

2018年中国水泥行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势预测

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年中国水泥行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》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/luqiaogongcheng/328747328747.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

过去十年“供、求双快速扩张周期”已结束，现阶段供求轧差快速收敛受经济持续高增长和大规模固定资产投资驱动，2000年以来水泥需求一直保持较快增长，尽管2008年受全球经济危机影响，需求增速降至历史低点，随后受益4万亿投资计划出台迅速触底回升；2011年以来在经济放缓大背景下，需求增速总体呈萎缩态势，尤其2014年开始持续回落，并于2015年首次出现5%负增长。

与此同时，2006年以来我国水泥行业发展迅速，新型干法熟料产能持续扩张，供给增速持续攀升，并于2010年达到高点至31%；2010年以来，水泥供给增速逐年下降，并于2016年达到历史低点至1.1%，低于同期需求增速（约3.1%）。产能快速扩张周期结束，未来呈现相对平稳态势，且在供给侧改革政策及环保严控大环境下有望呈现缓慢收缩局面。需求增长超过供给增长的供求增速差缺口为去年以来水泥行业复苏提供了强有力的支撑，预计未来行业供求增速波动幅度进一步缩小，供求轧差有望进一步收敛，并维持微幅震荡运行。

图：2011年以来熟料需求增速总体呈萎缩态势

图：新型干法熟料产能扩张逐步趋于平稳 图：2010年以来水泥行业供给增速逐年下降（单位：%） 图：近10年水泥行业供求增速变动

行业寡头，区域寡头已形成，集中度提升仍在继续，行业出现协同均衡2016年以来，在供给侧改革和国企改革双重推动下，以中国建材集团和中材集团合并、金隅集团和冀东集团组建合资公司（终止重组，调整方案为成立合资公司）、华新水泥整合拉法基瑞安水泥资产为代表的大企业间陆续拉开整合序幕，标志我国水泥企业间的整合进入强强联合阶段。与此同时，区域层面产能整合也已拉开帷幕，内蒙、山东、辽宁、吉林等多个地方的陆续成立区域水泥联合公司，开启了各区域产能整合进程。

随着水泥行业整合的逐步推进，区域集中度稳步提升，截至2016年我国前十大水泥企业集团熟料产能集中度已从2015年的54%提升至57%；各区域竞争格局也逐步趋于稳定，目前全国各区域已形成较高区域市占率，2017年各省市前五大水泥企业熟料产能集中度基本已达60%及以上水平。据2016年工信部《建材工业发展规划（2016-2020年）》提出目标，至2020年前十大水泥熟料集中度将提升至60%以上；2017年6月，中国水泥协会发布《水泥工业“十三五”发展规划》进一步明确各项目标，将2020年前十大熟料产能集中度目标提升至80%以上；随后7月发布的《2020年水泥行业去产能行动计划》提出目标，至2020年全国前十大熟料产能集中度达到70%，水泥产能集中度达到60%，并力争10个省区内前2家大企业熟料产能集中度达到65%。

行业集中度的提升有助于提高区域主导企业的市场控制能力，加强区域市场协调，从而避免市场无序竞争，提升水泥行业企业对未来发展的信心，也有利于稳定市场对企业盈利的预期。目前水泥企业区域协同已逐渐成为行业内普遍共识，区域协同达到空前高度。

图：我国前十大水泥企业熟料产能集中度图：2017年度中国水泥熟料产能十强表：区域层

面产能整合逐步拉开帷幕

图：全国各省市前五大水泥企业熟料产能集中度

表：区域市场协调沟通会屡见不鲜

观研天下发布的《2018年中国水泥行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》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水泥交易所等，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、水泥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 国中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 2015-2017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 2018-2024年世界水泥行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球水泥行业市场规模预测

第三章 2015-2017年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、水泥环境分析

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、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 2015-2017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 2015-2017年中国水泥行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国水泥行业消费特点

第二节 中国水泥行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 水泥行业成本分析

第三节 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

第四节 中国水泥行业价格现状分析

第五节 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 2015-2017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

第九章 2015-2017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（水泥T）

- 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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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

第二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

第三节中国水泥行业价格策略

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（GYGSL）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/luqiaogongcheng/328747328747.html>