

2018年中国水泥行业分析报告- 市场深度调研与发展前景预测

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年中国水泥行业分析报告-市场深度调研与发展前景预测》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/luqiaogongcheng/329973329973.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

资源属性逐渐增强，矿山严控已经成为水泥产能约束的重要因素。水泥工业具备较强的资源属性。从产业链条上看，水泥企业承担着贯穿上下游（原材料开采-产品生产-终端销售）的工作，具备一定的资源属性。

2014年之后，行政错峰生产的全国化推行成为行业的外生变量，对淡季的熟料煅烧环节形成约束，有效平滑了行业供需的淡旺季关系；2015年后环保开始对水泥和熟料的生产环节产生影响。而从2016年开始，自中央提出“宁要绿水青山，不要金山银山”“保护绿水青山就是保护生产力、改善生态环境就是发展生产力”以来，各地方政府对资源的管控大幅增强；中央也成立了环保督察组，对各地环保问题进行督察整改。在这一大背景下，继错峰、环保之后，矿山开采已经成为水泥产能端的重要约束因素，行业资源属性逐渐显现。

图表：矿山控制成为水泥产能约束新的重要变量

矿石产业升级迫在眉睫，大小企业资源禀赋差距明显。我国作为多山国家，幅员辽阔，整体石灰石资源并不短缺。全国已发现水泥石灰岩矿点七、八千处，其中已有探明储量的有1286处，其中大型矿床257处、中型481处、小型486处（矿石储量大于8000万吨为大型、4000~8000万吨为中型、小于4000万吨为小型），共计保有矿石储量542亿吨，其中石灰岩储量504亿吨。但是由于历史上我国对石灰石资源的管控非常松，大量的民采矿山在用原始粗放的开采方式进行开采，导致石灰石价格非常低廉。

丰沛的储量、粗放式的开采模式、低廉的价格，导致了过去较多中小型熟料生产企业并不重视矿石资源的储备，更多的是依赖民采石灰石矿山供应。而大型熟料生产企业因为具备规模效应，较有前瞻性的储备了大量石灰石资源。但是由于民采石灰石矿的开采利用率（约为50%）远低于正规石灰石矿山的开采利用率（超过90%），近年各地对于民采石灰石矿的管控在明显趋向严格，国家各部委、地方政府也陆续出台规范矿山产业的相关文件。我们列举了近期部分官方文件和各地方政府针对石灰石矿行业的整改行动如下，我们认为石灰石矿山资源的进一步收紧和规范化是大势所趋；越来越多的小型民采矿山将进一步退出市场。大企业在矿山资源端的优势有望凸显。

图表：提升规范、清退落后是矿山行业大趋势

图表：2016年以来各地熟料价格猛增 熟料“资源化”倒逼行业出清。我国水泥工艺成熟，水泥产能的固定资产投资高峰出现在2008年之后，所以现存产能整体较为先进，企业间单纯从生产工艺上拉开差距难度较大。在过去原材料端并没有严格管控的时代，行业仍是单纯的制造业属性；同时因为水泥产能开关容易、投资较小，若水泥价格较低无法盈利，企业倾向于关停产线但不做彻底退出，等价格出现回升时，关停产线的复产意愿将会非常强烈。因而水泥仅通过市场化竞争去做产能出清的进度会非常缓慢。

但是近年随着原材料端控制的不断增强，熟料的“资源品”属性越来越明显。近年在矿石自给率低的小企业原材料获取愈发困难、生产成本提高、产能发挥能力逐渐下降的过程中，

大型水泥企业逐渐形成默契。企业间通过深化合作，共同减少熟料外售，同时加大自身粉磨能力，凭借自身的资源禀赋和布局优势进一步抢夺市占率。例如海螺与南方水泥在华东成立的海中建材贸易公司，便承担了区域内的熟料外售功能。在 2016-2017 年我们看到，熟料价格从 130-150 元上涨到 300-500 元，资源禀赋较差的小型熟料生产企业和部分个体粉磨站，虽然水泥价格在不停攀升，但是其生存难度越来越高、盈利空间反而越来越小，部分企业甚至开始主动退出水泥市场。

我们认为，“熟料资源化”作为一条新演绎出的主线逻辑，将在 2018 年对水泥市场产生更为深远的影响。“巧妇难为无米之炊”，我们将在 2018 年看到更多小企业因原材料压力被挤压出市场，行业的玩家数量逐渐减少，行业集中度有望进一步提升。

观研天下发布的《2018年中国水泥行业分析报告-市场深度调研与发展前景预测》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、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 中国水泥行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键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（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/luqiaogongcheng/329973329973.html>