

2018年中国钢铁市场分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

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年中国钢铁市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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/324858324858.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

1、库存周期：低位显韧劲易上难下，设备制造领衔再库存

2018年，再库存周期或将一定程度对冲地产转弱的力量。本轮供需演绎下最大的馈赠在于全产业链低库存，特别是中上游限产品种。而源于限产的抑制，有悖于以往，主动去库不妨碍盈利高位维系，原因在于供给端不再滞后于需求，而是见好就收，于需求转弱即刻库存停补。这将意味着较强的安全垫（需求弱则有补库空间缓冲，需求强则加速放大需求）以及季节性与短期乐观预期极易转化为（库存）需求，增添了周期的韧劲。2018年，我们看好中下游设备制造的再补库以及中上游采掘原材料的低位回归。

展望2018年库存路径或类似2010年，下游制造以通用专用设备为首或成为再补库的核心行业。我们简要比较前两轮库存周期，发现有两点根本的不同：1) 供给端，厂商谨慎与乐观的区别，表现为全面补库与结构性补库。2) 需求端，地产、基建需求强弱的差异，本质是刚需基数的转弱。这一轮补库，需求上弱于前一轮，但供给上又好于上一轮。综合考虑而言，我们认为补库的路径更倾向类似2010年，在需求稳健背景下，库存受下游设备制造引领开启再补库周期。当前从库存增速的历史分位来看，工业制造业整体库存仍处历史低位，未来下游以景气较好的通用、专用设备为核心启动再补库。而中上游受严限产政策抑制仍低于30%分位的原材料业将出现库存回归的趋势。

图：库存路径类似2010年-2013年，或将呈现再库存周期，易上难下资料来源：观研天下整理表：工业产成品库存增速历史分位数 资料来源：观研天下整理

2、基建/汽车：增速趋缓步入新平台，结构特征优于总量

2018年，我们认为，未来基建投资增速大概率维持10%-15%左右，整体增速中轴较去年有所下降。这个趋势既符合当下地方政府和国企紧缩债务去杠杆形势，也契合经济结构转型的时代主题。2017年以来，随着部分基建项目叫停以及11月份财政部和国资委发文严控PPP项目，全年基建投资项目增速下滑明显，从整体上削弱了固定资产投资的增长。展望2018年，出于对地方政府和国企严控债务杠杆、未来基建建设良性发展趋势和19大提出财政支出结构向美好生活的转型等考虑，我们认为，2018年基建投资将加速结构转型，而增速中轴将呈现稳下。

汽车行业明年发展，面临着长期成长与短期透支双重因素互搏。无论是从人均汽车保有量还是单位面积汽车保有量来看，我国汽车产业仍有较大发展空间。不过，短期来看，2015年4季度以来，我们汽车行业之所以出现一波小复苏，期间除有地产周期复苏带动之外，小排量汽车购置税优惠政策自2015年10月推出也功不可没。政策进而导致2016年、2017年前10月，汽车产量同比增速分别达14.46%、4.27%。2018年，如若购置税优惠政策退出，因购置税优惠政策而在这两年被透支的需求理当有所回吐，进而压制汽车产量增速。参考2008-2011年，小排量汽车购置税优惠政策从实行到退出期间，汽车产量增速依次为5.21%、48.30%、32.44%、0.84%，同时考虑到本轮政策实施后，汽车产量增速相比实施前突升程度

不及上一轮，意味着可能透支力度不如上一轮强烈，由此预测2018年汽车产量增速小幅下降，增速约3%。

图：购置税优惠政策逐步退出后，汽车产量增速放缓（单位：万辆） 资料来源：观研天下整理
观研天下发布的《2018年中国钢铁市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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、钢铁T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年中国钢铁行业发展概述

第一节 钢铁行业发展情况概述

- 一、钢铁行业相关定义
- 二、钢铁行业基本情况介绍
- 三、钢铁行业发展特点分析

第二节 中国钢铁行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
 - 二、钢铁行业产业链条分析
 - 三、中国钢铁行业产业链环节分析
- 1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国钢铁行业生命周期分析

