



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国钢铁贸易市场 发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国钢铁贸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/278944.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

钢铁贸易行业基本特点：

1、钢铁贸易行业中，企业数量比较多，集中度比较低，而且实力普遍偏小，主要是民营的中小企业数量比较多。

2、功能相对比较单一。在25万家企业里面，真正可以在行业中发挥领头作用的企业不多，还是一种相对比较分散的，市场竞争还没有达到一定集中的阶段。同时企业的经营方式、服务对象基本上大体相同，同质化问题严重，面对同样的市场、同样的客户，用同样的方式和手段竞争。

3、缺乏避险机制，由于钢材期货市场没有恢复，钢材的价格大起大落，对于流通行业来说风险很大。

4、定价机制是以供应商为主导的，流通商和中小用户的话语权不大。

5、经营模式基本上都是用现款买进，然后分级经销，资金需求大。这种特定的经营方式使得资金需求量很大。

从钢铁贸易企业的主要销售模式来看，根据钢材产品和资金的流通形式，主要能分为直销模式和分销模式。直销模式是指钢铁企业不通过中介直接向用钢企业推销钢材产品的方式，目前我国约有20-30%的钢材由钢材生产企业向终端用户直接供给。而分销模式是指钢材生产企业不直接与钢材用户打交道，而是通过中间商把钢材产品销售给用户。根据经过的环节多少，可分为一级分销、二级分销、三级分销等，每级中间分销商可以进行不同的组合。目前约有70-80%的钢材通过分销模式销售给终端客户。

目前，我国的钢铁企业分销模式主要有三种，一种是由钢铁企业自己的销售子公司完成销售工作，一种是委托代理商销售钢材，还有一种是将钢材销售给钢材经销商销售。 钢材分销流通模式图 资料来源：公开资料整理

而就经营方式方面来讲，钢贸企业的经营方式总体可以分为三种，分别为核心企业绑定、市场主导、佣金代理三种方式。经营方式与分销模式的相互组合，进而形成了完整的钢贸行业产业链。

国内钢材行业现状：2004-2014年中国钢材行业产量情况 资料来源：国家统计局

2014年，房地产进入调整期，房地产新开工面积不断下滑，影响到钢材消费需求。通过自下而上的行业法和自上而下的宏观法两种方法测算，我们预计2015年粗钢实际消费量6.66亿吨，同比增3.6%；粗钢表观消费量6.69亿吨，同比增3.8%。

由于我国钢铁需求量已经达到平台期，未来几年增长空间有限，而产能过剩，钢铁行业盈

利难以短期难以好转。对于铁矿石价格，未来一定时期内，国际铁矿石价格将在70-80美元/吨之间徘徊，跌破60美元/吨的概率很小，除非发生重大经济危机。 2004-2014年中国粗钢消费量统计（千吨）

年份	中国	全球	中国消费占比
2004年	287312	1062396	26.0%
2005年	361950	1139039	31.8%
2006年	393400	1245085	31.6%
2007年	435860	1328888	32.8%
2008年	465480	1335257	33.9%
2009年	574420	1234086	46.5%
2010年	612060	1408871	43.4%
2011年	667930	1519643	43.0%
2012年	687580	1548251	43.4%
2013年	771729	1648127	46.8%
2014年	738910	-	-

资料来源：世界钢铁工业协会

我们采用自下而上的宏观法进行测算，预计2015年下游行业对粗钢需求的增长分别为：建筑业3.36亿吨、同比增3.77%，制造业3.3亿吨、同比增3.39%。 2015年钢铁行业需求结构 资料来源：金友期货研究所

考察宝钢集团有限公司、鞍山钢铁集团公司、攀钢集团钢铁钒钛股份有限公司、马钢控股有限公司、本钢集团有限钢丝等五家重点企业的资产总额情况。五家重点企业利润总额为4696.5亿元，其中宝钢集团有限公司占比高达47.3%，另外鞍山钢铁集团公司和马钢控股有限公司占比分别为18.8%和14.2%。重点企业资产总计占比 资料来源：公开资料整理

2014年1-9月的资产总额统计数据，表中数据可以看出，五家企业2013年总资产为4968.5亿元，只占全国总净利润的6.5%。 2013-2014重点钢铁企业总资产（万元）

企业名称	2014年1-9月资产总计	2013年资产总计
宝钢集团有限公司	22919700	22666800
鞍山钢铁集团公司	9228100	9286500
马钢控股有限公司	7257320	7131720
本钢集团有限公司	4475470	4305030
攀钢集团钢铁钒钛股份有限公司	3839940	3574950

