

2018年中国水泥市场分析报告- 行业运营态势与投资前景研究

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《2018年中国水泥市场分析报告-行业运营态势与投资前景研究》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/jiajujiancai/326131326131.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

12月10日，环保部部长李干杰表示，今年是“大气十条”的收官之年，从目前情况看，设定的重要目标有望全部实现。环保力度加强有目共睹，但绝不是阶段性“轰轰烈烈”，目标有望全部实现是对十年来环保行动成果的肯定，长期发展基调在“绿水青山就是金山银山”中已经呈现。

表：2017下半年环保督察情况 资料来源：公开资料整理

环保力度将继续贯彻，南方地区“随机应变”的环保机制将逐步成熟，时时监测大气变化，达到触发条件后执行污染企业限产停产。今年南方多地旺季第一次因环保限产，出现价格急涨现象，预计明年过程将相对缓和，但不会影响供不应求涨价的根本逻辑。

9月安徽铜陵出台《铜陵市人民政府办公室关于印发铜陵市采取超常规措施确保完成省政府确定我市2017年空气质量目标工作方案的通知》，超常规措施实施阶段，全市范围内的水泥、有色金属冶炼、钢铁（球团）、化工等重点行业企业严格落实限产30%措施。即水泥行业有条件限产30%。

江苏省建材协会发布《2017年江苏省水泥行业11-12月份停窑方案》，规定从2017年11月1日24:00开始停窑，到2017年12月31日24:00结束，企业平均每条窑停窑20天。

10月浙北湖州市长兴县节能办发布10-12月开展去产能、保环境攻坚行动通知，其中水泥行业2017年10月21日-12月31日每月限产15天。

南京12月3号8时启动《南京市冬春季节空气环境质量保障管控方案》二级防控措施，全市水泥、铸造行业全部停产，除市政重点工程外，全市范围内工地全部停工，对停工工地裸露地采取防尘降尘措施，混凝土搅拌站停产

安徽阜阳自12月5日20时起启动重污染天气Ⅲ级应急响应，市经济和信息化委员会下发通知，要求淮海中联水泥有限公司阜阳分公司（颍泉区）等6家企业限产20%，涉及建材、火电、化工、冶金、煤矿等多个行业

江西全省水泥、熟料生产企业（含粉磨站）将于12月20日-24日统一停产5天

今年是“错峰生产”执行第四年，参与省区不断扩充，例如从最初京津冀晋鲁豫6个省区，到现在北方15省采暖季联合错峰，时间跨度不断拉长，例如最初京津冀仅错峰2个月到现

在新疆部分地区错峰6个半月，参与阶段不断丰富，不仅是冬季采暖季错峰，夏季、秋季也被包含进来。但今年环保的作用格外突出。环保的影响不仅体现在四季度南方地区的灵活性、触发性上，更规模性体现在北方部分地区时间延长，以及“2+26”大气通道城市的特殊要求上。例如北京、天津、河北等省市共同印发《京津冀及周边地区2017-2018年秋冬季大气污染综合治理攻坚行动方案》提出要求，2017年10月至2018年3月，京津冀大气污染传输通道“2+26”城市PM2.5平均浓度同比下降15%以上，重污染天数同比下降15%以上。除了保障供暖等民生任务，水泥、砖瓦窑、陶瓷、石膏板等建材行业采暖季全部实施停产。

表：2017年下半年部分地区错峰、限产安排 资料来源：公开资料整理

1.涨价引起下游反对是近期主要关注点，如何看待混凝土协会的发文？

12月4日，武汉混凝土协会发布“紧急报告”中提及9月以来水泥上涨约150-200元/吨，黄沙上涨约30元，青石上涨约10元/吨。原材料价格大幅上涨导致预拌混凝土（砂浆）价格剧烈波动，供应矛盾日趋严重，甚至出现有价无市现象。因此请求各个部门重视并干预混凝土原材料，尤其是水泥的无序暴涨乱象。12月5日，贵州预拌混凝土行业协会也发文表示为支持“大扶贫”工程项目建设，严禁水泥、混凝土等主要建筑材料产品趁势涨价，价格不得高于《贵州省工程造价信息》发布的市场参考价格的5%。对此，12月7日，中国水泥协会表示：当前的水泥价格依旧处于合理区间。根据协会公布数据，全国水泥均价从2月的327元/吨上涨至12月初的392元/吨（不含西藏），涨幅近20%。但不同地区供求关系出现较大差异，少数个别地区价格短期涨幅较大。

如何看待混凝土协会的发文？

首先，中国水泥协会已做出官方回应，市场情绪稳定。从历史角度看，目前均价390元/吨并未突破2010、2011年430元/吨高点，与年初相比吨涨幅仅为65元，且水泥用途下游分为重点工程与民用市场，一般工程价格变动幅度及频率受协议保护，因此，用“乱象”表达现行市场难免失真。第二，全国600余城市仅2市混凝土协会发声，并不具备代表性，影响力有限。第三，混凝土行业不能以成本波动为由，用低价质量不过关的产品替代。第四，今年南方局部紧张，北方部分区域错峰力度超去年同期，环保是重要诱因，供给新常态的产生带来一些“不适应感”不必过分担忧，今年将是未来一段时间新常态的开端。

