



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国钢铁贸易市场 分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2016-2022年中国钢铁贸易市场分析及投资策略研究报告》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/280047.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

国际钢协表示，尽管全球钢铁业仍然面临一些下行风险。但是一些积极因素也正在显现，发达经济体也传来越来越多积极的消息，尤其是欧元区的复苏动力不断加强。而在发展中经济体和新兴经济体，我们看到人们对印度的态度越来越乐观，中东北非地区和东盟地区的钢材消费量不断增加。尽管这些积极因素不能完全抵消中国经济增速下降的影响，但仍然预期2016年之后需求增速逐步回升。

国际钢协认为中国需求将继续下降。2014年，由于中国的经济结构转型对房地产市场产生的重大影响，中国的钢材需求量出现了继1995年之后的首次负增长。这种局面在短期内可能不会变化，中国的钢材需求量将在2015年和2016年继续出现0.5%的负增长。从中期来看，不会出现强力反弹。为了稳定减速发展的中国经济，中国政府采取了一些措施。对于这些措施可能产生的影响，目前仍然存在一定的不确定性。

随着中国进入下一个发展阶段，中国经济的结构调整不可避免，但是需要一定时间。从短期来看，由于国内供应严重过剩，2014年中国钢材出口量大幅增长，这将对全球钢铁贸易格局产生影响，甚至可能激化贸易摩擦。

2014年，发展中国家(中国除外)出现了2.3%的低速增长，其中的一个特别原因是巴西和俄罗斯钢材市场的持续恶化。预计2015年发展中经济体的增长势头仍将整体疲软。许多发展中经济体的钢材市场表现出成熟因素，这抑制了钢材需求的增长。尽管如此，我们仍然预期印度、印尼、越南和埃及等部分新兴经济体将出现积极增长，这些国家的钢材市场仍在不断发展。这些市场的整体钢材需求量预计将在2015年增长2.4%，在2016年增长4.0%。

在2014年，随着美国基本面的强势回归和欧盟的强力复苏，发达国家的钢材需求量增加了6.2%。尽管如此，预计2015年发达国家的增长幅度将有所趋缓，其部分原因是高基数效应，另一个原因是美国经济增长放缓，日本和韩国钢材市场大环境较为不利。虽然欧盟的经济复苏在地区范围内有广泛基础，却仍然受到投资活动疲软和高失业率的束缚。发达经济体的钢材需求量将在2015年增长0.2%，在2016年增长1.8%。

我国钢贸行业的行业集中度较小，在将近25万家钢铁流通企业中，没有明显的领先企业，同时服务对象与操作方式单一。

但是行业整体的区域集中度则较高。河北省、湖北省是我国的钢铁产销大省，就2011年的销售额占比来讲，两省的钢铁销售额均占到了我国全部钢铁销售额的20%以上。此外，天津市、江苏省、山东省的钢铁销售总额也在全国的钢铁销售总额中占比较大。

总的来讲，河北省、湖北省、天津市、江苏省、山东省这五省的钢铁销售总额占到了我国钢铁销售总额的75%左右，占到了总量的绝大多数。依照省市地区划分的钢铁行业洛伦兹曲

线资料来源：公开资料整理

经过测试，我国依照省市地区划分的钢铁销售额的基尼系数=0.73，行业整体呈现出明显的区域性分布。

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
2004-2014年中国生铁产量情况资料来源：国家统计局2004-2014年中国粗钢行业产量情况资料来源：国家统计局2004-2014年中国钢材行业产量情况资料来源：国家统计局

2.2.2 钢材价格行情 11

2015年上半年粗钢产量为4.1亿吨，同比下降1.30%，为20年以来首次收缩，经口径调整后的粗钢表观消费量同比下降4.50%，公布的23家钢企上半年产量同比也下降3.93%。整体看来，35家钢铁上市公司营业收入合计5009.45亿元，同比降幅扩大至26.87%。2015年上半年钢材