资料来源：艾凯咨询网整理

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 钢铁贸易行业相关概述1

1.1 行业界定1

1.1.1 概念界定1

1.1.2 基本特点1

1.2 行业经营特征2

1.2.1 替代品有效性较小2

1.2.2 行业进入壁垒较低2

1.2.3 行业呈现区域集中性2

1.2.4 行业整体属于成熟期3

第二章 钢铁贸易行业产业链解析5

2.1 产业链构成分析5

2.1.1 钢贸行业整体产业链5

2.1.2 钢贸行业细分产业链7

2.2 上游行业影响因素分析9

2.2.1 钢铁供需状况9

2.2.2 钢材价格行情11

2.3 下游行业需求分析13

2.3.1 下游需求格局13

2.3.2 建筑用钢15

2.3.3 机械用钢15

2.3.4 汽车用钢16

2.3.5 家电用钢16

2.3.6 船舶用钢17

2.4 2013-2015年下游终端行业运行状况分析17

2.4.1 房地产业开发状况及前景展望17

2.4.2 基础设施建设状况及前景展望18

2.4.3 机械工业运行状况及前景展望24

2.4.4 汽车行业运行状况及前景展望27

2.4.5 家电行业运行状况及前景展望47

2.4.6 石化行业运行状况及前景展望48

2.4.7 船舶工业运行状况及前景展望51

第三章 2013-2015年中国钢铁贸易行业发展环境分析57

3.1 经济环境57

3.1.1 中国宏观经济运行现状57

3.1.2 中国产业经济结构分析74

3.1.3 中国经济运行特征及挑战75

3.1.4 中国宏观经济政策走势75

3.2 政策环境77

3.2.1 钢铁行业政策法规汇总77

3.2.2 钢铁贸易税收政策的调整情况78

3.2.3 钢铁行业面临的贸易保护主义79

3.2.4 钢铁电子交易市场规范及监管81

3.2.5 钢铁期货交易市场规范及监管82

3.2.6 钢铁现货交易市场规范及监管82

3.2.7 金融货币政策对钢铁贸易的影响88

3.3 社会环境88

3.3.1 行业社会环境概述88

3.3.2 行业社会需求变化89

3.3.3 行业劳动生产率分析89

3.3.4 贸易摩擦形势分析90

第四章 2012-2015年中国钢铁贸易行业深度分析91

4.1 中国钢铁产业供需现状91

4.1.1 行业生产总量分析91

4.1.2 行业区域产量格局102

4.1.3 行业消费总量分析102

4.1.4 行业消费分布格局103

4.2 中国钢铁行业经营情况104

4.2.1 2010-2015年行业经济规模分析104

4.2.2 2010-2015年行业盈利能力分析105

4.2.3 2010-2015年行业营运能力分析105

4.2.4 2010-2015年行业偿债能力分析106

4.3 中国钢铁贸易行业发展概况106

4.3.1 行业发展历程106

4.3.2 市场环境分析111

4.3.3 行业发展现状113

4.3.4 行业特征分析117

4.3.5 行业转型态势127

4.3.6 企业格局分析129

- 4.3.7 竞争模型分析132
- 4.3.8 贸易流通环节138
- 4.4 中国钢铁贸易行业企业格局139
 - 4.4.1 大型流通企业139
 - 4.4.2 大中型、区域性流通企业140
 - 4.4.3 小型、微型钢贸企业140
 - 4.4.4 企业竞争格局变化趋势141
- 4.5 中国钢铁国际贸易的SWOT分析141
 - 4.5.1 优势分析（strength）141
 - 4.5.2 劣势分析（weakness）141
 - 4.5.3 机会分析（opportunity）142
 - 4.5.4 威胁分析（threat）142
- 4.6 中国钢铁国际贸易数据分析143
 - 4.6.1 2012-2015年12月主要贸易国钢铁进口市场分析143
 - 4.6.2 2012-2015年12月主要贸易国钢铁出口市场分析143
 - 4.6.3 2012-2015年12月主要省份钢铁进口市场分析144
 - 5.6.4 2012-2015年12月主要省份钢铁出口市场分析144
- 5.7 中国主要钢铁产品贸易形势分析145
 - 5.7.1 生铁贸易状况145
 - 5.7.2 铁合金贸易状况146
 - 5.7.3 钢材贸易状况147
 - 5.7.4 废钢贸易状况152
- 5.8 中国钢铁贸易行业的挑战及建议153
 - 5.8.1 运营困境分析153
 - 5.8.2 主要挑战分析155
 - 5.8.3 行业发展建议155