一、钢铁行业生命周期理论概述

二、钢铁行业所属的生命周期分析

第四节 钢铁行业经济指标分析

一、钢铁行业的赢利性分析

二、钢铁行业的经济周期分析

三、钢铁行业附加值的提升空间分析

第五节 国中钢铁行业进入壁垒分析

一、钢铁行业资金壁垒分析

二、钢铁行业技术壁垒分析

三、钢铁行业人才壁垒分析

四、钢铁行业品牌壁垒分析

五、钢铁行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球钢铁行业市场发展现状分析

第一节 全球钢铁行业发展历程回顾

第二节 全球钢铁行业市场区域分布情况

第三节 亚洲钢铁行业地区市场分析

一、亚洲钢铁行业市场现状分析

二、亚洲钢铁行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲钢铁行业市场前景分析

第四节 北美钢铁行业地区市场分析

一、北美钢铁行业市场现状分析

二、北美钢铁行业市场规模与市场需求分析

三、北美钢铁行业市场前景分析

第五节 欧盟钢铁行业地区市场分析

一、欧盟钢铁行业市场现状分析

二、欧盟钢铁行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟钢铁行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界钢铁行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球钢铁行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国钢铁产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额

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 中国钢铁行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国钢铁产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、钢铁环境分析

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年中国钢铁行业运行情况

第一节 中国钢铁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 中国钢铁行业市场规模分析

第三节 中国钢铁行业供应情况分析

第四节 中国钢铁行业需求情况分析

第五节 中国钢铁行业供需平衡分析

第六节 中国钢铁行业发展趋势分析

第五章 中国钢铁所属行业运行数据监测

第一节 中国钢铁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 中国钢铁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 中国钢铁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年中国钢铁市场格局分析

第一节 中国钢铁行业竞争现状分析

一、中国钢铁行业竞争情况分析

二、中国钢铁行业主要品牌分析

第二节 中国钢铁行业集中度分析

一、中国钢铁行业市场集中度分析

二、中国钢铁行业企业集中度分析

第三节 中国钢铁行业存在的问题

第四节 中国钢铁行业解决问题的策略分析

第五节 中国钢铁行业竞争力分析

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年中国钢铁行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国钢铁行业消费特点

第二节 中国钢铁行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 钢铁行业成本分析

第三节 钢铁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 中国钢铁行业价格现状分析

第五节 中国钢铁行业平均价格走势预测

一、中国钢铁行业价格影响因素

二、中国钢铁行业平均价格走势预测

三、中国钢铁行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国钢铁行业区域市场现状分析

第一节 中国钢铁行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地钢铁市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区钢铁市场规模分析

四、华东地区钢铁市场规模预测

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、华中地区钢铁市场规模分析

四、华中地区钢铁市场规模预测

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、华南地区钢铁市场规模分析

第九章 2015-2017年中国钢铁行业竞争情况

第一节 中国钢铁行业竞争结构分析（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 中国钢铁行业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 中国钢铁行业竞争环境分析（钢铁T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 钢铁行业企业分析（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

第十一章 2018-2024年中国钢铁行业发展前景分析与预测

第一节 中国钢铁行业未来发展前景分析

一、钢铁行业国内投资环境分析

二、中国钢铁行业市场机会分析

三、中国钢铁行业投资增速预测

第二节中国钢铁行业未来发展趋势预测

第三节中国钢铁行业市场发展预测

一、中国钢铁行业市场规模预测

二、中国钢铁行业市场规模增速预测

三、中国钢铁行业产值规模预测

四、中国钢铁行业产值增速预测

五、中国钢铁行业供需情况预测

第四节中国钢铁行业盈利走势预测

一、中国钢铁行业毛利润同比增速预测

二、中国钢铁行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国钢铁行业投资风险与营销分析

第一节 钢铁行业投资风险分析

一、钢铁行业政策风险分析

二、钢铁行业技术风险分析

三、钢铁行业竞争风险

四、钢铁行业其他风险分析

第二节 钢铁行业企业经营发展分析及建议

一、钢铁行业经营模式

二、钢铁行业销售模式

三、钢铁行业创新方向

第三节 钢铁行业应对策略

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年中国钢铁行业发展策略及投资建议

第一节 中国钢铁行业品牌战略分析

一、钢铁企业品牌的重要性

二、钢铁企业实施品牌战略的意义

三、钢铁企业品牌的现状分析

四、钢铁企业的品牌战略

五、钢铁品牌战略管理的策略

第二节中国钢铁行业市场的关键客户战略实施

- 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 中国钢铁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年中国钢铁行业发展策略及投资建议

第一节 中国钢铁行业产品策略分析

- 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 中国钢铁行业定价策略分析

第二节 中国钢铁行业营销渠道策略

- 一、钢铁行业渠道选择策略
- 二、钢铁行业营销策略

第三节 中国钢铁行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国钢铁行业重点投资区域分析
- 二、中国钢铁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/gangtie/324858324858.html>