

2017-2022年中国钢铁电商产业专项调查及十三五 投资战略规划报告

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《2017-2022年中国钢铁电商产业专项调查及十三五投资战略规划报告》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/265384265384.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

中国报告网发布的《2017-2022年中国钢铁电商产业专项调查及十三五投资战略规划报告》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。

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证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

【报告目录】

第一章 钢铁电商行业相关概述

1.1 钢铁电商基本概念

1.1.1 钢铁电商概念

1.1.2 钢铁电商功能

1.2 钢铁电商发展优势

1.2.1 压缩贸易环节

1.2.2 提供增信服务

1.2.3 提升物流效率

第二章 钢铁电商行业发展环境分析

2.1 政策环境

2.1.1 中国制造

2.1.2 “互联网+”政策

2.1.3 钢铁转型政策

2.1.4 产能过剩政策

2.2 经济环境

2.2.1 国民经济运行

2.2.2 工业经济发展

2.2.3 固定资产投资

2.2.4 社会消费品市场

2.2.5 中国经济发展趋势

2.3 技术环境

2.3.1 大数据

2.3.2 网络技术

2.3.3 安全技术

2.3.4 数据库技术

2.3.5 电子支付技术

2.3.6 Web浏览技术

第三章 2014-2016年中国钢铁行业发展情况分析

3.1 国外钢铁流通行业运作模式

3.1.1 欧美模式

3.1.2 日本模式

3.1.3 韩国模式

3.1.4 台湾模式

3.2 2014-2016年中国钢铁行业发展综述

3.2.1 传统钢贸特点

3.2.2 行业发展形势

3.2.3 行业改革政策

3.2.4 供给侧的改革

3.2.5 行业发展潜力

3.3 2014-2016年中国钢铁市场运行情况

3.3.1 市场发展现状

3.3.2 市场供需情况

3.3.3 进出口的规模

3.3.4 市场竞争情况

3.3.5 行业盈利水平

3.4 中国钢铁行业发展问题解析

3.4.1 集中度低问题

3.4.2 行业突出问题

3.4.3 行业转型压力

3.4.4 难复制国外流通模式

3.5 中国钢铁行业的发展对策

3.5.1 产业政策措施

3.5.2 行业发展策略

3.5.3 行业节能措施

3.5.4 产能过剩对策

3.5.5 行业流通变革出路

第四章 2014-2016年中国钢铁电商行业发展情况分析

4.1 2014-2016年中国钢铁电商市场综述

4.1.1 行业发展动因

4.1.2 电商模式优势

4.1.3 产业链的分析

4.1.4 市场发展规模

4.1.5 金融服务模式

4.1.6 供应链金融情况

4.2 2014-2016年中国钢铁电商市场竞争格局

4.2.1 主要电商平台

4.2.2 竞争形势分析

4.2.3 钢企自建电商平台

4.2.4 流通商的电商平台

4.2.5 资本领投的电商平台

4.2.6 钢铁资讯网的电商平台

4.3 2014-2016年中国钢铁电商地域发展情况

4.3.1 上海市

4.3.2 辽宁省

4.3.3 河北省

4.4 中国钢铁电商行业的发展问题

4.4.1 物流问题

4.4.2 市场化问题

4.4.3 平台差异化

4.4.4 力量的角力

4.4.5 资金的安全

4.5 中国钢铁电商行业的应对策略

4.5.1 完善相关法律

4.5.2 加强人才培养

4.5.3 建立物流配套

4.5.4 完善生态链条

4.5.5 行业突破方向

第五章 2014-2016年钢铁电商商业模式分析

5.1 钢铁电商发展模式发展综述

5.1.1 传统钢企模式

5.1.2 电商商业模式

5.1.3 盈利模式分析

5.1.4 营销模式分析

5.2 钢铁电商主要组织主体商务模式分析

5.2.1 生产企业电商平台

5.2.2 消费企业电商平台

5.2.3 第三方的电商平台

5.2.4 三类模式比较分析

5.3 中国钢铁电商运行模式分析

5.3.1 运行模式特点

5.3.2 运行模式对比

5.3.3 模式现状分析

5.3.4 发展面临挑战

5.3.5 模式发展方向

5.4 钢铁电商流量导入模式发展分析

5.4.1 流量导入模式

5.4.2 主要营销模式