- 第五章 2012-2015年中国主要地区钢铁贸易形势分析157
 - 5.1 东北地区钢铁贸易形势分析157
 - 5.1.1 东北地区钢铁产量增长情况157
 - 5.1.2 东北地区钢铁产值增长情况158
 - 5.1.3 东北地区钢铁贸易形势分析158

5.2 华北地区钢铁贸易形势分析	160
5.2.1 华北地区钢铁产量增长情况	160
5.2.2 华北地区钢铁产值增长情况	161
5.2.3 华北地区钢铁贸易形势分析	161
5.3 华东地区钢铁贸易形势分析	163
5.3.1 华东地区钢铁产量增长情况	163
5.3.2 华东地区钢铁产值增长情况	164
5.3.3 华东地区钢铁贸易形势分析	164
5.4 华南地区钢铁贸易形势分析	167
5.4.1 华南地区钢铁产量增长情况	167
5.4.2 华南地区钢铁产值增长情况	168
5.4.3 华南地区钢铁贸易形势分析	168
5.5 华中地区钢铁贸易形势分析	170
5.5.1 华中地区钢铁产量增长情况	170
5.5.2 华中地区钢铁产值增长情况	171
5.5.3 华中地区钢铁贸易形势分析	171
5.6 西南地区钢铁贸易形势分析	173
5.6.1 西南地区钢铁产量增长情况	173
5.6.2 西南地区钢铁产值增长情况	174
5.6.3 西南地区钢铁贸易形势分析	174
5.7 西北地区钢铁贸易形势分析	176
5.7.1 西北地区钢铁产量增长情况	176
5.7.2 西北地区钢铁产值增长情况	177
5.7.3 西北地区钢铁贸易形势分析	177

第六章 钢铁贸易行业营销模式分析180

6.1 国际钢铁贸易典型模式	180
6.1.1 日韩模式	180
6.1.2 欧美模式	180
6.1.3 中国模式	180
6.2 日本钢铁贸易模式解析	181
6.2.1 市场主体分析	181

- 6.2.2 基本模式及主体定位181
- 6.2.3 基本流程分析181
- 6.2.4 主要特点分析181
- 6.3 美国钢铁贸易模式解析182
 - 6.3.1 钢铁工业布局决定直销模式182
 - 6.3.2 流通商强势成长巩固直销模式182
- 6.4 钢铁现货销售模式分析182
 - 6.4.1 直供销售模式182
 - 6.4.2 代理（经销）商销售模式183
 - 6.4.3 自营销售模式184
 - 6.4.4 加工配送销售方式185
 - 6.4.5 网络销售模式186
 - 6.4.6 未来销售模式组合建议186
- 6.5 钢铁期货交易模式分析187
 - 6.5.1 钢材期货交易背景187
 - 6.5.2 钢铁期货交易利处187
 - 6.5.3 钢铁期货交易成效188
 - 6.5.4 钢铁期货交易规模188
 - 6.5.5 钢铁期货套保规模189
- 6.6 钢铁电子交易模式分析190
 - 6.6.1 钢铁电子交易模式分类情况190
 - 6.6.2 钢铁电子交易模式特点分析191
 - 6.6.3 钢铁电商平台主要交易模式192
 - 6.6.4 钢铁电子交易模式与其他模式的比较193
 - 6.6.5 钢铁电子交易模式应用状况196
 - 6.6.6 钢铁电子交易模式发展现状197
 - 6.6.7 钢铁电子交易模式问题分析198
 - 6.6.8 钢铁电子交易模式未来方向199

第七章 2012-2015年中国钢材贸易市场发展分析201

- 7.1 中国钢材贸易市场基本类型201
 - 7.1.1 票据式交易市场201

- 7.1.2 "前店后库"式交易市场202
- 7.1.3 电子化交易市场202
- 7.2 中国钢材贸易市场发展概况203
 - 7.2.1 市场发展特征简述203
 - 7.2.2 交易市场分布情况204
 - 7.2.3 传统市场生存现状204
 - 7.2.4 市场变革态势分析206
 - 7.2.5 未来转型升级出路207
- 7.3 中国区域典型钢材市场介绍208
 - 7.3.1 东北地区主要钢材市场208
 - 7.3.2 华北地区主要钢材市场211
 - 7.3.3 华东地区主要钢材市场214
 - 7.3.4 华南地区主要钢材市场225
 - 7.3.5 西北地区主要钢材市场226
 - 7.3.6 西南地区主要钢材市场229

