



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国钢铁电子交易市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国钢铁电子交易市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/278754.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

目前钢铁电子商务交易平台，现有国内几个大型的交易平台，如阿里巴巴，慧聪网，马可波罗已经独树一帜，占领了半壁江山，钢铁这个传统行业，竞争很激烈，利润也非常薄，各大国内主要钢厂，仓储，贸易商，代理商都是渴求寻找新的利润区。

随着"地球村"逐渐的呈现，人与人的交往变得多元化，信息化时代的加快部署和先进化，互联网时代的茁壮成长，呈现几何式的发展，使得电子商务渗透各个行业，21世纪是信息化的网络世界，各个行业的动态，都在网络上得到深刻的呈现，钢铁电子商务平台的蓬勃发展，加快了钢铁企业进驻电子商务平台的发展趋势。

目前国内钢铁电商平台数量已超过200家。相较于传统的钢材交易模式，钢铁电商具有价格公开透明，物流、资金、支付等环节更加便捷等一系列优势，发展非常迅猛。但是，钢铁电商在快速发展中也出现了数量过多、无序竞争、缺乏产业链支撑、盈利模式不清晰等问题，亟待得到解决。

为此，在北京举行的第十届中国钢铁流通促进大会上，众多钢铁电商平台联合国内钢铁生产、流通等领域近百家企业成立中国金属材料流通协会钢铁电商专业委员会，这是全国首家专业性的钢铁电商行业自律组织。中金协钢铁电商专委会执行会长陈雷鸣表示，专委会的成立，旨在助力钢铁电商企业，促进行业向着健康、有序、科学化、规范化的方向发展。

