

2019年中国钢铁电商行业分析报告- 市场调研与未来趋势研究

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《2019年中国钢铁电商行业分析报告-市场调研与未来趋势研究》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/399815399815.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

2008~2013年，受世界金融危机爆发及其后的刺激政策影响，利润下降后又逐年增加，并在2013年达到第二个高峰，同期钢产量创当时新高。2014年至今，产量变化相对较小，利润急剧波动，2015年利润创前几年新低，2017年利润同比大幅增长，2018年以来仍维持较好的盈利水平。

“红利”期过后，钢铁行业对效率和质量的要求将在目前基础上进一步提升，行业竞争将面临新的局面。以前，钢铁行业的竞争靠打价格战，未来的竞争显然不能走老路，否则又将陷入亏损的境地。

传统的钢铁生产和销售模式的效率已接近顶峰，未来效率要实现更高提升必须引入大数据、物联网等新技术和新模式，与“互联网+”融合的程度及水平将决定企业未来的竞争力。这也对钢铁相关的电商平台企业提出了新的要求，既是机遇，也是挑战。

国内主要规模以上电商平台（年成交量超过100万吨）2015年的总成交量约为2.23亿吨，占当年钢材产量的20%；2016年总成交量为2.225亿吨，占19.6%；2017年总成交量为2.3亿吨，占22%。

数据来源：中国钢铁工业协会

现货市场的交易次数较多、频率较大，国内钢材的实际交易量要远大于产量。因此，电商平台总成交量占钢材社会流通量的比例要低于上述比例。

与此同时，钢铁电商领域的集中度进一步提升。2015年，CR4（前4家交易量占总交易量的比例）为63.7%；2016年，CR4为66.7%；2017年，CR4为74%，CR5为81%。集中度逐年提升，“巨头并存，其他中小区域性和专业型平台共同发展的竞争格局”继续巩固。

中国钢铁电商平台交易量集中度

数据来源：中国钢铁工业协会

发端于钢铁行业低迷期“井喷式”爆发的钢铁电商，数量最高时有三百余家，如今热度降低、数量收缩，钢铁生产企业电商、钢贸电商和互联网电商“三足鼎立”的竞争格局逐步分化，回归理性。

钢铁电商的商业模式，目前没有一种稳定盈利模式。国内钢铁电商市场方面，欧冶云商、钢银、找钢网凭借着远超同行的平台交易量，排名靠前。其中欧冶云商、钢银已经向寄

售、撮合为主的第三方电商平台方向发展；找钢网业务以撮合和自营为主，并不断加大自营比重。我国主要钢铁电商平台及排名情况

电商平台

经营模式

日均IP

ALEXA排名

欧冶云商

寄售+撮合为主

3000

268401

钢银电商

寄售+撮合为主

6000

94170

找钢网

自营+撮合为主

750

262681

数据来源：中国钢铁工业协会

目前钢铁行业电商的发展是国内所有B2B中发展最快、最耀眼、也是最快将走向成熟的一个行业。我国钢铁电商行业在成熟的市场下，有望达到1万亿左右的规模。钢铁电商必然会扩张的预期和广阔的市场空间吸引了众多行业领军企业、投资机构和资本大咖参与到钢铁电商。尽管钢铁电商平台的成交量已经出现了快速增长，但未来仍有很大的发展空间。（JPTC）

