

2021年中国水泥市场调研报告- 行业规模现状与发展潜力评估

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年中国水泥市场调研报告-行业规模现状与发展潜力评估》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/534512534512.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

水泥是粉状水硬性无机胶凝材料，广泛应用于土木建筑、水利、国防等工程。在下游房地产、基建投资等产业需求回暖的影响下，我国水泥产量在2019年开始回升，2020年全国规模以上企业水泥产量23.77亿吨，同比增长1.4%。

2015-2020年我国水泥产量 数据来源：国家统计局

一、供应商的议价能力

石灰石、煤炭和电力作为水泥生产最重要的生产要素，其供应情况及价格波动均对水泥生产企业产生较大影响。在原材料方面，石灰石和煤炭是制造水泥产品的重要原材料。由于中国石灰石矿产资源和煤炭资源丰富，石灰石产量相对稳定，受价格影响因素较小。数据显示，2014-2019年我国石灰石产量从2870万吨增至3595万吨。

2014-2019年中国石灰石行业产量 数据来源：公开资料

另一方面，电力是影响上游原材料生产成本的因素之一，但工业用电价格变动有限，因此相对于整个产业链而言并不具备较高的议价能力。

二、购买者的议价能力

中国水泥行业产业链的下游为房地产、基础设施建设、农村建设等固定资产投资规模较大的行业应用领域。水泥是一种高度同质化的商品，在同一强度等级下，各生产商的水泥差异往往不大，若购买方对水泥性能无特殊要求，则选择余地比较大，加上近年来中国经济发展态势良好，居民消费水平不断提高，中国城镇化率不断提升，社会的基础设施建设和农村建设规模将不断扩大，三四线城市的房地产需求量将继续释放，因此，水泥终端用户议价能力较强。

三、新进入者的威胁

水泥行业属于资本密集型、高能耗、高消费行业，因此，进入壁垒相对较高。再者，水泥行业作为固定资产高度专业化的产业，它的固定资产主要集中在建筑物、预热器、窑、水泥磨等，并且这些建筑物及机器设备具有专业化强、转换机会小的特点。另外，水泥行业在建设时，土建部分所占的投资比例较大，接近总投资的三分之一之多，如果要进行清退，难度很大，且清理成本较高。一旦进入水泥行业，退出障碍和成本较大。因此，水泥市场新进入者的威胁不大。

我国水泥行业主要壁垒

壁垒

特征

品牌壁垒

(1)由于在施工进度和质量两个方面，下游客户企业均不能进行事后检验，因此在选择合作伙伴时，下游客户往往会选择在供货连续及时性和产品质量稳定性这两个方面表现优异、形成一定品牌知名度的水泥生产企业。对新进入者而言，这就构成了明显的品牌壁垒。(2)下游基建、建筑施工等行业内的大型企业一般都会选择一至两个水泥企业建立稳定的供应关系，客观上下游企业对原有供应商有一定的忠诚度，这都对新进入者构成了进入壁垒

渠道壁垒

水泥行业的销售下游客户较分散，水泥企业可能同时和多家下游领域企业开展合作，并保持稳定的业务关系，这样的销售渠道是新进入者无法在短期内建立的。

技术壁垒

水泥是一种特殊产品，其重要的质量指标是否符合设计要求，所以，为使水泥质量合格率达到100%，必须通过对水泥生产整个流程进行监控，这对水泥企业的质量控制提出了较高的技术要求。随着下游基建及建筑质量要求的提高以及实际需求的增多，对水泥的性能和质量等方面的技术要求也越来越高，水泥生产企业必须具备强大的技术实力和丰富的数据积累才能满足客户的施工需要、保证产品的质量，这就构成了进入本行业的技术壁垒。

专业人才壁垒

水泥业务的特点决定水泥生产企业需要进行技术研发和生产管理，这都需要专业的人才。具有一定市场地位和品牌的水泥企业，一方面能通过经验的积累和自身实力培养出过硬的人才，另外一方面也更能吸收到行业内优秀的人才，并且能够通过自身的文化和管理尽快让这些专业的人才凝聚出战斗力。行业新进入者在短期内很难组建一支专业的人才团队，因此，专业人才也是新进入者所面临的一项壁垒。