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。

报告目录：

第一章 2013-2016年世界钢铁产业发展状况剖析

第一节2013-2016年世界钢铁产业发展概况

一、世界钢铁行业发展的特征浅析

二、世界钢铁业发展呈现梯度转移

三、全球钢铁产能分析

第二节2013-2016年美国钢铁产业运行分析

一、美国产业关系对其钢铁企业的影响

二、美国钢铁工业的发展优势

三、美国钢铁贸易统计

四、美国钢铁行业将面临新一轮洗牌

第三节2013-2016年日本钢铁产业分析

一、日本钢铁业发展的特点

二、日本钢铁进出口状况

三、日本钢铁产量统计

第四节2013-2016年俄罗斯钢铁产业分析

一、俄罗斯钢铁业发展进程

二、俄罗斯大型钢企重组发展状况

三、俄罗斯钢铁工业生产概况

第五节2013-2016年意大利钢铁产业透析

一、意大利钢铁行业发展概况

二、意大利钢材消费状况

三、意大利钢材对外贸易分析

第六节韩国钢铁产业

一、韩国粗钢产量统计

二、韩国钢铁进出口分析

三、韩国钢铁行业应对通胀及需求下滑的经验

第七节2013-2016年巴西钢铁产业分析

一、巴西钢铁工业竞争力探讨

二、巴西钢铁行业增长状况

第八节2013-2016年东盟地区钢铁产业市场解析

一、东盟钢铁行业发展概述

二、东盟钢铁行业增长情况

三、东盟地区钢铁进出口分析

第九节2013-2016年印度钢铁产业分析

一、印度钢铁行业发展概述

二、印度钢铁企业扩张步伐放缓

三、印度钢铁产业发展的潜力与挑战

第十节2013-2016年其它国家钢铁产业分析

一、德国钢铁工业发展综述

二、伊朗钢铁工业发展概况

第二章 2013-2016年中国钢铁产业发展走势分析

第一节2013-2016年中国钢铁产业发展综述

一、改革开放三十年中国钢铁产业发展变化综述

二、中国引领世界钢铁业发展

三、中国钢铁业对全球供需平衡不构成威胁

四、中国钢铁出口的激增对其他国家不构成威胁

五、发达国家要客观看待中国钢铁产业的激增

第二节2013-2016年中国钢铁出口政策调整及其影响

一、中国出口退税政策变化对钢铁业的影响

二、浅析国家取消部分钢材出口关税政策

三、钢材出口关税调整对国内钢铁业的影响

第三节2013-2016年中国钢铁产业存在的问题分析

一、我国钢铁行业持续发展面临的挑战

二、国内钢铁业节能减排任务依旧艰巨

三、钢铁国企并购面临的困境

四、我国钢铁行业集中度低的不利影响

第四节2013-2016年中国钢铁工业的发展对策分析

一、我国钢铁工业发展的五大策略

二、钢铁工业主要节能措施

三、中国钢铁企业发展的三大战略

第三章2013-2016年中国粗钢与钢材产品产量数据统计监测分析

第一节2013-2016年中国粗钢产量统计分析

一、2013-2015年全国粗钢产量分析

二、2016年1-3月全国及主要省份粗钢产量分析

三、2016年1-3月粗钢产量集中度分析

第二节2013-2016年中国钢材产量统计分析

一、2013-2015年全国钢材产量分析

二、2016年1-3月全国及主要省份钢材产量分析

三、2016年1-3月钢材产量集中度分析

第四章2011-2016年中国钢铁进出口贸易分析

第一节2011-2016年中国钢铁进出口数据监测

一、钢铁进口数据分析

二、钢铁出口数据分析

三、钢铁进出口单价分析

第二节2016年钢铁进出口国家及地区分析

一、钢铁进口来源国家及地区

二、钢铁出口国家及地区

第三节2016年钢铁进出口省市分析

一、钢铁主要进口省市分析

二、钢铁主要出口省市分析

第五章2013-2016年全球钢铁电子交易市场运行分析

第一节钢铁电子商务构建产业链分析

一、远期合同交易

二、现货网上交易

三、钢贸商机

第二节2013-2016年世界主要国家钢铁电子商务分析

一、美国钢铁业正大步向电子商务化迈进

二、韩国钢铁电子信息商务分析

三、中日韩和东盟十国建立中小企业电子市场分析

第三节2016-2022年世界钢铁电子交易发展趋势分析

第六章2013-2016年中国钢铁电子交易运行环境分析

第一节2013-2016年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节2013-2016年中国钢铁电子交易政策环境分析

