

中国钢铁贸易市场调研及未来五年发展定位研究 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《中国钢铁贸易市场调研及未来五年发展定位研究报告》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/gangtie/214636214636.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

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。

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，五家企业总资产为4969.5亿元，只占全国总净利润的7.5%。

报告目录：

第一章 钢铁贸易行业相关概述

1.1 行业界定

1.1.1 概念界定

1.1.2 基本特点

1.2 行业经营特征

1.2.1 替代品有效性较小

1.2.2 行业进入壁垒较低

1.2.3 行业呈现区域集中性

1.2.4 行业整体属于成熟期

第二章 钢铁贸易行业产业链解析

2.1 产业链构成分析

2.1.1 钢贸行业整体产业链

2.1.2 钢贸行业细分产业链

2.2 上游行业影响因素分析

2.2.1 钢铁供需状况

2.2.2 钢材价格行情

2.3 下游行业需求分析

2.3.1 下游需求格局

2.3.2 建筑用钢

2.3.3 机械用钢

2.3.4 汽车用钢

2.3.5 家电用钢

2.3.6 船舶用钢

第三章 下游终端行业运行状况分析

2.4.1 房地产业开发状况及前景展望

2.4.2 基础设施建设状况及前景展望

2.4.3 机械工业运行状况及前景展望

2.4.4 汽车行业运行状况及前景展望

2.4.5 家电行业运行状况及前景展望

2.4.6 石化行业运行状况及前景展望

2.4.7 船舶工业运行状况及前景展望

第四章 中国钢铁贸易行业发展环境分析

4.1 经济环境

4.1.1 中国宏观经济运行现状

4.1.2 中国产业经济结构分析

4.1.3 中国经济运行特征及挑战

4.1.4 中国宏观经济政策走势

4.2 政策环境

4.2.1 钢铁行业政策法规汇总

4.2.2 钢铁贸易税收政策的调整情况

4.2.3 钢铁行业面临的贸易保护主义

4.2.4 钢铁电子交易市场规范及监管

4.2.5 钢铁期货交易市场规范及监管

4.2.6 钢铁现货交易市场规范及监管

4.2.7 金融货币政策对钢铁贸易的影响

4.3 社会环境

4.3.1 行业社会环境概述

4.3.2 行业社会需求变化

4.3.3 行业劳动生产率分析

4.3.4 贸易摩擦形势分析

第五章 中国钢铁贸易行业深度分析

5.1 中国钢铁产业供需现状

5.1.1 行业生产总量分析

5.1.2 行业区域产量格局

5.1.3 行业消费总量分析

5.1.4 行业消费分布格局

5.2 中国钢铁行业经营情况

5.2.1 行业经济规模分析

5.2.2 行业盈利能力分析

5.2.3 行业营运能力分析

5.2.4 行业偿债能力分析

5.3 中国钢铁贸易行业发展概况

5.3.1 行业发展历程

5.3.2 市场环境分析

5.3.3 行业发展现状

5.3.4 行业特征分析

5.3.5 行业转型态势

5.3.6 企业格局分析

5.3.7 竞争模型分析

5.3.8 贸易流通环节

5.4 中国钢铁贸易行业企业格局

5.4.1 大型流通企业

5.4.2 大中型、区域性流通企业

5.4.3 小型、微型钢贸企业

5.4.4 企业竞争格局变化趋势

5.5 中国钢铁国际贸易的SWOT分析

5.5.1 优势分析 (STRENGTH)

5.5.2 劣势分析 (WEAKNESS)

5.5.3 机会分析 (OPPORTUNITY)

5.5.4 威胁分析 (THREAT)