高退出壁垒

(1)专用设备成本。水泥企业投资形成的固定资产专用性较强,当转产或退出时就较难处理，其损失构成沉没成本。沉没成本越大，企业就越想维持经营,亏损发生时,只要产品价格高于平均变动成本(低于平均总成本)就不愿退出。对于国有水泥企业,退出时发生的沉没成本意味着资产贬值，不能被政府主管部门接受。(2)职工安置。不可否认的现象是：目前，我国水泥企业中富余人员较多，水泥企业退出时需要解雇职工，但我国社会保障和再就业培训体制不健全，企业退出所增加的失业极可能导致严重的社会和政治问题。因此，水泥企业往往处于进入容易退出难的境地。资料来源：公开资料

四、替代品的威胁

水泥作为建筑凝胶材料，已有多年的历史，在制造和使用方面都十分成熟，技术普及率很高，在成本和发展循环经济方面也有无可比拟的价格优势。就目前而言，虽然直接的替代品是使用大面积的钢结构和铝合金，不过由于转换成本极高，绝大多数消费者难以承受，并且，在替代水泥的新型材料方面，国内外尚未有大的突破，因此，水泥行业替代品的威胁目前不大。

2011-2019年我国水泥需求量 数据来源：公开资料

2020年10月-2021年2月我国水泥价格走势（元/吨） 数据来源：公开资料

五、同业竞争者的竞争程度

目前我国水泥行业主要划分为东北、华北、西北、华东、中南以及西南六大区域。。从水泥企业分布来看，华东地区企业数量众多，竞争较为激烈，市场相对成熟、产能淘汰开始较早，区域供给较稳定。2020年，我国华东地区水泥产量为7.84亿吨，占全国水泥产量的比重为32.97%。

中国水泥六大区域

区域

所辖省份

优势企业

东北

辽宁、吉林、黑龙江

亚泰集团、中国建材（北方水泥）、山水水泥、天瑞水泥

西北

陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆

中国建材（新疆天山、甘肃祁连山、宁夏建材集团、中材水泥）、海螺水泥、西部水泥（尧柏水泥）、金隅股份（冀东水泥）

华北

北京、天津、河北、山西、内蒙古

金隅股份（冀东水泥、金隅水泥）、山水水泥、蒙西集团、中国建材（中联水泥）

华东

上海、江苏、浙江、安徽、江西、山东、福建

中国建材（南方水泥、中联水泥、中材水泥）、海螺水泥、山水水泥、红狮水泥、万年青水泥、亚洲水泥、福建水泥、江苏金峰

中南

广东、广西、海南、河南、湖北、湖南

中国建材（南方水泥、中联水泥、中材水泥）、海螺水泥、华润水泥、华新水泥、天瑞集团、台泥国际、葛洲坝、同力水泥、华盛天涯

西南

重庆、四川、贵州、云南、西藏

中国建材（西南水泥）、海螺水泥、四川峨胜、拉法基豪瑞、红狮集团、东方希望、华新水泥 资料来源：公开资料

2020年我国水泥产量区域分布情况 数据来源：公开资料

从2020年我国水泥熟料产能排名前十的企业来看，仅有中国建材、海螺水泥及金隅股份三家企业年产能上10000万吨，竞争优势最为突出。

2020年中国水泥熟料产能TOP10企业

排行

企业名称

产能（万吨/年）

1

中国建材集团有限公司

38182.7

2

安徽海螺水泥股份有限公司

21095.5

3

北京金隅/唐山冀东（金隅股份）

10118.4

4

华润水泥控股有限公司

6655.7

5

华新水泥股份有限公司

6485.2

6

红狮控股集团有限公司

5642

7

台湾水泥股份有限公司

5446.7

8

山东山水水泥集团有限公司

5198.7

9

天瑞水泥集团有限公司

3385.2

10

亚洲水泥中国控股公司

2662.9 数据来源：公开资料（TC）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国水泥市场调研报告-行业规模现状与发展潜力评估》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年中国水泥行业发展概述

第一节 水泥行业发展情况概述

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

第二节 中国水泥行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、水泥行业产业链条分析
- 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、中国水泥行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国水泥行业生命周期分析

- 一、水泥行业生命周期理论概述
- 二、水泥行业所属的生命周期分析

第四节 水泥行业经济指标分析

- 一、水泥行业的赢利性分析
- 二、水泥行业的经济周期分析
- 三、水泥行业附加值的提升空间分析

第五节 中国水泥行业进入壁垒分析

- 一、水泥行业资金壁垒分析
- 二、水泥行业技术壁垒分析
- 三、水泥行业人才壁垒分析
- 四、水泥行业品牌壁垒分析
- 五、水泥行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球水泥行业市场发展现状分析

