

中国商品砼行业发展现状研究与投资前景分析报告（2022-2029年）

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《中国商品砼行业发展现状研究与投资前景分析报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202211/617401.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

一、主营业务收入构成情况

根据中建西部建设股份有限公司财报显示，2022年上半年公司营业收入约为118.35亿元，按产品分类，商品砼收入占比为98.07%，约为116.1亿元；按地区分类，四川地区收入占比为16.55%，约为19.59亿元。

2022-06-30

主营构成

主营收入(元)

收入比例

主营成本(元)

成本比例

主营利润(元)

利润比例

毛利率(%)

按行业分类

非金属矿物制品

118.0亿

99.70%

105.5亿

100.00%

12.51亿

100.00%

10.60%

服务

2987万

0.25%

--

--

--

--

--

外销涂料

471.5万

0.04%

--

--

--

--

--

其他

34.52万

0.00%

--

--

--

--

--

按产品分类

商品砼

116.1亿

98.07%

103.7亿

100.00%

12.33亿

100.00%

10.62%

外销外加剂

9698万

0.82%

--

--

--

--

--

外销水泥

6796万

0.57%

--

--

--

--

--

劳务收入

2280万

0.19%

--

--

--

--

--

干混砂浆

1283万

0.11%

--

--

--

--

--

材料销售收入

825.8万

0.07%

--

--

--

--

--

外销砂石

676.7万

0.06%

--

--

--

--

--

对外租赁

585.9万

0.05%

--

--

--

--

--

外销涂料

471.5万

0.04%

--

--

--

--

--

对外检测

120.3万

0.01%

--

--

--

--

--

技术服务

44.30万

0.00%

--

--

--

--

--

其他

34.52万

0.00%

--

--

--

--

--

按地区分类

四川地区

19.59亿

16.55%

15.89亿

28.69%

3.699亿

41.93%

18.89%

湖北地区

14.03亿

11.86%

12.51亿

22.59%

1.523亿

17.27%

10.86%

湖南地区

10.83亿

9.15%

9.652亿

17.43%

1.180亿

13.38%

10.89%

江苏地区

10.40亿

8.78%

9.306亿

16.81%

1.090亿

12.35%

10.48%

陕西地区

9.348亿

7.90%

8.019亿

14.48%

1.330亿

15.07%

14.22%

新疆地区

5.241亿

4.43%

--

--

--

--

--

北京地区

4.577亿

3.87%

--

--

--

--

--

重庆地区

4.458亿

3.77%

--

--

--

--

--

广西地区

4.080亿

3.45%

--

--

--

--

--

云南地区

3.971亿

3.36%

--

--

--

--

--

江西地区

3.877亿

3.28%

--

--

--

--

--

安徽地区

3.714亿

3.14%

--

--

--

--

--

河南地区

3.621亿

3.06%

--

--

--

--

--

贵州地区

2.949亿

2.49%

--

--

--

--

--

广东地区

2.930亿

2.48%

--

--

--

--

--

山东地区

2.739亿

2.31%

--

--

--

--

--

福建地区

2.390亿

2.02%

--

--

--

--

--

海南地区

2.138亿

1.81%

--

--

--

--

--

天津地区

2.115亿

1.79%

--

--

--

--

--

山西地区

1.504亿

1.27%

--

--

--

--

--

甘肃地区

1.185亿

1.00%

--

--

--

--

--

上海地区

1.168亿

0.99%

--

--

--

--

--

青海地区

4918万

0.42%

--

--

--

--

--

浙江地区

2897万

0.24%

--

--

--

--

--

河北地区

2262万

0.19%

--

--

--

--

--

柬埔寨地区

2053万

0.17%

--

--

--

--

--

辽宁地区

1253万

0.11%

--

--

--

--

--

印尼地区

1149万

0.10%

--

--

--

--

--

马来西亚地区

358.4万

0.03%

--

--

--

--

--

内蒙古地区

68.06万

0.01%

--

--

--

--

--

深圳地区

30.63万

0.00%

--

--

--

--

--

资料来源：观研天下整理

2021年中建西部建设股份有限公司营业收入约为269.217亿元，按产品分类，商品砼收入占比为97.39%，约为262.2亿元；按地区分类，四川地区收入占比为15.60%，约为42.01亿元