5.6 中国钢铁国际贸易数据分析

5.6.1 12月主要贸易国钢铁进口市场分析

5.6.2 12月主要贸易国钢铁出口市场分析

5.6.3 12月主要省份钢铁进口市场分析

5.6.4 12月主要省份钢铁出口市场分析

5.7 中国主要钢铁产品贸易形势分析

5.7.1 生铁贸易状况

5.7.2 铁合金贸易状况

5.7.3 钢材贸易状况

5.7.4 废钢贸易状况

5.8 中国钢铁贸易行业的挑战及建议

5.8.1 运营困境分析

5.8.2 主要挑战分析

5.8.3 行业发展建议

第六章 中国主要地区钢铁贸易形势分析

6.1 东北地区钢铁贸易形势分析

6.1.1 东北地区钢铁产量增长情况

6.1.2 东北地区钢铁产值增长情况

6.1.3 东北地区钢铁贸易形势分析

6.2 华北地区钢铁贸易形势分析

6.2.1 华北地区钢铁产量增长情况

6.2.2 华北地区钢铁产值增长情况

6.2.3 华北地区钢铁贸易形势分析

6.3 华东地区钢铁贸易形势分析

6.3.1 华东地区钢铁产量增长情况

6.3.2 华东地区钢铁产值增长情况

6.3.3 华东地区钢铁贸易形势分析

6.4 华南地区钢铁贸易形势分析

6.4.1 华南地区钢铁产量增长情况

6.4.2 华南地区钢铁产值增长情况

6.4.3 华南地区钢铁贸易形势分析

6.5 华中地区钢铁贸易形势分析

6.5.1 华中地区钢铁产量增长情况

6.5.2 华中地区钢铁产值增长情况

6.5.3 华中地区钢铁贸易形势分析

6.6 西南地区钢铁贸易形势分析

6.6.1 西南地区钢铁产量增长情况

6.6.2 西南地区钢铁产值增长情况

6.6.3 西南地区钢铁贸易形势分析

6.7 西北地区钢铁贸易形势分析

6.7.1 西北地区钢铁产量增长情况

6.7.2 西北地区钢铁产值增长情况

6.7.3 西北地区钢铁贸易形势分析

第七章 钢铁贸易行业营销模式分析

7.1 国际钢铁贸易典型模式

7.1.1 日韩模式

7.1.2 欧美模式

7.1.3 中国模式

7.2 日本钢铁贸易模式解析

7.2.1 市场主体分析

7.2.2 基本模式及主体定位

7.2.3 基本流程分析

7.2.4 主要特点分析

7.3 美国钢铁贸易模式解析

- 7.3.1 钢铁工业布局决定直销模式
- 7.3.2 流通商强势成长巩固直销模式
- 7.4 钢铁现货销售模式分析
 - 7.4.1 直供销售模式
 - 7.4.2 代理（经销）商销售模式
 - 7.4.3 自营销售模式
 - 7.4.4 加工配送销售方式
 - 7.4.5 网络销售模式
 - 7.4.6 未来销售模式组合建议
- 7.5 钢铁期货交易模式分析
 - 7.5.1 钢材期货交易背景
 - 7.5.2 钢铁期货交易利处
 - 7.5.3 钢铁期货交易成效
 - 7.5.4 钢铁期货交易规模
 - 7.5.5 钢铁期货套保规模
- 7.6 钢铁电子交易模式分析
 - 7.6.1 钢铁电子交易模式分类情况
 - 7.6.2 钢铁电子交易模式特点分析
 - 7.6.3 钢铁电商平台主要交易模式
 - 7.6.4 钢铁电子交易模式与其他模式的比较
 - 7.6.5 钢铁电子交易模式应用状况
 - 7.6.6 钢铁电子交易模式发展现状
 - 7.6.7 钢铁电子交易模式问题分析
 - 7.6.8 钢铁电子交易模式未来方向
- 第八章 中国钢材贸易市场发展分析
 - 8.1 中国钢材贸易市场基本类型
 - 8.1.1 票据式交易市场
 - 8.1.2 “前店后库”式交易市场
 - 8.1.3 电子化交易市场
 - 8.2 中国钢材贸易市场发展概况
 - 8.2.1 市场发展特征简述
 - 8.2.2 交易市场分布情况
 - 8.2.3 传统市场生存现状
 - 8.2.4 市场变革态势分析
 - 8.2.5 未来转型升级出路