第一节 全球水泥行业发展历程回顾

第二节 全球水泥行业市场区域分布情况

第三节 亚洲水泥行业地区市场分析

- 一、亚洲水泥行业市场现状分析
- 二、亚洲水泥行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲水泥行业市场前景分析

第四节 北美水泥行业地区市场分析

- 一、北美水泥行业市场现状分析
- 二、北美水泥行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美水泥行业市场前景分析

第五节 欧洲水泥行业地区市场分析

- 一、欧洲水泥行业市场现状分析
- 二、欧洲水泥行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲水泥行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界水泥行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球水泥行业市场规模预测

第三章 中国水泥产业发展环境分析

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、全社会消费品水泥总额
- 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 中国水泥行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国水泥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 中国水泥行业运行情况

第一节 中国水泥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 中国水泥行业市场规模分析

第三节 中国水泥行业供应情况分析

第四节 中国水泥行业需求情况分析

第五节 我国水泥行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国水泥行业供需平衡分析

第七节 中国水泥行业发展趋势分析

第五章 中国水泥所属行业运行数据监测

第一节 中国水泥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 中国水泥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 中国水泥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年中国水泥市场格局分析

第一节 中国水泥行业竞争现状分析

一、中国水泥行业竞争情况分析

二、中国水泥行业主要品牌分析

第二节 中国水泥行业集中度分析

一、中国水泥行业市场集中度影响因素分析

二、中国水泥行业市场集中度分析

第三节 中国水泥行业存在的问题

第四节 中国水泥行业解决问题的策略分析

第五节 中国水泥行业钻石模型分析

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年中国水泥行业需求特点与动态分析

第一节 中国水泥行业消费市场动态情况

第二节 中国水泥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 水泥行业成本结构分析

第四节 水泥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 中国水泥行业价格现状分析

第六节 中国水泥行业平均价格走势预测

一、中国水泥行业价格影响因素

二、中国水泥行业平均价格走势预测

三、中国水泥行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国水泥行业区域市场现状分析

第一节 中国水泥行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区水泥市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区水泥市场规模分析

四、华东地区水泥市场规模预测

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、华中地区水泥市场规模分析

四、华中地区水泥市场规模预测

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、华南地区水泥市场规模分析

四、华南地区水泥市场规模预测

第九章 2017-2020年中国水泥行业竞争情况

第一节 中国水泥行业竞争结构分析（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 中国水泥行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国水泥行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 水泥行业企业分析（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年中国水泥行业发展前景分析与预测

第一节 中国水泥行业未来发展前景分析

- 一、水泥行业国内投资环境分析
- 二、中国水泥行业市场机会分析
- 三、中国水泥行业投资增速预测

第二节 中国水泥行业未来发展趋势预测

第三节 中国水泥行业市场发展预测

- 一、中国水泥行业市场规模预测
- 二、中国水泥行业市场规模增速预测
- 三、中国水泥行业产值规模预测
- 四、中国水泥行业产值增速预测
- 五、中国水泥行业供需情况预测
- 第四节 中国水泥行业盈利走势预测
- 一、中国水泥行业毛利润同比增速预测
- 二、中国水泥行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国水泥行业投资风险与营销分析

第一节 水泥行业投资风险分析

- 一、水泥行业政策风险分析
- 二、水泥行业技术风险分析
- 三、水泥行业竞争风险分析
- 四、水泥行业其他风险分析

第二节 水泥行业应对策略

- 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年中国水泥行业发展战略及规划建议

第一节 中国水泥行业品牌战略分析

- 一、水泥企业品牌的重要性
- 二、水泥企业实施品牌战略的意义
- 三、水泥企业品牌的现状分析
- 四、水泥企业的品牌战略
- 五、水泥品牌战略管理的策略

第二节 中国水泥行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国水泥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 水泥行业竞争力提升策略

一、水泥行业产品差异性策略

二、水泥行业个性化服务策略

三、水泥行业的促销宣传策略

四、水泥行业信息智能化策略

五、水泥行业品牌化建设策略

六、水泥行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国水泥行业发展策略及投资建议

第一节 中国水泥行业产品策略分析

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 中国水泥行业营销渠道策略

一、水泥行业渠道选择策略

二、水泥行业营销策略

第三节 中国水泥行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国水泥行业重点投资区域分析

二、中国水泥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/jiajujiancai/534512534512.html>