。

2021-12-31

主营构成

主营收入(元)

收入比例

主营成本(元)

成本比例

主营利润(元)

利润比例

毛利率(%)

按行业分类

非金属矿物制品

268.6亿

99.77%

240.8亿

100.00%

27.81亿

100.00%

10.35%

服务

4990万

0.19%

--

--

--

--

--

外销涂料

714.0万

0.03%

--

--

--

--

--

其他

467.1万

0.02%

--

--

--

--

--

按产品分类

商品砼

262.2亿

97.39%

235.1亿

100.00%

27.16亿

100.00%

10.36%

外销外加剂

2.489亿

0.92%

--

--

--

--

--

外销水泥

2.237亿

0.83%

--

--

--

--

--

外销砂石

1.291亿

0.48%

--

--

--

--

--

劳务收入

2978万

0.11%

--

--

--

--

--

干混砂浆

2255万

0.08%

--

--

--

--

--

材料销售收入

1580万

0.06%

--

--

--

--

--

对外租赁

1428万

0.05%

--

--

--

--

--

外销涂料

714.0万

0.03%

--

--

--

--

--

对外检测

583.0万

0.02%

--

--

--

--

--

其他产品

467.1万

0.02%

--

--

--

--

--

按地区分类

四川地区

42.01亿

15.60%

35.83亿

32.96%

6.178亿

40.54%

14.71%

湖北地区

33.84亿

12.57%

29.91亿

27.52%

3.936亿

25.83%

11.63%

湖南地区

29.74亿

11.04%

27.17亿

25.00%

2.568亿

16.86%

8.64%

陕西地区

18.34亿

6.81%

15.79亿

14.52%

2.555亿

16.77%

13.93%

新疆地区

18.33亿

6.81%

--

--

--

--

--

江苏地区

16.78亿

6.23%

--

--

--

--

--

广西地区

12.31亿

4.57%

--

--

--

--

--

云南地区

11.85亿

4.40%

--

--

--

--

--

江西地区

9.893亿

3.67%

--

--

--

--

--

山东地区

8.777亿

3.26%

--

--

--

--

--

福建地区

8.542亿

3.17%

--

--

--

--

--

广东地区

8.093亿

3.01%

--

--

--

--

--

河南地区

7.982亿

2.96%

--

--

--

--

--

安徽地区

7.833亿

2.91%

--

--

--

--

--

重庆地区

7.676亿

2.85%

--

--

--

--

--

贵州地区

6.938亿

2.58%

--

--

--

--

--

天津地区

4.457亿

1.66%

--

--

--

--

--

甘肃地区

4.319亿

1.60%

--

--

--

--

--

山西地区

2.822亿

1.05%

--

--

--

--

--

海南地区

2.616亿

0.97%

--

--

--

--

--

浙江地区

1.637亿

0.61%

--

--

--

--

--

青海地区

9751万

0.36%

--

--

--

--

--

辽宁地区

9232万

0.34%

--

--

--

--

--

印尼地区

8900万

0.33%

--

--

--

--

--

上海地区

8859万

0.33%

--

--

--

--

--

北京地区

4204万

0.16%

--

--

--

--

--

柬埔寨地区

1433万

0.05%

--

--

--

--

--

马来西亚

1114万

0.04%

--

--

--

--

--

河北地区

919.4万

0.03%

--

--

--

--

--

内蒙古地区

289.1万

0.01%

--

--

--

--
--

资料来源：观研天下整理（XD）

二、市场竞争优势

产业链优势

中建西部建设在中国24个省市、以及阿尔及利亚、马来西亚、印度尼西亚、柬埔寨等地建立了强大的生产供应能力与完善的产业链。公司现有预拌厂166座,专业自动化混凝土生产线348条,拥有水泥、外加剂、商品砂浆、砂石骨料、运输泵送、科研检测等完整的产业链,能够有效满足客户多样化、个性化的产品与服务需求。