一、大宗商品电子交易规范

二、<上海大宗钢铁电子交易中心交易规则

三、钢铁进出口政策分析

第三节2013-2016年中国钢铁电子交易社会环境分析

第七章2013-2016年中国钢铁电子交易市场运行形势分析

第一节2013-2016年中国钢铁电子交易的贡献分析

一、钢铁远期电子交易的贡献

二、新的交易模式的探索

三、给参与者提供有效的避险工具

四、钢铁期货的上市做了有益的探索

第二节2013-2016年中国大宗钢铁电子盘交易与期货交易对比

一、对比交易模式

二、对比交易保证金

三、对比交易手续费

四、最小交割单位对比

第三节2013-2016年中国钢铁电子交易发展存在问题分析

第八章2013-2016年中国钢铁电子交易市场运行态势分析

第一节2013-2016年中国钢铁电子交易市场建设分析

一、中金钢铁电子交易中心成立分析

二、中国钢铁网携高校共建钢铁电子商务研发中心

三、杭州成立钢铁电子商务研究中心

四、北方钢铁电子交易平台启动分析

第二节2013-2016年中国钢铁电子交易市场动态分析

一、中国钢铁电子交易平台交易商入市协议

二、汽车业拉动内需作用显著钢铁电子信息率先受益

三、钢铁电子信息振兴规划制定

四、钢铁电子商务龙头分析

第三节2013-2016年中国大宗钢铁电子交易远期价格风险防范

第九章中国钢铁电子交易企业运行局势分析

第一节上海大宗钢铁电子交易中心有限公司

一、企业基本概述

二、上海大宗钢铁电子交易中心最新行情

三、企业竞争力分析

第二节上海中金钢铁电子交易中心有限公司

一、企业基本概述

二、企业三大功能、四大特征、八大优势分析

三、企业五大模式分析

第三节众城钢铁电子交易中心

一、企业基本概述

二、企业交易业务分析

三、企业交易流程分析

第四节东方钢铁

一、企业基本概述

二、投资企业财务数据分析（宝钢）

三、企业钢铁交易分析

第五节安阳钢铁电子交易网

一、企业基本概述

二、安阳钢铁股份有限公司经营数据分析

三、安阳钢铁电子交易网交易分析

第六节兰格钢铁电子交易市场分析

第七节略…………

第十章 2013-2016年中国电子商务市场深度分析

第一节2013-2016年中国电子商务市场动态分析

一、电子商务营收规模环比分析

二、经济危机中电子商务积极作用

三、电子商务发展造就创业新风向

四、中国电子商务市场机遇与挑战并存

第二节2013-2016年中国电子商务市场目标客户群体分析

一、目标明确客户

二、目标不是很明确

三、无目标的游客

第三节2013-2016年中国电子商务市场消费心理分析

一、电子商务中消费心理的变化趋势和特征

二、制约电子商务发展的心理因素分析

三、电子商务中现代企业的应对策略

第四节 2013-2016年中国电子商务市场竞争状况分析

一、电子商务市场竞争激烈

二、中国网进军电子商务市场

三、外资大举进入中国电子商务领域

第五节 2013-2016年中国主要地区电子商务分析

一、浙江电子商务持续高速发展

二、江苏省政府积极推进企业电子商务发展

三、上海电子商务发展处于全国领先水平

四、深圳电子商务进入快速发展期

第十一章2016-2022年中国钢铁电子交易发展趋势预测分析

第一节2016-2022年中国钢铁电子交易前景分析

一、全球钢铁业电子商务交易前景广阔

二、钢铁电子商务营销前景广阔

三、钢铁电子交易趋势分析

第二节2016-2022年中国钢铁电子交易市场预测分析

一、钢铁进出口预测分析

二、钢铁电子交易市场需求预测分析

三、钢铁电子交易市场供给预测分析

第三节2016-2022年中国钢铁电子交易市场盈利预测分析

第十二章2016-2022年中国钢铁电子交易投资机会与风险分析

第一节2016-2022年中国钢铁电子交易投资环境分析

第二节2016-2022年中国钢铁电子交易投资机会分析

一、钢铁电子交易投资吸引力分析

二、钢铁电子交易投资潜力分析

第三节2016-2022年中国钢铁电子交易投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、信誉风险分析

三、信贷风险分析

第四节专家建议(AKWZY)

图表目录：(部分)