表：近期部分区域随着水泥价格上涨，混凝土中水泥原料成本提高 资料来源：公开资料整理

混凝土成本构成主要为人工费、材料费、施工机械使用费、租金，材料费用占比约40-60%，建筑基地中混凝土成本占比20-40%，因此混凝土材料费用在建筑中占比8%-24%。

混凝土强度通常分为C15、C20至C60等多个等级，不同等级要求不同水泥、水、砂石等配比，1m³C25等级混凝土需要水泥、砂和石子体积约为0.33m³/0.4m³/0.8m³。混凝土分为预拌和现浇两类。

2. 看向新疆，看好淘汰32.5强度水泥的全国推行

水泥产能过剩实际指水泥熟料过剩，提高水泥产品标号可降低混合材比例，提高熟料使用比例，加快熟料产能消化。因此，水泥行业产品结构升级重点并非是提高产品附加值，而是增大对真正过剩产品的消耗量。32.5等级低标号水泥，类型也分为多种，其中今年9月工信部《通用硅酸盐水泥》中取消PC32.5R水泥，保留PS，PP，PF等其他类型。早在2015年12月1日已正式取消PC32.5；2007年在《GB175-2007_通用硅酸盐水泥》中取消PO32.5、PO32.5R。低标号水泥取消过程不会一蹴而就，全国范围可能要涉及下游建筑标准的修订，即使是小到一省，如新疆，从协会倡导到政府发文取消，前后也经历2年多时间，且在当地产能严重过剩，利用率不足40%基础上才加快淘汰进程。但这不影响借鉴新疆。

新疆是全国唯一正式取消32.5等级水泥区域，今年5月1日正式施行，淘汰品类包含GB 175-2007通用硅酸盐水泥标准6.3款中矿渣硅酸盐水泥、火山灰质硅酸盐水泥、粉煤灰硅酸盐水泥、复合硅酸盐水泥的32.5、32.5R强度等级。此外，今年5月，四川省人民政府办公厅发布《关于印发促进建材工业稳增长调结构增效益的实施方案的通知》，指出停止生产32.5等级复合硅酸盐水泥，提高生产和使用42.5及以上等级水泥产品比重。

还可以从集中度角度，论证淘汰低端水泥的自发性。产能过剩另一表现是低端小企业众多，行业集中度偏低。四季度出现价格倒挂现象，即熟料价超过水泥价，背后体现大企业控制熟料发货，增加自用比例的动机，同时，小粉磨站高价买进熟料却以较低价卖出水泥，如持续时间长将触发小企业角色转型贸易商或退出。大企业配备大规模磨机，小企业磨机小生产高标号水泥一直面临设备门槛高，因此，小企业减少市场集中度有望提高，产品规格自发性升级，水泥熟料产能过剩有所缓解。

此外，从国际先进经验中也可论证淘汰低标号水泥的趋势性。根据中国水泥网对2014-2015年48个国家水泥行业的统计，32.5水泥用量占比为8%~10%的有5个国家，即美、荷、科威特、阿联酋和埃及，占比为11%~15%的有15个国家，即英、日、加拿大、韩等，占总数的31.5%，占比16%~20%的有23个国家，而中国占比最高，达68%。其中，美国、欧洲、日本等发达国家占比基本低于20%。

图：中国32.5水泥用量比例68%为样本内最高 资料来源：公开资料整理（GYGSL）

我国高速增长的经济为水泥提供了广阔的市场空间，随着人民生活水平的不断提高，行业需求量激增，行业利润水平不断提高。但同时，随着行业内企业数量的增加，业内竞争逐渐加剧，行业内优秀的企业越来越重视市场的研究，特别是企业发展环境和需求趋势变化的研究。

观研天下发布的《2018年中国水泥市场分析报告-行业运营态势与投资前景研究》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。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统计局规模企业统计数据库及航空交易所等，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 2015-2017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

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、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 国内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 2015-2017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 欧盟水泥行业地区市场分析

一、欧盟水泥行业市场现状分析

二、欧盟水泥行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟水泥行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界水泥行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球水泥行业市场规模预测

第三章 2015-2017年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、水泥环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 2015-2017年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 中国水泥行业供需平衡分析

第六节 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、产成品分析
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析
- 七、销售费用分析
- 八、管理费用分析
- 九、财务费用分析
- 十、其他运营数据分析

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 2015-2017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分析
- 二、中国水泥行业企业集中度分析

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 中国水泥行业竞争力分析

- 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 2015-2017年中国水泥行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国水泥行业消费特点

第二节 中国水泥行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第二节 水泥行业成本分析

第三节 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

第四节 中国水泥行业价格现状分析

第五节 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 2015-2017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

第九章 2015-2017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SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国水泥行业竞争环境分析（水泥T）

- 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
 - 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

第三节 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

第四节 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

第五节 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 2018-2024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

四、水泥行业其他风险分析

第二节 水泥行业企业经营发展分析及建议

一、水泥行业经营模式

二、水泥行业销售模式

三、水泥行业创新方向

第三节 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2018-2024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

第十四章 2018-2024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 中国水泥行业定价策略分析

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

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/326131326131.html>