额采取智能化、低成本以及高产品附加值的数字化升级服务提高企业竞争力的同时，传统钢企的劣势将愈发明显，将直接带动钢铁行业数字化转型需求。

2、疫情驱动钢铁企业数字化平台建设

在中国新冠肺炎疫情情况下，钢铁行业弊端逐渐显现，钢铁企业的信息化基础建设、人才投入、信息化应用架构等痛点突出，部分钢铁企业通过大数据、5G等技术搭建电子商务平台、数字疫情防控与远程办公系统，技术人员可利用实时数据推送实现全方位了解工厂的生产运行参数与趋势曲线，同时利用5G网络远程进行5公里内的炼钢和扎线操作。

3、流程数字化、大数据分析、机器人化为钢企数字化关键

“灯塔工厂”指具备自动化、工业物联网、数字化、大数据分析以及5G等技术的工厂，从中国数字化转型“灯塔工厂”分类来看，中国钢铁企业数字化转型仍处于初期阶段，行业内仅有一家企业具备“灯塔工厂”标准，与消费类、机械类以及家电类工厂相比，钢铁企业业务更聚焦于ToB端，其产品不会直接面向消费者，且具备标准化特性。消费品、家电以及机械企业的数字化聚焦于订单、客户与产品，主要利用数字化技术打通端到端的价值链，如通过精准识别客户从而降低约30%成本以及缩短20%研发周期。而钢铁企业的数字化进程更侧重于制造效率和生产效率，包括装配与加工、设备维护、绩效管理、质量管理以及可持续化发展等能力。由于钢铁企业核心竞争力来源于自身的制造流程、维护控制与工程领域，因此在流程数字化、大数据分析与机器人化等三个方面重点进行数字化布局的企业，可率先实现收入突破以及10-15%的成本节省，从而建立更高的市场壁垒。

2020年中国数字化转型企业“灯塔工厂”分类 资料整理：观研天下整理

4、市场发展：整合与借鉴数字化转型的钢企先行者

基于早期在工厂数字化升级的布局，包括生产规划的分析技术升级、基于IoT的流程优化，物流无人化、预见性维护设备与流程数据等数字化转型，宝山钢铁（中国）在规划效率、工具寿命以及劳动效率等方面均得到了提升，同时塔塔钢铁（印度）与浦项钢铁（韩国）通过AA驱动与AI的自动化流程模型均实现60%的质量偏差降低幅度，中国不同类型的钢铁企业在未来的数字化转型中可借鉴和整合此类已通过数字化成功转型的先行者的经验和模式。

钢铁企业数字化发展框架 资料整理：观研天下整理

中国钢铁企业进行数字化转型的最终目的是在原有的传统模式上达到管理柔性化、流程智能化以及价值共享化，即从战略管控平台向数字化智能协同工作平台传输指令，通过业务层面的各类数字化系统优化生产、研发，随后结合在大数据资源库的资源、资产、技术、信息等可变要素进行分析，最终将数据传输回战略管控平台，在经过各类管控工具的收集分析后，达到数字化产品输出。由于传统钢铁行业为人员密集型产业，且其数字化转型过程具备流程复杂、需求多样化等特点，因此人才、技术与方法为实现数字化制造的核心要素。钢铁企业数字化转型通常分为两类，即内部自主转型和借助外部技术转型。

企业内部自主转型：此模式主要以企业自主研发、搭建平台完成数字化升级。企业可根据自身业务组织架构、生产流程搭建集云、边一体化的智能工厂平台与智能生态，打造具备数据采集、智能化生产控制、数字化制造执行、成本绩效管控的生产过程监控与数据集成等功能的平台，同时为钢铁产业链的主要参与者提供资金、信息、商业模式与物理的数据服务，以达到钢铁生态圈的传导效应与资源整合。

企业外部技术转型：此模式以钢铁企业与外部技术提供商（如中国主流云服务提供商如华为云、阿里云等）合作为主，技术提供商通过周期收取服务费模式，助力钢企搭建基于工厂全流程的定制化智能平台，以提高其下游渠道竞争力与工厂管控能力。（CJ）

观研报告网发布的《2021年中国钢铁市场分析报告-市场规模与运营规划研究》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021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 2017-2021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
 - 1、行业技术发展现状
 - 2、行业技术专利情况
 - 3、技术发展趋势分析
- 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 我国钢铁行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国钢铁行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国钢铁行业供需平衡分析

第八节 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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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

图表详见报告正文

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/543545543545.html>