5.4.3 撮合营销模式

5.4.4 寄售营销模式

5.4.5 供应链集成服务模式

5.5 钢铁电商B2B模式发展分析

5.5.1 B2B市场规模

5.5.2 市场竞争情况

5.5.3 盈利模式分析

5.5.4 钢铁B2B网站

5.5.5 钢铁B2B企业

5.5.6 模式发展建议

5.6 钢铁电商O2O模式发展分析

5.6.1 模式核心优势

5.6.2 O2O市场规模

5.6.3 O2O模式关键

5.6.4 模式盈利能力

5.6.5 O2O发展空间

第六章 2014-2016年中国钢铁物流行业发展分析

6.1 2014-2016年中国钢铁物流市场综述

- 6.1.1 产业发展历程
- 6.1.2 产业链的情况
- 6.1.3 行业发展形势
- 6.1.4 行业发展现状
- 6.1.5 市场发展潜力
- 6.2 中国钢铁物流产业盈利模式分析
 - 6.2.1 产品结构盈利模式
 - 6.2.2 创新服务盈利模式
 - 6.2.3 规模经营盈利模式
 - 6.2.4 供需网链结构模式
- 6.3 2014-2016年中国钢铁物流园区发展情况
 - 6.3.1 园区建设必要性
 - 6.3.2 园区发展现状
 - 6.3.3 园区建设布局
 - 6.3.4 园区发展问题
 - 6.3.5 园区发展建议
- 6.4 中国钢铁物流产业发展困境及建议
 - 6.4.1 发展面临困境
 - 6.4.2 构建核心竞争力
 - 6.4.3 创新经营模式
- 第七章 2014-2016年钢铁电商重点平台发展情况分析
 - 7.1 欧冶云商
 - 7.1.1 平台发展概况
 - 7.1.2 平台交易规模
 - 7.1.3 平台商业模式
 - 7.1.4 线下配套设施
 - 7.1.5 平台规划分析
 - 7.1.6 平台合作动态
 - 7.1.7 平台发展战略
 - 7.1.8 平台发展前景
 - 7.2 中钢在线
 - 7.2.1 平台发展概况
 - 7.2.2 引领帮买电商
 - 7.2.3 电商线上运营
 - 7.2.4 平台运营模式

7.2.5 跨境电商模式

7.2.6 电商转型模式

7.3 上海钢联

7.3.1 平台发展概况

7.3.2 平台发展现状

7.3.3 线下配套设施

7.3.4 经营效益分析

7.3.5 业务经营分析

7.3.6 财务状况分析

7.3.7 未来前景展望

7.4 鑫益联

7.4.1 平台发展概况

7.4.2 发展形势分析

7.4.3 线下配套设施

7.4.4 平台运营模式

7.4.5 平台模式对比

7.4.6 平台线上战略

7.5 飞谷网

7.5.1 平台发展概况

7.5.2 平台运行现状

7.5.3 模式运作情况

7.5.4 模式应用核心

7.6 钢钢网

7.6.1 平台发展概况

7.6.2 平台优势分析

7.6.3 平台O2O模式

7.6.4 平台战略合作

7.7 欧浦钢网

7.7.1 平台发展概况

7.7.2 平台运行情况

7.7.3 线下配套设施

7.7.4 引领市场升级

7.8 其他重点平台发展情况

7.8.1 钢企网

7.8.2 首钢采购

7.8.3 河北钢铁交易中心

第八章 中国钢铁电商行业投资分析

8.1 投资机遇

8.1.1 互联网+机遇

8.1.2 产业链发展机遇

8.1.3 流通体制改革机遇

8.2 融资渠道

8.2.1 银行贷款

8.2.2 小贷公司

8.2.3 民间借贷

8.2.4 网贷平台

8.2.5 电商贷款

8.3 投资动态

8.3.1 鑫益联

8.3.2 找钢网

8.3.3 上海钢银

8.4 投资风险

8.4.1 产能过剩

8.4.2 同质化严重

第九章 中国钢铁电商行业发展前景展望

9.1 中国钢铁行业发展前景分析

9.1.1 行业前景分析

9.1.2 绿色贷款支持

9.1.3 行业政策良机

9.1.4 园区发展趋势

9.2 中国钢铁电商市场发展展望

9.2.1 市场发展前景

9.2.2 行业发展趋势

9.2.3 资本加注钢铁电商

9.3 中国钢铁电商市场容量预测

9.3.1 总体预测

9.3.2 资讯环节

9.3.3 交易环节

9.3.4 运输环节

9.3.5 仓储环节

9.3.6 加工环节

9.3.7 融资环节

9.3.8 广告环节

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年年末人口数及其构成

图表 2014-2016年国内生产总值及其增速

图表 2014-2016年城镇新增就业人数

图表 2014-2016年全国一般公共预算支出

图表 2014-2016年国家外汇储备

图表 2014-2016年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 2014-2016年固定资产投资到位资金同比增速