图表：美国产业关系系统的运作图

图表：2013-2016年一季度美国钢铁进口统计

图表：2013-2016年一季度美国钢铁出口统计

图表：2002-2016年日本钢铁产量变化

图表：2016年日本钢铁厂高炉大修扩容主要情况

图表：2000-2016年日本钢铁厂高炉喷煤比和焦化的变化

图表：2004-2016年日本钢铁厂的转录作业指标变化

图表：2016年1-3月日本钢铁进出口量

图表：2016年1-3月日本钢铁产量统计

图表：2004-2016年意大利钢产量情况

图表：2005-2016年意大利钢铁产品分品种产量变化情况

图表：2016年欧盟主要产钢国产量结构

图表：意大利钢铁工业地理分布

图表：2005-2016年意大利钢材表观消费量

图表：2005-2016年意大利钢材分主要产品出口数量

图表：2005-2016年意大利钢材分主要产品进口数量

图表：2016年意大利钢材进出口逆差数量分大类产品构成

图表：2005-2016年意大利钢材分大类产品进出口数量

图表：2011年-2016年第一季度韩国粗钢生产

图表：2011年-2016年第一季度韩国钢制品生产

图表：2011年-2016年第一季度韩国钢材需求量

图表：2011年-2016年1-3月韩国钢材出口数量表

图表：2011年-2016年1-3月韩国钢材进口数量表

图表：2011年-2016年1-3月韩国钢铁进出口数量及金额表

图表：巴西粗钢供需情况

图表：世界钢铁大国的钢产量及其占全球钢产量的比重

图表：巴西钢产量及其占世界全球钢产量的比重

图表：巴西国内钢产品消费量

图表：巴西钢铁业竞争力变化情况

图表：2016年巴西与世界其他钢铁生产大国的产业集中度比较

图表：2016年世界钢铁企业竞争力排名

图表：东盟国家钢材产量和进出口量

图表：东盟国家钢材表观消费量及增速

图表：东盟国家长材产品消费情况

图表：2002-2016年东盟国家板材产品消费情况

图表：东盟国家钢材品种比例变化情况

图表：马来西亚钢材消费比例结构

图表：泰国钢材消费比例结构

图表：印尼钢材消费比例结构

图表：菲律宾钢材消费比例结构

图表：2000-2016年东盟地区不同国家冷轧板材进口价格比较

图表：2004-2016年东盟国家粗钢产量增长情况

图表：2004-2016年东盟国家成品钢材产量

图表：2004-2016年东盟国家钢材进口统计

图表：2004-2016年东盟国家钢材出口统计

图表：2004-2016年东盟国家钢表观消费量

图表：2016年东盟地区钢材进口来源地排名变化

图表：东盟地区废钢消费情况

图表：东盟地区钢材半成品消费情况

图表：2002-2016年中国出口东盟国家主要钢材产品

图表：2002-2016年独联体出口东盟国家主要钢材产品

图表：2002-2016年日本、韩国和台湾地区出口东盟国家主要钢材产品

图表：1991年-2016年印度粗钢产量和需求量

图表：印度钢铁企业粗钢产能扩建计划

图表：2005年-2016年印度基础设施建设支出计划

图表：印度近年焦煤消费量

图表：印度近年铁矿石产量

图表：德国钢铁工业数据统计

图表：2013-2016年全国粗钢产量分析

图表：2016年1-3月全国及主要省份粗钢产量分析

图表：2016年1-3月粗钢产量集中度分析

图表：2013-2016年全国钢材产量分析

图表：2016年1-3月全国及主要省份钢材产量分析

图表：2016年1-3月钢材产量集中度分析

图表：2011-2016年中国钢铁进口量增长趋势图

图表：2011-2016年中国钢铁进口金额增长趋势图

图表：2011-2016年中国钢铁出口量增长趋势图

图表：2011-2016年中国钢铁出口金额增长趋势图

图表：2016年中国钢铁进口来源地及量值统计表

图表：2016年中国钢铁进口来源结构

图表：2016年中国钢铁出口去向国家和地区统计表

图表：2016年中国钢铁出口去向分布图

图表：宝山钢铁股份有限公司主要经济指标走势图
图表：宝山钢铁股份有限公司经营收入走势图
图表：宝山钢铁股份有限公司盈利指标走势图
图表：宝山钢铁股份有限公司负债情况图
图表：宝山钢铁股份有限公司负债指标走势图
图表：宝山钢铁股份有限公司运营能力指标走势图
图表：宝山钢铁股份有限公司成长能力指标走势图
图表：安阳钢铁股份有限公司主要经济指标走势图
图表：安阳钢铁股份有限公司经营收入走势图
图表：安阳钢铁股份有限公司盈利指标走势图
图表：安阳钢铁股份有限公司负债情况图
图表：安阳钢铁股份有限公司负债指标走势图
图表：安阳钢铁股份有限公司运营能力指标走势图
图表：安阳钢铁股份有限公司成长能力指标走势图
图表：2016-2022年中国钢铁电子交易市场预测分析
图表：2016-2022年中国钢铁电子交易市场盈利预测分析
图表：略………

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/278754.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。