

2018-2024年中国水泥行业市场运营态势及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国水泥行业市场运营态势及投资战略咨询报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201712/596557.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

根据发达国家水泥需求经验，累计人均水泥消费量22t为需求拐点，即当累计量超过这一水平时，地区水泥需求量将出现下滑。我国1981-2015年累计人均水泥消费为22.29t，首次超过22t的临界值，我国2014年水泥产量24.8亿t，人均水泥消费量约1.82t；2015年全国水泥产量由增长变为下降，为23.48亿t，人均水泥消费量1.71t；2016年我国水泥产量24亿t，人均消费量约1.7t。因此，无论是从累计人均水泥消费量还是水泥产量的数据来看，中国都面临国内水泥需求下降、去产能的客观现实，并且在“新常态”宏观背景下，水泥需求下降的情况预计将持续较长一段时间。水泥工业盈利下降，发展动力从要素和投资驱动转向创新驱动，从追求数量转向追求质量和效益。

32.5号水泥是最低标号的水泥，全世界水泥市场基本上是42.5水泥占50%，52.5及以上水泥占50%，而我国却是32.5水泥占60%至70%。如果我国全面淘汰32.5标号水泥，或将提升8-10个百分点的熟料需求量。

其实，我国早在2009年就开始引导水泥行业去产能，但由于水泥行业涉及较多利益环节，去产能的效果一直不够理想。另一方面，环保限产停产、重组是水泥行业整合的有效手段。从2017年水泥行业盈利情况看，水泥价格维持在高位，水泥企业业绩全面向好，说明环保限产加重组的措施非常有效。

水泥行业去产能相关政策 时间 内容 2009

《关于抑制部分行业产能过剩和重复建设，引导产业健康发展若干意见的通知》 2010
国务院部署加强淘汰落后产能工作，对电力、钢铁、水泥、建材、纺织等重点行业淘汰落后产能提出了具体目标任务。 2014

《水泥工业污染物排放标准》 2016

《国务院办公厅关于促进建材工业稳增长调结构增效益的指导意见》（国办发〔2016〕34号）中指出，要淘汰落后产能、压减过剩产能，污染物排放达不到要求或超总量排污的，实施按日连续处罚；情节严重的，报经有批准权的人民政府批准，责令停业、关闭。能耗超限的，应在6个月内整改达标；确需延长整改期限的，经申请可延长不超过3个月的期限；逾期仍不达标的，依法关停退出。 2017

《关于水泥玻璃行业淘汰落后产能专项督查情况的通报》。《通报》表明，督查期间，共现场核查水泥企业224家，发现全国仍有使用国家明令淘汰的落后工艺和设备的水泥熟料企业19家，产能433万吨；水泥粉磨企业70家，产能2058.7万吨。环保治理已经被明确作为水泥行业淘汰落后产能的重要手段。 2017

《大气污染防治行动计划》要求，对钢铁、水泥、化工、石化、有色金属冶炼等重点行业进行清洁生产审核，针对节能减排关键领域和薄弱环节，采用先进适用的技术、工艺和装备，实施清洁生产技术改造；加大环保、能耗、安全执法处罚力度，建立以节能环保标准促进“两高”行业过剩产能退出的机制。 2017

《关于利用综合标准依法依规推动落后产能退出的指导意见》要求，以钢铁、煤炭、水泥、电解铝、平板玻璃等行业为重点，通过完善综合标准体系，严格常态化执法和强制性标准实施，促使一批能耗、环保、安全、技术达不到标准和生产不合格产品或淘汰类产能（此即为落后产能），依法依规关停退出，产能过剩矛盾得到缓解，环境质量得到改善，产业结构持续优化升级；通过落实部门联动和地方责任，构建多标准、多部门、多渠道协同推进工作格局。

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2018-2024年中国水泥行业市场全景调查及投资战略咨询报告》共十四章。首先介绍了水泥相关概念及发展环境，接着分析了中国水泥规模及消费需求，然后对中国水泥市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国水泥面临的机遇及发展前景。您若想对中国水泥有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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：