图表 2014-2016年社会消费品零售总额同比增速

图表 美国钢材流通过程

图表 中美日和全球电炉钢比重水平

图表 美国钢材进口量占产量的比重

图表 美国钢材流通商历年战友钢材资源的比重

图表 20世纪70年代6大商社占6大钢企销售的比重

图表 日本六大企业集团及所属金融机构与商社

图表 日本综合商社及钢企对外投资的铁矿山资源情况

图表 日本综合商社及钢企对外的焦煤资源投资情况

图表 2016年中国大中型钢铁企业实现销售收入规模

图表 传统钢贸流通环节

图表 钢铁行业主要政策

图表 2014-2016年粗钢日均产量同比、环比变动

图表 2014-2016年粗钢、生铁、钢材产量同比变动情况

图表 2014-2016年钢材月出口量同比变动情况

图表 2014-2016年粗钢月净出口量同比变动情况

图表 2014-2016年粗钢月表观消费量同比变动情况

图表 2014-2016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 2014-2016年大中型钢企钢材旬库存同比变动情况

图表 2014-2016年钢材社会库存量

图表 2014-2016年上海钢材市场终端线螺采购量月度环比变动情况

图表 2014-2016年铁矿石原矿累计产量同比增速情况

图表 2014-2016年铁矿砂累计进口量同比增速情况

图表 2014-2016年铁矿石累计进口量占比

图表 2014-2016年铁矿石月进口量占比情况

图表 2014-2016年铁矿石过剩量环比增速

图表 2014-2016年进口矿港口库存增幅

图表 2014-2016年中国主要钢铁企业粗钢产量

图表 2016年中国钢铁企业增减产排名

图表 中国钢铁企业增减产名单（分企业）

图表 2016年中大型钢铁企业财务数据汇编

图表 2014-2016年钢铁行业利润率变化情况

图表 钢铁企业盈利前20名

图表 钢铁企业亏损前20名

图表 2014-2016年钢铁产业链利润分布

图表 中国的钢铁行业成本结构

图表 中国钢铁产业集中度（CR2）

图表 中国重点钢铁企业每万元销售收入财务费用

图表 日本钢铁业流通模式

图表 中日2016年全球500强中主要钢贸企业财务指标对比

图表 中日2015年全球500强中主要钢贸企业财务指标对比

图表 国内外部分企业实验钢铁电商案例

图表 2014-2016年全国粗钢月度产能利用率

图表 中国钢价综合指数走势

图表 Mysteel调查的163家钢厂盈利水平

图表 2015年大中型钢厂营销渠道占比情况

图表 分销在大中型钢厂营销渠道占比持续走低

图表 近两年钢铁电商发展呈井喷之势

图表 2C占全社会商品零售总额的比重

图表 主要2B类与2C类电商企业市值比较

图表 全球重要工业经济体钢材产量

图表 2014-2016年中国重点钢铁企业利润和销售利率

图表 钢铁工业在国民经济各方面的地位

图表 生产企业的物流总体概念图

图表 中国与日本钢铁成本费用率对比

图表 中国钢铁行业吨钢物流费用拆解

图表 钢厂吨钢物流费用

图表 从钢厂到下游用户各个产业链环节均进入电商领域

图表 2016年重点钢铁电商交易平台交易量及交易金额

图表 重点钢铁电商及相应股份公司构建供应链金融概况

图表 我国主要钢厂电子商务平台发展概况

图表 中国一般钢材销售环节

图表 钢材销售渠道中分销比例情况

图表 传统钢贸商业模式

图表 2014-2016年江苏沙钢出厂价与南京钢材市场现货价的差异变化趋势

图表 钢铁电商的盈利模式

图表 当前三类电商模式对比

图表 当前典型钢铁电商比较

图表 钢铁电商市场空间

图表 钢铁电商压缩成本空间

图表 传统大宗商品流通模式

图表 大宗商品电子交易模式

图表 钢铁电子商务模式与传统现货交易的对比

图表 钢铁电子交易模式与期货交易模式对比

图表 钢铁电商流量导入模式

图表 中国B2B市场营收规模

图表 2016年中国电子商务市场规模占比

图表 2016年B2B市场份额分布

图表 2016年中国B2B行业分布占比

图表 2016年中国B2B融资企业行业分布

图表 钢铁电商B2B盈利模式

图表 2014-2016年物流行业业务发展情况

图表 2014-2016年中国社会物流总费用占GDP比例

图表 中国物流行业的发展历程

图表 钢铁物流流程

图表 2014-2016年全国钢铁物流市场规模及增长情况

图表 2014-2016年钢铁物流费用率变化情况

图表 钢铁企业物流成本的构成

图表 钢铁物流企业信息流、资金流

图表 平台交易量、寄售、撮合形式的交易规模

图表 找钢网融资规模及时间

图表 2016年钢企网经营效益分析

(GYZT)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/gangtie/265384265384.html>