价格变化情况

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 金融危机下钢铁贸易行业宏观经济环境分析

3.1 2012-2015年全球经济环境分析

3.1.1 2015年全球经济运行概况

3.1.2 2016-2022年全球经济形势预测

3.2 金融危机对全球经济的影响

3.2.1 国际金融危机发展趋势及其国际影响

3.2.2 对各国实体经济的影响

3.3 金融危机对中国经济的影响

3.3.1 金融危机对中国实体经济的影响

3.3.2 金融危机影响下的主要行业

第四章 2013-2015年中国钢铁贸易行业发展环境分析 57

4.1 经济环境 57

4.1.1 中国宏观经济运行现状 57

4.1.2 中国产业经济结构分析	74
4.1.3 中国经济运行特征及挑战	75
4.1.4 中国宏观经济政策走势	75
4.2 政策环境	77
4.2.1 钢铁行业政策法规汇总	77
4.2.2 钢铁贸易税收政策的调整情况	78
4.2.3 钢铁行业面临的贸易保护主义	79
4.2.4 钢铁电子交易市场规范及监管	81
4.2.5 钢铁期货交易市场规范及监管	82
4.2.6 钢铁现货交易市场规范及监管	82
4.2.7 金融货币政策对钢铁贸易的影响	88
4.3 社会环境	88
4.3.1 行业社会环境概述	88
4.3.2 行业社会需求变化	89
4.3.3 行业劳动生产率分析	89
4.3.4 贸易摩擦形势分析	90
第五章 2012-2015年中国钢铁贸易行业深度分析	91
5.1 中国钢铁产业供需现状	91
5.1.1 行业生产总量分析	91
5.1.2 行业区域产量格局	102
5.1.3 行业消费总量分析	102
5.1.4 行业消费分布格局	103
5.2 中国钢铁行业经营情况	104
5.2.1 2010-2015年行业经济规模分析	104
5.2.2 2010-2015年行业盈利能力分析	105
5.2.3 2010-2015年行业营运能力分析	105
5.2.4 2010-2015年行业偿债能力分析	106
5.3 中国钢铁贸易行业发展概况	106
5.3.1 行业发展历程	106
5.3.2 市场环境分析	111
5.3.3 行业发展现状	113

5.3.4 行业特征分析	117
5.3.5 行业转型态势	127
5.3.6 企业格局分析	129
5.3.7 竞争模型分析	132
5.3.8 贸易流通环节	138
5.4 中国钢铁贸易行业企业格局	139
5.4.1 大型流通企业	139
5.4.2 大中型、区域性流通企业	140
5.4.3 小型、微型钢贸企业	140
5.4.4 企业竞争格局变化趋势	141
5.5 中国钢铁国际贸易的SWOT分析	141
5.5.1 优势分析 (STRENGTH)	141
5.5.2 劣势分析 (WEAKNESS)	141
5.5.3 机会分析 (OPPORTUNITY)	142
5.5.4 威胁分析 (THREAT)	142
5.6 中国钢铁国际贸易数据分析	143
5.6.1 2012-2015年12月主要贸易国钢铁进口市场分析	143
5.6.2 2012-2015年12月主要贸易国钢铁出口市场分析	143
5.6.3 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
第六章 2012-2015年中国主要地区钢铁贸易形势分析	157
6.1 东北地区钢铁贸易形势分析	157

6.1.1 东北地区钢铁产量增长情况	157
6.1.2 东北地区钢铁产值增长情况	158
6.1.3 东北地区钢铁贸易形势分析	158
6.2 华北地区钢铁贸易形势分析	160
6.2.1 华北地区钢铁产量增长情况	160
6.2.2 华北地区钢铁产值增长情况	161
6.2.3 华北地区钢铁贸易形势分析	161
6.3 华东地区钢铁贸易形势分析	163
6.3.1 华东地区钢铁产量增长情况	163
6.3.2 华东地区钢铁产值增长情况	164
6.3.3 华东地区钢铁贸易形势分析	164
6.4 华南地区钢铁贸易形势分析	167
6.4.1 华南地区钢铁产量增长情况	167
6.4.2 华南地区钢铁产值增长情况	168
6.4.3 华南地区钢铁贸易形势分析	168
6.5 华中地区钢铁贸易形势分析	170
6.5.1 华中地区钢铁产量增长情况	170
6.5.2 华中地区钢铁产值增长情况	171
6.5.3 华中地区钢铁贸易形势分析	171
6.6 西南地区钢铁贸易形势分析	173
6.6.1 西南地区钢铁产量增长情况	173
6.6.2 西南地区钢铁产值增长情况	174
6.6.3 西南地区钢铁贸易形势分析	174
6.7 西北地区钢铁贸易形势分析	176
6.7.1 西北地区钢铁产量增长情况	176
6.7.2 西北地区钢铁产值增长情况	177
6.7.3 西北地区钢铁贸易形势分析	177
第七章 钢铁贸易行业营销模式分析	180
7.1 国际钢铁贸易典型模式	180
7.1.1 日韩模式	180
7.1.2 欧美模式	180