研发优势

与清华大学、武汉大学、四川大学、重庆大学、中国建筑科学研究院等知名高校和研究机构建立了紧密的产学研关系,拥有预拌混凝土行业唯一的国家认定企业技术中心、首家国家级博士后科研工作站和2家省级认定企业技术中心、2家省级工程技术研究中心。

资质优势

生产单位获得“中国混凝土行业绿色环保示范企业”“全国预拌混凝土行业绿色示范工厂”等绿色奖项,产品获得“中国环境产品标志认证”“三星级绿色建材评价标识”,进入政府采购名录。积极履行央企和上市公司社会责任,广泛开展援疆、援藏、救灾、扶贫、助学、环保等公益行动,获得政府部门的充分肯定和多次表彰。以优良的经营管理和品牌形象,获得社会各界的认可。

观研报告网发布的《中国商品砼行业发展现状研究与投资前景分析报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国商品砼行业发展概述

第一节 商品砼行业发展情况概述

一、商品砼行业相关定义

二、商品砼特点分析

三、商品砼行业基本情况介绍

四、商品砼行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、商品砼行业需求主体分析

第二节 中国商品砼行业生命周期分析

一、商品砼行业生命周期理论概述

二、商品砼行业所属的生命周期分析

第三节 商品砼行业经济指标分析

一、商品砼行业的赢利性分析

二、商品砼行业的经济周期分析

三、商品砼行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球商品砼行业市场发展现状分析

第一节 全球商品砼行业发展历程回顾

第二节 全球商品砼行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲商品砼行业地区市场分析

一、亚洲商品砼行业市场现状分析

二、亚洲商品砼行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲商品砼行业市场前景分析

第四节 北美商品砼行业地区市场分析

一、北美商品砼行业市场现状分析

二、北美商品砼行业市场规模与市场需求分析

三、北美商品砷行业市场前景分析

第五节欧洲商品砷行业地区市场分析

一、欧洲商品砷行业市场现状分析

二、欧洲商品砷行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲商品砷行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界商品砷行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球商品砷行业市场规模预测

第三章 中国商品砷行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对商品砷行业的影响分析

第三节中国商品砷行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对商品砷行业的影响分析

第五节中国商品砷行业产业社会环境分析

第四章 中国商品砷行业运行情况

第一节中国商品砷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

第二节中国商品砷行业市场规模分析

一、影响中国商品砷行业市场规模的因素

二、中国商品砷行业市场规模

三、中国商品砷行业市场规模解析

第三节中国商品砷行业供应情况分析

一、中国商品砷行业供应规模

二、中国商品砷行业供应特点

第四节中国商品砷行业需求情况分析

一、中国商品砷行业需求规模

二、中国商品砷行业需求特点

第五节中国商品砷行业供需平衡分析

第五章 中国商品砼行业产业链和细分市场分析

第一节 中国商品砼行业产业链综述

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、产业链运行机制
- 三、商品砼行业产业链图解

第二节 中国商品砼行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对商品砼行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对商品砼行业的影响分析

第三节 我国商品砼行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国商品砼行业市场竞争分析

第一节 中国商品砼行业竞争现状分析

- 一、中国商品砼行业竞争格局分析
- 二、中国商品砼行业主要品牌分析

第二节 中国商品砼行业集中度分析

- 一、中国商品砼行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国商品砼行业市场集中度分析

第三节 中国商品砼行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国商品砼行业模型分析

第一节 中国商品砼行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国商品砼行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国商品砼行业SWOT分析结论