【报告大纲】

第一章 钢铁电商行业相关概述

第一节 钢铁电商基本概述

一、钢铁电商概念

二、钢铁电商功能

第二节 钢铁电商发展优势

一、压缩贸易环节

二、提供增信服务

三、提升物流效率

第二章 钢铁电商行业发展环境分析

第一节 政策环境

- 一、中国制造
- 二、“互联网+”政策
- 三、钢铁转型政策
- 四、产能过剩政策

第二节 经济环境

- 一、国民经济运行
- 二、工业经济发展
- 三、固定资产投资
- 四、社会消费品市场
- 五、中国经济发展趋势

第三节 技术环境

- 一、大数据
- 二、网络技术
- 三、安全技术
- 四、数据库技术
- 五、电子支付技术
- 六、Web浏览技术

第三章 2015-2018年中国钢铁行业发展情况分析

第一节 国外钢铁流通行业运作模式

- 一、欧美模式
- 二、日本模式
- 三、韩国模式
- 四、台湾模式

第二节 2015-2018年中国钢铁行业发展综述

- 一、传统钢贸特点
- 二、行业发展形势
- 三、行业改革政策
- 四、供给侧的改革
- 五、行业发展潜力

第三节 2015-2018年中国钢铁市场运行情况

- 一、市场发展现状

二、市场供需情况

三、进出口的规模

四、市场竞争情况

五、行业盈利水平

第四节 中国钢铁行业发展问题解析

一、集中度低问题

二、行业突出问题

三、行业转型压力

四、难复制国外流通模式

第五节 中国钢铁行业的发展对策

一、产业政策措施

二、行业发展策略

三、行业节能措施

四、产能过剩对策

五、行业流通变革出路

第四章 2015-2018年中国钢铁电商行业发展情况分析

第一节 2015-2018年中国钢铁电商市场综述

一、行业发展动因

二、电商模式优势

三、产业链的分析

四、市场发展规模

五、金融服务模式

六、供应链金融情况

第二节 2015-2018年中国钢铁电商市场竞争格局

一、主要电商平台

二、竞争形势分析

三、钢企自建电商平台

四、流通商的电商平台

五、资本领投的电商平台

六、钢铁资讯网的电商平台

第三节 2015-2018年中国钢铁电商地域发展情况

一、上海市

二、辽宁省

三、河北省

第四节 中国钢铁电商行业的发展问题

- 一、物流问题
- 二、市场化问题
- 三、平台差异化
- 四、力量的角力
- 五、资金的安全

第五节 中国钢铁电商行业的应对策略

- 一、完善相关法律
- 二、加强人才培养
- 三、建立物流配套
- 四、完善生态链条
- 五、行业突破方向

第五章 2015-2018年钢铁电商商业模式分析

第一节 钢铁电商发展模式发展综述

- 一、传统钢企模式
- 二、电商商业模式
- 三、盈利模式分析
- 四、营销模式分析

第二节 钢铁电商主要组织主体商务模式分析

- 一、生产企业电商平台
- 二、消费企业电商平台
- 三、第三方的电商平台
- 四、三类模式比较分析

第三节 中国钢铁电商运行模式分析

- 一、运行模式特点
- 二、运行模式对比
- 三、模式现状分析
- 四、发展面临挑战
- 五、模式发展方向

第四节 钢铁电商流量导入模式发展分析

- 一、流量导入模式
- 二、主要营销模式
- 三、撮合营销模式
- 四、寄售营销模式

五、供应链集成服务模式

第五节 钢铁电商B2B模式发展分析

- 一、B2B市场规模
- 二、市场竞争情况
- 三、盈利模式分析
- 四、钢铁B2B网站
- 五、钢铁B2B企业
- 六、模式发展建议

第六节 钢铁电商O2O模式发展分析

- 一、模式核心优势
- 二、O2O市场规模
- 三、O2O模式关键
- 四、模式盈利能力
- 五、O2O发展空间

第六章 2015-2018年中国钢铁物流行业发展分析

第一节 2015-2018年中国钢铁物流市场综述

- 一、产业发展历程
- 二、产业链的情况
- 三、行业发展形势
- 四、行业发展现状
- 五、市场发展潜力

第二节 中国钢铁物流产业盈利模式分析

- 一、产品结构盈利模式
- 二、创新服务盈利模式
- 三、规模经营盈利模式
- 四、供需网链结构模式

第三节 2015-2018年中国钢铁物流园区发展情况

- 一、园区建设必要性
- 二、园区发展现状
- 三、园区建设布局
- 四、园区发展问题
- 五、园区发展建议

第四节 中国钢铁物流产业发展困境及建议

- 一、发展面临困境

二、构建核心竞争力