7.1.3 中国模式	180
7.2 日本钢铁贸易模式解析	181
7.2.1 市场主体分析	181
7.2.2 基本模式及主体定位	181
7.2.3 基本流程分析	181
7.2.4 主要特点分析	181
7.3 美国钢铁贸易模式解析	182
7.3.1 钢铁工业布局决定直销模式	182
7.3.2 流通商强势成长巩固直销模式	182
7.4 钢铁现货销售模式分析	182
7.4.1 直供销售模式	182
7.4.2 代理（经销）商销售模式	183
7.4.3 自营销售模式	184
7.4.4 加工配送销售方式	185
7.4.5 网络销售模式	186
7.4.6 未来销售模式组合建议	186
7.5 钢铁期货交易模式分析	187
7.5.1 钢材期货交易背景	187
7.5.2 钢铁期货交易利处	187
7.5.3 钢铁期货交易成效	188
7.5.4 钢铁期货交易规模	188
7.5.5 钢铁期货套保规模	189
7.6 钢铁电子交易模式分析	190
7.6.1 钢铁电子交易模式分类情况	190
7.6.2 钢铁电子交易模式特点分析	191
7.6.3 钢铁电商平台主要交易模式	192
7.6.4 钢铁电子交易模式与其他模式的比较	193
7.6.5 钢铁电子交易模式应用状况	196
7.6.6 钢铁电子交易模式发展现状	197
7.6.7 钢铁电子交易模式问题分析	198
7.6.8 钢铁电子交易模式未来方向	199

第八章 2012-2015年中国钢材贸易市场发展分析 201

8.1 中国钢材贸易市场基本类型 201

8.1.1 票据式交易市场 201

8.1.2 "前店后库"式交易市场 202

8.1.3 电子化交易市场 202

8.2 中国钢材贸易市场发展概况 203

8.2.1 市场发展特征简述 203

8.2.2 交易市场分布情况 204

8.2.3 传统市场生存现状 204

8.2.4 市场变革态势分析 206

8.2.5 未来转型升级出路 207

8.3 中国区域典型钢材市场介绍 208

8.3.1 东北地区主要钢材市场 208

8.3.2 华北地区主要钢材市场 211

8.3.3 华东地区主要钢材市场 214

8.3.4 华南地区主要钢材市场 225

8.3.5 西北地区主要钢材市场 226

8.3.6 西南地区主要钢材市场 229

第九章 2013-2015年钢铁贸易行业物流发展分析 232

9.1 钢铁贸易行业物流发展综述 232

9.1.1 国外钢铁物流发展特点 232

9.1.2 中国钢铁物流基本情况 234

9.1.3 中国钢铁物流运行特征 235

9.1.4 中国钢铁物流优劣势分析 235

9.1.5 中国钢铁物流运行模式 236

9.2 2013-2015年中国钢铁贸易行业物流发展现状 237

9.2.1 钢铁物流行业规模 237

9.2.2 钢铁物流标准项目发展路线 238

9.2.3 钢铁物流信息化发展 239

9.2.4 钢贸物流发展空间 241

9.3 钢铁贸易行业物流成本分析 242

9.3.1 成本构成情况	242
9.3.2 成本现状分析	243
9.3.3 成本降低方法解析	244
9.4 钢铁贸易物流园区发展分析	246
9.4.1 钢铁物流园基本特征	246
9.4.2 钢铁物流园综合效益	247
9.4.3 钢铁物流园投资动态	248
9.4.4 钢铁物流园高效降本策略	248
9.4.5 钢铁物流园转型升级战略	252
9.4.6 钢铁物流园发展趋势	254
9.5 钢铁贸易行业物流发展建议	255
9.5.1 发展思路分析	255
9.5.2 转型升级建议	256
9.5.3 融资困境破解策略	257
第十章 2013-2015年钢铁贸易行业领先企业经营状况分析	259
10.1 上海宝钢宝山钢材贸易有限公司	259
10.1.1 企业发展概况	259
10.1.2 企业组织架构	259
10.1.3 企业主营产品	260
10.1.4 企业营销网络	262
10.1.5 企业经营业绩	263
10.2 武汉钢铁集团鄂城钢铁有限责任公司	263
10.2.1 企业发展概况	263
10.2.2 企业组织架构	266
10.2.3 企业主营产品	266
10.2.4 企业技术成果	267
10.2.5 企业营销思路	267
10.3 北京首钢新钢联科贸有限公司	267
10.3.1 企业发展概况	267
10.3.2 企业组织架构	268
10.3.3 企业营销网络	269

10.4 太原钢铁（集团）有限公司	270
10.4.1 企业发展概况	270
10.4.2 企业组织架构	271
10.4.3 企业主营业务	272
10.4.4 企业营销网络	273
10.4.5 企业经营业绩	274
10.5 五矿发展股份有限公司	275
10.5.1 企业发展概况	275
10.5.2 经营效益分析	276
10.5.3 业务经营分析	277
10.5.4 财务状况分析	278
10.5.5 未来前景展望	285
10.6 上海百营钢铁集团有限公司	285
10.6.1 企业发展概况	285
10.6.2 企业营销网络	286
10.6.3 企业战略分析	287
10.7 上海宝闽钢铁集团有限公司	287
10.7.1 企业发展概况	287
10.7.2 企业组织架构	289
10.7.3 企业营销网络	289
10.8 中国中钢集团公司	290
10.8.1 企业发展概况	290
10.8.2 企业组织架构	292
10.8.3 企业主营业务	292
10.8.4 企业营销网络	293
10.8.5 企业经营业绩	294
10.9 中国铁路物资股份有限公司	295
10.9.1 企业发展概况	295
10.9.2 企业组织架构	296
10.9.3 企业主营业务	296
10.9.4 企业经营业绩	297
10.9.5 企业战略动向	298