8.3 中国区域典型钢材市场介绍

8.3.1 东北地区主要钢材市场

8.3.2 华北地区主要钢材市场

8.3.3 华东地区主要钢材市场

8.3.4 华南地区主要钢材市场

8.3.5 西北地区主要钢材市场

8.3.6 西南地区主要钢材市场

第九章 钢铁贸易行业物流发展分析

9.1 钢铁贸易行业物流发展综述

9.1.1 国外钢铁物流发展特点

9.1.2 中国钢铁物流基本情况

9.1.3 中国钢铁物流运行特征

9.1.4 中国钢铁物流优劣势分析

9.1.5 中国钢铁物流运行模式

9.2 中国钢铁贸易行业物流发展现状

9.2.1 钢铁物流行业规模

9.2.2 钢铁物流标准项目发展路线

9.2.3 钢铁物流信息化发展

9.2.4 钢贸物流发展空间

9.3 钢铁贸易行业物流成本分析

9.3.1 成本构成情况

9.3.2 成本现状分析

9.3.3 成本降低方法解析

9.4 钢铁贸易物流园区发展分析

9.4.1 钢铁物流园基本特征

9.4.2 钢铁物流园综合效益

9.4.3 钢铁物流园投资动态

9.4.4 钢铁物流园高效降本策略

9.4.5 钢铁物流园转型升级战略

9.4.6 钢铁物流园发展趋势

9.5 钢铁贸易行业物流发展建议

9.5.1 发展思路分析

9.5.2 转型升级建议

9.5.3 融资困境破解策略

第十章 钢铁贸易行业领先企业经营状况分析

10.1 上海宝钢宝山钢材贸易有限公司

10.1.1 企业发展概况

10.1.2 企业组织架构

10.1.3 企业主营产品

10.1.4 企业营销网络

10.1.5 企业经营业绩

10.2 武汉钢铁集团鄂城钢铁有限责任公司

10.2.1 企业发展概况

10.2.2 企业组织架构

10.2.3 企业主营产品

10.2.4 企业技术成果

10.2.5 企业营销思路

10.3 北京首钢新钢联科贸有限公司

10.3.1 企业发展概况

10.3.2 企业组织架构

10.3.3 企业营销网络

10.4 太原钢铁（集团）有限公司

10.4.1 企业发展概况

10.4.2 企业组织架构

10.4.3 企业主营业务

10.4.4 企业营销网络

10.4.5 企业经营业绩

10.5 五矿发展股份有限公司

10.5.1 企业发展概况

10.5.2 经营效益分析

10.5.3 业务经营分析

10.5.4 财务状况分析

10.5.5 未来前景展望

10.6 上海百营钢铁集团有限公司

10.6.1 企业发展概况

10.6.2 企业营销网络

10.6.3 企业战略分析

10.7 上海宝闽钢铁集团有限公司

10.7.1 企业发展概况

10.7.2 企业组织架构

10.7.3 企业营销网络

10.8 中国中钢集团公司

10.8.1 企业发展概况

10.8.2 企业组织架构

10.8.3 企业主营业务

10.8.4 企业营销网络

10.8.5 企业经营业绩

10.9 中国铁路物资股份有限公司

10.9.1 企业发展概况

10.9.2 企业组织架构

10.9.3 企业主营业务

10.9.4 企业经营业绩

10.9.5 企业战略动向

10.10 浙江省物产集团公司

10.10.1 企业发展概况

10.10.2 企业组织架构

10.10.3 企业主营业务

10.10.4 企业经营业绩

10.10.5 未来发展规划

第十一章 主要钢铁电子交易平台经营状况分析

11.1 上海钢联电子商务股份有限公司（我的钢铁网）

11.1.1 企业发展概况

11.1.2 经营效益分析

11.1.3 业务经营分析

11.1.4 财务状况分析

11.1.5 未来前景展望