第三节中国商品砼行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国商品砼行业需求特点与动态分析

第一节中国商品砼行业市场动态情况

第二节中国商品砼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

第三节商品砼行业成本结构分析

第四节商品砼行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节中国商品砼行业价格现状分析

第六节中国商品砼行业平均价格走势预测

- 一、中国商品砼行业平均价格趋势分析
- 二、中国商品砼行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国商品砼行业所属行业运行数据监测

第一节中国商品砼行业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

第二节中国商品砼行业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

第三节中国商品砼行业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

第十章 2018-2022年中国商品砼行业区域市场现状分析

第一节中国商品砼行业区域市场规模分析

一、影响商品砼行业区域市场分布的因素

二、中国商品砼行业区域市场分布

第二节中国华东地区商品砼行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区商品砼行业市场分析

(1) 华东地区商品砼行业市场规模

(2) 华南地区商品砼行业市场现状

(3) 华东地区商品砼行业市场规模预测

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、华中地区商品砼行业市场分析

(1) 华中地区商品砼行业市场规模

(2) 华中地区商品砼行业市场现状

(3) 华中地区商品砼行业市场规模预测

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、华南地区商品砼行业市场分析

- (1) 华南地区商品砼行业市场规模
- (2) 华南地区商品砼行业市场现状
- (3) 华南地区商品砼行业市场规模预测

第五节 华北地区商品砼行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区商品砼行业市场分析
 - (1) 华北地区商品砼行业市场规模
 - (2) 华北地区商品砼行业市场现状
 - (3) 华北地区商品砼行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区商品砼行业市场分析
 - (1) 东北地区商品砼行业市场规模
 - (2) 东北地区商品砼行业市场现状
 - (3) 东北地区商品砼行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区商品砼行业市场分析
 - (1) 西南地区商品砼行业市场规模
 - (2) 西南地区商品砼行业市场现状
 - (3) 西南地区商品砼行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区商品砼行业市场分析
 - (1) 西北地区商品砼行业市场规模
 - (2) 西北地区商品砼行业市场现状
 - (3) 西北地区商品砼行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国商品砼行业市场规模区域分布预测

第十一章 商品砼行业企业分析（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、公司优势分析

.....

第十二章 2022-2029年中国商品砼行业发展前景分析与预测

第一节 中国商品砼行业未来发展前景分析

一、商品砼行业国内投资环境分析

二、中国商品砼行业市场机会分析

- 三、中国商品砼行业投资增速预测
- 第二节中国商品砼行业未来发展趋势预测
- 第三节中国商品砼行业规模发展预测
- 一、中国商品砼行业市场规模预测
- 二、中国商品砼行业市场规模增速预测
- 三、中国商品砼行业产值规模预测
- 四、中国商品砼行业产值增速预测
- 五、中国商品砼行业供需情况预测
- 第四节中国商品砼行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国商品砼行业进入壁垒与投资风险分析

- 第一节中国商品砼行业进入壁垒分析
- 一、商品砼行业资金壁垒分析
- 二、商品砼行业技术壁垒分析
- 三、商品砼行业人才壁垒分析
- 四、商品砼行业品牌壁垒分析
- 五、商品砼行业其他壁垒分析
- 第二节商品砼行业风险分析
- 一、商品砼行业宏观环境风险
- 二、商品砼行业技术风险
- 三、商品砼行业竞争风险
- 四、商品砼行业其他风险
- 第三节中国商品砼行业存在的问题
- 第四节中国商品砼行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国商品砼行业研究结论及投资建议

- 第一节观研天下中国商品砼行业研究综述
- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估
- 第二节中国商品砼行业进入策略分析
- 一、目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择
- 第三节商品砼行业营销策略分析
- 一、商品砼行业产品策略

二、商品砼行业定价策略

三、商品砼行业渠道策略

四、商品砼行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202211/617401.html>