10.10 浙江省物产集团公司	298
10.10.1 企业发展概况	298
10.10.2 企业组织架构	299
10.10.3 企业主营业务	299
10.10.4 企业经营业绩	300
10.10.5 未来发展规划	301
第十一章 2013-2015年主要钢铁电子交易平台经营状况分析	302
11.1 上海钢联电子商务股份有限公司（我的钢铁网）	302
11.1.1 企业发展概况	302
11.1.2 经营效益分析	303
11.1.3 业务经营分析	303
11.1.4 财务状况分析	304
11.1.5 未来前景展望	305
11.2 上海大宗钢铁电子交易中心	306
11.2.1 平台简介	306
11.2.2 交易模式	307
11.2.3 平台建设	307
11.2.4 发展特点	307
11.2.5 成功经验	308
11.2.6 未来发展	308
11.3 东方钢铁电子交易平台	309
11.3.1 平台简介	309
11.3.2 交易模式	310
11.3.3 平台建设	310
11.3.4 服务体系	311
11.4 钢之源电子交易市场	313
11.4.1 平台简介	313
11.4.2 交易模式	313
11.4.3 主要成就	314
11.5 上海中联钢钢铁电子交易市场	314
11.5.1 平台简介	314

11.5.2 交易模式	315
11.5.3 发展特点	315
11.5.4 发展优势	316
11.6 兰格钢铁网	318
11.6.1 平台简介	318
11.6.2 业务发展	318
11.6.3 交易模式	319
11.7 你的钢网	320
11.7.1 平台简介	320
11.7.2 业务模式	320
11.7.3 业务发展	321
11.7.4 发展优势	321
第十二章 中国钢铁贸易企业经营模式及转型战略分析	322
12.1 钢贸企业典型发展模式评析	322
12.1.1 钢厂代理模式	322
12.1.2 绑定终端模式	322
12.1.3 期现配合模式	323
12.1.4 操作行情模式	323
12.1.5 市场搬货模式	324
12.1.6 佣金代理模式	324
12.1.7 产融结合模式	324
12.2 微利时期钢贸企业的变化分析	325
12.2.1 厂商关系的变化	325
12.2.2 钢贸经营结构的变化	325
12.2.3 钢贸经营模式的变化	326
12.3 钢铁贸易企业模式创新思考	328
12.3.1 供应链金融服务模式	328
12.3.2 金融平台下的配供配送模式	328
12.3.3 订单营销模式	329
12.3.4 电子商务模式	329
12.3.5 产融结合模式	331

12.4 钢铁贸易企业的转型策略探讨	331
12.4.1 企业发展壮大建议	331
12.4.2 企业风险管控对策	332
12.4.3 企业战略转型升级措施	338
12.4.4 企业整合与重构思路	342
12.4.5 企业市场制胜策略	344
12.5 2014年钢铁贸易企业市场突围战略	346
12.5.1 库存前置	346
12.5.2 网上销售	347
12.5.3 互补合作	347
12.5.4 个性服务	348
12.6 钢铁贸易企业盈利模式创新路径	349
12.6.1 盈利环境分析	349
12.6.2 产品结构盈利模式	350
12.6.3 创新服务盈利模式	350
12.6.4 规模经营盈利模式	350
12.6.5 供需网链结构盈利模式	350
第十三章 钢铁贸易行业投融资及发展前景分析	352
13.1 钢贸行业投资风险分析	352
13.1.1 行业竞争力弱	352
13.1.2 受政策调控影响大	352
13.1.3 企业生存压力大	352
13.1.4 行业平均利润较低	353
13.1.5 经营管理风险较大	353
13.1.6 信贷形势严峻	354
13.2 中小型钢贸企业融资风险分析	355
13.2.1 融资风险评估	355
13.2.2 融资风险控制措施	357
13.3 钢贸企业供应链融资解决方案	358
13.3.1 核心企业绑定式的钢贸业融资需求及解决方案	358
13.3.2 以市场为主导的钢贸业融资需求及解决方案	363

13.3.3 佣金带来模式下的钢贸业融资需求及解决方案	366
13.4 钢贸行业投资机会及发展前景分析	368
13.4.1 行业发展机会	368
13.4.2 未来发展方向	371
13.5 2016-2022年钢铁贸易行业供需前景预测	372
13.5.1 钢铁供需影响因素分析	372
13.5.2 2016-2022年钢铁供给规模预测	374
13.5.3 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/280047.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。