三、创新经营模式

第七章 钢铁电商重点平台发展情况分析

第一节 欧冶云商

一、平台发展简况分析

二、平台产品服务分析

三、平台经营状况分析

1、平台偿债能力分析

2、平台运营能力分析

3、平台盈利能力分析

四、平台竞争优势分析

第二节 中钢在线

一、平台发展简况分析

二、平台产品服务分析

三、平台经营状况分析

1、平台偿债能力分析

2、平台运营能力分析

3、平台盈利能力分析

四、平台竞争优势分析

第三节 上海钢联

一、平台发展简况分析

二、平台产品服务分析

三、平台经营状况分析

1、平台偿债能力分析

2、平台运营能力分析

3、平台盈利能力分析

四、平台竞争优势分析

第四节 鑫益联

一、平台发展简况分析

二、平台产品服务分析

三、平台经营状况分析

1、平台偿债能力分析

2、平台运营能力分析

3、平台盈利能力分析

四、平台竞争优势分析

第五节 飞谷网

一、平台发展简况分析

二、平台产品服务分析

三、平台经营状况分析

1、平台偿债能力分析

2、平台运营能力分析

3、平台盈利能力分析

四、平台竞争优势分析

第六节 钢钢网

一、平台发展简况分析

二、平台产品服务分析

三、平台经营状况分析

1、平台偿债能力分析

2、平台运营能力分析

3、平台盈利能力分析

四、平台竞争优势分析

第七节 欧浦钢网

一、平台发展简况分析

二、平台产品服务分析

三、平台经营状况分析

1、平台偿债能力分析

2、平台运营能力分析

3、平台盈利能力分析

四、平台竞争优势分析

第八节 其他重点平台发展情况

一、钢企网

二、首钢采购

三、河北钢铁交易中心

第八章 中国钢铁电商行业投资分析

第一节 投资机遇

一、互联网+机遇

二、产业链发展机遇

三、流通体制改革机遇

第二节 融资渠道

- 一、银行贷款
- 二、小贷公司
- 三、民间借贷
- 四、网贷平台
- 五、电商贷款

第三节 投资动态

- 一、鑫益联
- 二、找钢网
- 三、上海钢银

第四节 投资风险

- 一、产能过剩
- 二、同质化严重

第九章 中国钢铁电商行业发展前景展望

第一节 中国钢铁行业发展前景分析

- 一、行业前景分析
- 二、绿色贷款支持
- 三、行业政策良机
- 四、园区发展趋势

第二节 中国钢铁电商市场发展展望

- 一、市场发展前景
- 二、行业发展趋势
- 三、资本加注钢铁电商

第三节 中国钢铁电商市场容量预测

- 一、总体预测
- 二、资讯环节
- 三、交易环节
- 四、运输环节
- 五、仓储环节
- 六、加工环节
- 七、融资环节
- 八、广告环节

部分图表目录：

图表：钢铁电商功能

图表：钢铁电商的优势

图表：钢贸信用风险及电商解决之道

图表：2015-2018年粗钢日均产量同比、环比变动

图表：2015-2018年粗钢、生铁、钢材产量同比变动情况

图表：2015-2018年钢材月出口量同比变动情况

图表：2015-2018年粗钢月净出口量同比变动情况

图表：2015-2018年粗钢月表观消费量同比变动情况

图表：2015-2018年粗钢累计表观消费量同比变动趋势

图表：重点钢铁企业钢材库存、全国和上海地区钢材社会库存

图表：2015-2018年大中型钢企钢材旬库存同比变动情况

图表：2015-2018年钢材社会库存量

图表：2015-2018年上海钢材市场终端线螺采购量月度环比变动情况

图表：2015-2018年铁矿石原矿累计产量同比增速情况

图表：2015-2018年铁矿砂累计进口量同比增速情况

图表详见报告正文 (GYZQPT)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造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。《2019年中国钢铁电商行业分析报告-市场调研与未来趋势研究》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。

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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/gangtie/399815399815.html>