第八章 2013-2015年钢铁贸易行业物流发展分析232

- 8.1 钢铁贸易行业物流发展综述232
 - 8.1.1 国外钢铁物流发展特点232
 - 8.1.2 中国钢铁物流基本情况234
 - 8.1.3 中国钢铁物流运行特征235
 - 8.1.4 中国钢铁物流优劣势分析235
 - 8.1.5 中国钢铁物流运行模式236
- 8.2 2013-2015年中国钢铁贸易行业物流发展现状237
 - 8.2.1 钢铁物流行业规模237
 - 8.2.2 钢铁物流标准项目发展路线238
 - 8.2.3 钢铁物流信息化发展239
 - 8.2.4 钢贸物流发展空间241
- 8.3 钢铁贸易行业物流成本分析242
 - 8.3.1 成本构成情况242
 - 8.3.2 成本现状分析243
 - 8.3.3 成本降低方法解析244

8.4 钢铁贸易物流园区发展分析246

8.4.1 钢铁物流园基本特征246

8.4.2 钢铁物流园综合效益247

8.4.3 钢铁物流园投资动态248

8.4.4 钢铁物流园高效降本策略248

8.4.5 钢铁物流园转型升级战略252

8.4.6 钢铁物流园发展趋势254

8.5 钢铁贸易行业物流发展建议255

8.5.1 发展思路分析255

8.5.2 转型升级建议256

8.5.3 融资困境破解策略257

第九章 2013-2015年钢铁贸易行业领先企业经营状况分析259

9.1 上海宝钢宝山钢材贸易有限公司259

9.1.1 企业发展概况259

9.1.2 企业组织架构259

9.1.3 企业主营产品260

9.1.4 企业营销网络262

9.1.5 企业经营业绩263

9.2 武汉钢铁集团鄂城钢铁有限责任公司263

9.2.1 企业发展概况263

9.2.2 企业组织架构266

9.2.3 企业主营产品266

9.2.4 企业技术成果267

9.2.5 企业营销思路267

9.3 北京首钢新钢联科贸有限公司267

9.3.1 企业发展概况267

9.3.2 企业组织架构268

9.3.3 企业营销网络269

9.4 太原钢铁（集团）有限公司270

9.4.1 企业发展概况270

9.4.2 企业组织架构271

- 9.4.3 企业主营业务272
- 9.4.4 企业营销网络273
- 9.4.5 企业经营业绩274
- 9.5 五矿发展股份有限公司275
 - 9.5.1 企业发展概况275
 - 9.5.2 经营效益分析276
 - 9.5.3 业务经营分析277
 - 9.5.4 财务状况分析278
 - 9.5.5 未来前景展望285
- 9.6 上海百营钢铁集团有限公司285
 - 9.6.1 企业发展概况285
 - 9.6.2 企业营销网络286
 - 9.6.3 企业战略分析287
- 9.7 上海宝闽钢铁集团有限公司287
 - 9.7.1 企业发展概况287
 - 9.7.2 企业组织架构289
 - 9.7.3 企业营销网络289
- 9.8 中国中钢集团公司290
 - 9.8.1 企业发展概况290
 - 9.8.2 企业组织架构292
 - 9.8.3 企业主营业务292
 - 9.8.4 企业营销网络293
 - 9.8.5 企业经营业绩294
- 9.9 中国铁路物资股份有限公司295
 - 9.9.1 企业发展概况295
 - 9.9.2 企业组织架构296
 - 9.9.3 企业主营业务296
 - 9.9.4 企业经营业绩297
 - 9.9.5 企业战略动向298
- 9.10 浙江省物产集团公司298
 - 9.10.1 企业发展概况298
 - 9.10.2 企业组织架构299

