

2021年中国水泥市场分析报告- 市场规模现状与发展趋势分析

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《2021年中国水泥市场分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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/530153530153.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

水泥行业是我国重要的基础原材料工业，对于建材行业发展有着重要的意义。但我国水泥行业产能过剩问题严重，近年来为解决水泥产能过剩矛盾，国家政策频出推进行业供给侧改革，进行产能置换，促进行业转型升级。

2020年12月，工业和信息化部及生态环境部发布《关于发布进一步做好水泥常态化错峰生产的通知》，提出所有水泥熟料生产线都应进行错峰生产。各地工业和信息化主管部门要组织电石渣生产水泥熟料的生产线与当地非电石渣水泥熟料生产企业沟通协调，通过“错峰置换”参与错峰生产；承担居民供暖任务的生产线，应当在非采暖季、非错峰生产期间补足错峰时间；有全年协同处置城市生活垃圾及有毒有害废弃物等任务的生产线可以不进行错峰生产，但要适当降低水泥生产负荷。

2015-2020年我国水泥行业相关政策

发布时间

政策

相关内容

2015年3月

《关于水泥行业产能置换有关问题的意见》

水泥粉磨站新建（改、扩）和在建项目可依据本地区水泥产业结构调整方案优化布局；JT窑可用于水泥熟料（改、扩）建项目产能置换。

2015年4月

《关于印发部分产能严重过剩行业产能置换实施办法的通知》

京津冀、长三角、珠三角等环境敏感区需要置换被淘汰的产能的数量不低于建设项目产能的1.25倍予以核定，其他地区实施等量置换。

2015年8月

《关于2015年北方15省市自治区水泥企业冬季错峰停窑总体方案》

提出了错峰停窑的指导思想、工作原则、环境及经济效益预测评估、实施步骤、以及错峰停窑的常态化政策建议。

2015年11月

《关于在北方采暖区全面试行冬季水泥错峰生产的通知》

提出在北方采暖地区的水泥熟料生产线试行错峰生产，但承担居民供暖、协同处置城市生活垃圾及危险废物等特殊任务的熟料生产线除外。同时对各地错峰生产提供了时间安排规划。

2016年5月

《国务院办公厅关于促进建材工业稳增长调结构增效益的指导意见》

提出在采暖地区的采暖期全面试行水泥熟料（含利用电石渣）错峰生产，缩短水泥熟料装置运转时间，压减采暖地区熟料产能，同时有效避免水泥熟料生产排放与取暖锅炉排放叠加，

减轻采暖期大气污染。

2016年10月

《建材工业发展规划（2016-2020年）》

水泥行业要加快信息化建设，推广窑头温度检测控制、窑尾喂料控制、筒体温度检测系统、能源管理系统、窑磨模糊逻辑控制系统和在线仿真技术等。完善并推广管控体化系统、计算机生产监控调度系统。在《水泥工业“十三五”发展规划》中明确提出重点推进水泥企业信息的综合集成应用，实现生产制造、经营管理等过程的信息贯通：促进信息技术在节能降耗减排和循环经济等全方位应用，加快企业能源管控中心项目建设，推广水泥企业能效管理优化技术等。

2017年6月

《水泥工业“十三五”发展规划》

提出到2020年末，水泥行业产能严重过剩矛盾基本解决，效益显着提高。加快淘汰落后产能优化结构，推进企业联合重组，化解产能过剩，实现压减淘汰过剩熟料产能4亿吨。

2017年11月

《关于“2+26”城市部分工业行业2017-2018年秋冬季开展错峰生产的通知》

提出水泥行业（含特种水泥，不含粉磨站）采暖季按照《工业和信息化部环境保护部关于进一步做好水泥错峰生产的通知》有关规定实施错峰生产。承担居民供暖、协同处置城市垃圾或危险废物等保民生任务的，可不全面实施错峰生产，但应根据承担任务量核定最大允许生产负荷，报地市级人民政府备案并在门户网站上公告。水泥粉磨站在重污染天气预警期间应实施停产。

2018年1月

《钢铁水泥玻璃行业产能置换实施办法》

严禁钢铁、水泥和平板玻璃行业新增产能，继续做好产能置换工作。

2018年6月

《打赢蓝天保卫战三年行动计划的通知》

提出重点区域实施秋冬季重点行业错峰生产，要将错峰生产方案细化到企业生产线、工序和设备，载人排污许可证。企业未按期完成治理改造任务的，一并纳入当地错峰生产方案，实施停产。属于《产业结构调整指导目录》限制类的，要提高错峰限产比例或实施停产。

2018年8月

《关于严肃产能置换严禁水泥平板玻璃行业新增产能的通知》

提出要提高认识，坚决禁止新增产能；源头把关，严禁备案新增产能项目；认真细致，从严审产能置换方案。强化监管，确保产能置换方案执行到位。

2018年10月

《重点区域建材工业2018-2020年秋冬季开展错峰生产的通知（征求意见稿）》

提出江浙沪皖等非采暖区域要执行《水泥工业大气污染物排放标准》，并结合实际情况执行

春节、夏季、雨季限产，这是官方文件中首次明确定义南方地区的春季、夏季和雨季限产。

2019年

《2019年水泥行业大气污染防治攻坚战实施方案》

2019年水泥行业单位产品能耗和污染物排放全面达标，单位产品能耗达到先进值的不低于80%；减少碳排放约3000万吨；实现水泥行业压减熟料产能（淘汰落后产能）7000万吨，要全国平均产能利用率达到70%以上。