11.2 上海大宗钢铁电子交易中心

11.2.1 平台简介

11.2.2 交易模式

11.2.3 平台建设

11.2.4 发展特点

11.2.5 成功经验

11.2.6 未来发展

11.3 东方钢铁电子交易平台

11.3.1 平台简介

11.3.2 交易模式

11.3.3 平台建设

11.3.4 服务体系

11.4 钢之源电子交易市场

11.4.1 平台简介

11.4.2 交易模式

11.4.3 主要成就

11.5 上海中联钢钢铁电子交易市场

11.5.1 平台简介

11.5.2 交易模式

11.5.3 发展特点

11.5.4 发展优势

11.6 兰格钢铁网

11.6.1 平台简介

11.6.2 业务发展

11.6.3 交易模式

11.7 你的钢网

11.7.1 平台简介

11.7.2 业务模式

11.7.3 业务发展

11.7.4 发展优势

第十二章 中国钢铁贸易企业经营模式及转型战略分析

12.1 钢贸企业典型发展模式评析

12.1.1 钢厂代理模式

12.1.2 绑定终端模式

12.1.3 期现配合模式

12.1.4 操作行情模式

12.1.5 市场搬货模式

12.1.6 佣金代理模式

12.1.7 产融结合模式

12.2 微利时期钢贸企业的变化分析

12.2.1 厂商关系的变化

12.2.2 钢贸经营结构的变化

12.2.3 钢贸经营模式的变化

12.3 钢铁贸易企业模式创新思考

- 12.3.1 供应链金融服务模式
- 12.3.2 金融平台下的配供配送模式
- 12.3.3 订单营销模式
- 12.3.4 电子商务模式
- 12.3.5 产融结合模式
- 12.4 钢铁贸易企业的转型策略探讨
 - 12.4.1 企业发展壮大建议
 - 12.4.2 企业风险管控对策
 - 12.4.3 企业战略转型升级措施
 - 12.4.4 企业整合与重构思路
 - 12.4.5 企业市场制胜策略
- 12.5 2014年钢铁贸易企业市场突围战略
 - 12.5.1 库存前置
 - 12.5.2 网上销售
 - 12.5.3 互补合作
 - 12.5.4 个性服务
- 12.6 钢铁贸易企业盈利模式创新路径
 - 12.6.1 盈利环境分析
 - 12.6.2 产品结构盈利模式
 - 12.6.3 创新服务盈利模式
 - 12.6.4 规模经营盈利模式
 - 12.6.5 供需网链结构盈利模式
- 第十三章 钢铁贸易行业投融资及趋势预测分析
 - 13.1 钢贸行业投资前景分析
 - 13.1.1 行业竞争力弱
 - 13.1.2 受政策调控影响大
 - 13.1.3 企业生存压力大
 - 13.1.4 行业平均利润较低
 - 13.1.5 经营管理风险较大
 - 13.1.6 信贷形势严峻
 - 13.2 中小型钢贸企业融资风险分析
 - 13.2.1 融资风险评估
 - 13.2.2 融资风险控制措施
 - 13.3 钢贸企业供应链融资解决方案
 - 13.3.1 核心企业绑定式的钢贸业融资需求及解决方案

13.3.2 以市场为主导的钢贸业融资需求及解决方案

13.3.3 佣金带来模式下的钢贸业融资需求及解决方案

13.4 钢贸行业投资机会及趋势预测分析

13.4.1 行业发展机会

13.4.2 未来发展方向

13.5 未来五年钢铁贸易行业供需趋势分析

13.5.1 钢铁供需影响因素分析

13.5.2 未来五年钢铁供给规模预测

13.5.3 未来五年钢铁需求规模预测

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/gangtie/214636214636.html>