9.10.3 企业主营业务299

9.10.4 企业经营业绩300

9.10.5 未来发展规划301

第十章 2013-2015年主要钢铁电子交易平台经营状况分析302

10.1 上海钢联电子商务股份有限公司（我的钢铁网）302

10.1.1 企业发展概况302

10.1.2 经营效益分析303

10.1.3 业务经营分析303

10.1.4 财务状况分析304

10.1.5 未来前景展望305

10.2 上海大宗钢铁电子交易中心306

10.2.1 平台简介306

10.2.2 交易模式307

10.2.3 平台建设307

10.2.4 发展特点307

10.2.5 成功经验308

10.2.6 未来发展308

10.3 东方钢铁电子交易平台309

10.3.1 平台简介309

10.3.2 交易模式310

10.3.3 平台建设310

10.3.4 服务体系311

10.4 钢之源电子交易市场313

10.4.1 平台简介313

10.4.2 交易模式313

10.4.3 主要成就314

10.5 上海中联钢钢铁电子交易市场314

10.5.1 平台简介314

10.5.2 交易模式315

10.5.3 发展特点315

10.5.4 发展优势316

10.6 兰格钢铁网318

10.6.1 平台简介318

10.6.2 业务发展318

10.6.3 交易模式319

10.7 你的钢网320

10.7.1 平台简介320

10.7.2 业务模式320

10.7.3 业务发展321

10.7.4 发展优势321

第十一章 中国钢铁贸易企业经营模式及转型战略分析322

11.1 钢贸企业典型发展模式评析322

11.1.1 钢厂代理模式322

11.1.2 绑定终端模式322

11.1.3 期现配合模式323

11.1.4 操作行情模式323

11.1.5 市场搬货模式324

11.1.6 佣金代理模式324

11.1.7 产融结合模式324

11.2 微利时期钢贸企业的变化分析325

11.2.1 厂商关系的变化325

11.2.2 钢贸经营结构的变化325

11.2.3 钢贸经营模式的变化326

11.3 钢铁贸易企业模式创新思考328

11.3.1 供应链金融服务模式328

11.3.2 金融平台下的配供配送模式328

11.3.3 订单营销模式329

11.3.4 电子商务模式329

11.3.5 产融结合模式331

11.4 钢铁贸易企业的转型策略探讨331

11.4.1 企业发展壮大建议331

11.4.2 企业风险管控对策332

- 11.4.3 企业战略转型升级措施338
- 11.4.4 企业整合与重构思路342
- 11.4.5 企业市场制胜策略344
- 11.5 2014年钢铁贸易企业市场突围战略346
 - 11.5.1 库存前置346
 - 11.5.2 网上销售347
 - 11.5.3 互补合作347
 - 11.5.4 个性服务348
- 11.6 钢铁贸易企业盈利模式创新路径349
 - 11.6.1 盈利环境分析349
 - 11.6.2 产品结构盈利模式350
 - 11.6.3 创新服务盈利模式350
 - 11.6.4 规模经营盈利模式350
 - 11.6.5 供需网链结构盈利模式350
- 第十二章 钢铁贸易行业投融资及发展前景分析352
 - 12.1 钢贸行业投资风险分析352
 - 12.1.1 行业竞争力弱352
 - 12.1.2 受政策调控影响大352
 - 12.1.3 企业生存压力大352
 - 12.1.4 行业平均利润较低353
 - 12.1.5 经营管理风险较大353
 - 12.1.6 信贷形势严峻354
 - 12.2 中小型钢贸企业融资风险分析355
 - 12.2.1 融资风险评估355
 - 12.2.2 融资风险控制措施357
 - 12.3 钢贸企业供应链融资解决方案358
 - 12.3.1 核心企业绑定式的钢贸业融资需求及解决方案358
 - 12.3.2 以市场为主导的钢贸业融资需求及解决方案363
 - 12.3.3 佣金带来模式下的钢贸业融资需求及解决方案366
 - 12.4 钢贸行业投资机会及发展前景分析368
 - 12.4.1 行业发展机会368

12.4.2 未来发展方向371

12.5 2016-2022年钢铁贸易行业供需前景预测372

12.5.1 钢铁供需影响因素分析372

12.5.2 2016-2022年钢铁供给规模预测374

12.5.3 2016-2022年钢铁需求规模预测377

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：钢铁贸易行业产业链

图表：2011-2015年我国钢铁贸易行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国钢铁贸易行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国钢铁贸易行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国钢铁贸易行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国钢铁贸易行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国钢铁贸易行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国钢铁贸易行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国钢铁贸易行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国钢铁贸易行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国钢铁贸易行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业5
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业6
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：其他企业……
图表：主要经济指标走势图
图表：2011-2015年钢铁贸易行业市场供给
图表：2011-2015年钢铁贸易行业市场需求
图表：2011-2015年钢铁贸易行业市场规模
图表：钢铁贸易所属行业生命周期判断
图表：钢铁贸易所属行业区域市场分布情况
图表：2016-2022年中国钢铁贸易行业市场规模预测
图表：2016-2022年中国钢铁贸易行业供给预测
图表：2016-2022年中国钢铁贸易行业需求预测
图表：2016-2022年中国钢铁贸易行业价格指数预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/278944.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。