2020年1月

《水泥玻璃行业产能置换实施办法操作问答》

已停产两年或三年内累计生产不超过一年的水泥熟料不能用于产能置换；位于环境敏感区的水泥熟料项目产能置换比例至少为1.5：1；位于非环境敏感区的水泥熟料项目产能置换比例至少为1.25：1；西藏地区的水泥熟料建设项目执行等量置换。

2020年3月

《建材工业智能制造数字转型行动计划（2021-2023年）》

提出水泥行业要重点形成数字规划设计、智能工厂建设、自动采选配矿、窑炉优化控制、磨机一键启停、设备诊断运维、生产远程监控、智能质量控制、能耗水耗管理、清洁包装发运、安全环保管理、固废协同处置等集成系统解决方案。

2020年10月

《水泥玻璃行业产能置换实施办法（修订稿）》

提出位于国家规定的大气污染防治重点区域或跨省级辖区实施产能置换的水泥熟料，产能置换比例分别为2：1；位于非大气污染防治重点区域的水泥熟料，产能置换比例分别为1.5：1。

2020年12月

《关于发布进一步做好水泥常态化错峰生产的通知》

所有水泥熟料生产线都应进行错峰生产。各地工业和信息化主管部门要组织电石渣生产水泥熟料的生产线与当地非电石渣水泥熟料生产企业沟通协调，通过“错峰置换”参与错峰生产；承担居民供暖任务的生产线，应当在非采暖季、非错峰生产期间补足错峰时间；有全年协同处置城市生活垃圾及有毒有害废弃物等任务的生产线可以不进行错峰生产，但要适当降低水泥生产负荷。资料来源：公开资料整理

在国家政策要求下，2020年1月，山西、内蒙古、辽宁等各地政府也陆续根据自身情况制定出台水泥错峰生产方案，合力促进我国水泥行业供给侧改革，解决水泥产能过剩矛盾问题。

2020年我国部分地区水泥错峰生产方案

区域

地区

限产时间

控制产能

华北地区

山西

2019.10.01-2020.03.31

错峰停窑限产15天。

河北

2020.09.26-2020.10.04

错峰停窑。

内蒙古

2020.07.20-2020.09.30

自治区政府要求夏季（7-9月）错峰时间不少于40天。

西北地区

青海

2019.11.15-2020.09.30

海西州水泥企业累计停窑时间120天，其余地区累计停窑5.5个月。

陕西关中

2020.06.01-2020.08.31

错峰停窑，6、8月各15天其中，桐川要求较严，冀东计划停窑40-55天。

新疆

2019.11-2020.02、2020.04

喀什、克州错峰。

2019.11-2020.03、2020.05

阿克苏、巴州错峰。

2019.11-2020.04、2020.06

其他州市错峰。

2019.12-2020.02

和田错峰。

华东地区

山东

2019.11.15-2020.03.15

错峰停窑。

江苏苏锡常

2020.07-2020.08

停窑检修10-15天。

福建

2020.07-2020.09

停窑检修。

浙江

第一阶段：2020.01.01-2020.03.31；第二阶段：2020.06.01-2020.08.31；第三阶段：2020.10.01-2020.12.31

停窑65天，分三个阶段。

华南地区

河南

2020.07.25-2020.08.05

错峰停窑。

2020.09.01-2020.09.15

错峰停窑计划从10天变更为15天（实际执行时间在7-10天）。

湖南

2020.07.01-2020.08.31

停窑检修。

西南地区

四川

2020

错峰停窑。达标城市90天，未达标100天，超低排放企业80天；特种水泥不参与错峰。一季度停窑40-50天；6-8月每月10天。

贵州

2020

一季度错峰45天/条；二季度、三季度错峰20天/条；四季度错峰15天/条。二季度20天多数企业未能执行，推迟至三季度落实。

重庆

2020.07

错峰停窑。资料来源：公开资料整理（shz）

中国报告网是观研天下集团旗下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。《2021年中国水泥市场分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020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 中国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 2017-2020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 全球水泥行业重点企业分析

第七节 2021-2026年世界水泥行业分布走势预测

第八节 2021-2026年全球水泥行业市场规模预测

第三章 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、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 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、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 2017-2020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 2017-2020年中国水泥行业需求特点与动态分析

第一节 中国水泥行业消费市场动态情况

第二节 中国水泥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 水泥行业成本分析

第四节 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

第五节 中国水泥行业价格现状分析

第六节 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 2017-2020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 中国华东地区水泥市场分析

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

四、华南地区水泥市场规模预测

第九章 2017-2020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（PEST）

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、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国水泥行业发展前景分析与预测

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 2021-2026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、水泥行业竞争风险分析
- 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 2021-2026年中国水泥行业发展战略及规划建议

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 中国水泥行业市场的重点客户战略实施

- 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 2021-2026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

第三节 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

第四节 中国水泥行业价格策略

第五节 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

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/530153530153.html>