第一部分 行业发展环境

第一章 水泥行业“十三五”规划概述

第一节 “十三五”水泥行业发展回顾

一、“十三五”水泥行业运行情况

二、“十三五”水泥行业发展特点

三、“十三五”水泥行业发展成就

第二节 水泥行业“十三五”总体规划

一、水泥行业“十三五”规划纲要

二、水泥行业“十三五”规划指导思想

三、水泥行业“十三五”规划主要目标

第三节 “十三五”规划解读

一、“十三五”规划的总体战略布局

二、“十三五”规划对经济发展的影响

三、“十三五”规划的主要精神解读

第二章 “十三五”期间经济环境分析

第一节 “十三五”期间世界经济发展趋势

一、“十三五”期间世界经济将逐步恢复增长

二、“十三五”期间经济全球化曲折发展

三、“十三五”期间新能源与节能环保将引领全球产业

- 四、“十三五”期间跨国投资再趋活跃
- 五、“十三五”期间气候变化与能源资源将制约世界经济
- 六、“十三五”期间美元地位继续削弱
- 七、“十三五”期间世界主要新兴经济体大幅提升

第二节 “十三五”期间我国经济面临的形势

- 一、“十三五”期间我国经济将长期趋好
- 二、“十三五”期间我国经济将围绕三个转变
- 三、“十三五”期间我国工业产业将全面升级
- 四、“十三五”期间我国以绿色发展战略为基调

第三节 “十三五”期间我国对外经济贸易预测

- 一、“十三五”期间我国劳动力结构预测 27
- 二、“十三五”期间我国贸易形式和利用外资方式预测
- 三、“十三五”期间我国自主创新结构预测
- 四、“十三五”期间我国产业体系预测
- 五、“十三五”期间我国产业竞争力预测
- 六、“十三五”期间我国经济国家化预测
- 七、“十三五”期间我国经济将面临的贸易障碍预测
- 八、“十三五”期间人民币区域化和国际化预测
- 九、“十三五”期间我国对外贸易与城市发展关系预测
- 十、“十三五”期间我国中小企业面临的外需环境预测

第二部分 行业运行分析

第三章 “十三五”水泥所属行业总体发展状况

第一节 “十三五”水泥所属行业规模情况分析

- 一、水泥所属行业企业数量情况分析
- 二、水泥所属行业资产规模状况分析
- 三、水泥所属行业销售收入状况分析
- 四、水泥行业利润总额状况分析

第二节 “十三五”水泥所属行业财务能力分析

- 一、水泥所属行业盈利能力分析与预测
- 二、水泥所属行业偿债能力分析与预测
- 三、水泥所属行业营运能力分析与预测
- 四、水泥所属行业发展能力分析与预测

第四章 中国水泥市场规模分析

第一节 2017年中国水泥市场规模分析

我国水泥产能利用率整体较低，2013年产能利用率最高也仅为76%，远低于发达国家平

均85%的产能利用率，2016年产能利用率进一步下降至68%，以人均水泥产量来衡量水泥产量情况，2000-2014年，我国人均水泥产量增速非常明显，2014年达到高点1822KG/人，为世界最高，从2015年开始回落。

2008-2016年中国水泥产能利用率

数据来源：公开资料整理

第二节 2017年我国水泥区域结构分析

第三节 “十三五”中国水泥区域市场规模分析

一、2016-2017年东北地区市场规模分析

二、2016-2017年华北地区市场规模分析

三、2016-2017年华东地区市场规模分析

四、2016-2017年华中地区市场规模分析

五、2016-2017年华南地区市场规模分析

六、2016-2017年西部地区市场规模分析

第四节 “十三五”中国水泥市场规模预测

第五章 “十三五”水泥行业发展现状分析

第一节 水泥行业特性分析

第二节 水泥产业特征与行业重要性

第三节 “十三五”水泥行业发展分析

一、“十三五”水泥行业发展态势分析

二、“十三五”水泥行业发展特点分析

三、“十三五”水泥行业市场供需分析

第四节 “十三五”区域产业发展分析

一、“十三五”区域发展态势与存在问题

二、“十三五”我国区域政策的基本走向

三、“十三五”区域产业布局与产业转移

第三部分 行业竞争策略

第六章 水泥行业竞争力优势分析

第一节 行业地位分析

第二节 行业整体竞争力评价

第三节 行业竞争力评价结果分析

第四节 竞争优势评价及构建建议

第七章 水泥行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争结构分析

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 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、相关和支持性产业

四、企业战略、结构与竞争状态

第三节 水泥企业竞争策略分析

一、提高水泥企业核心竞争力的对策

二、影响水泥企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高水泥企业竞争力的策略

第八章 水泥行业重点企业竞争分析

第一节 天瑞水泥

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、“十三五”经营状况分析

四、“十三五”期间发展战略规划

第二节 华新水泥

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、“十三五”经营状况分析

四、“十三五”期间发展战略规划

第三节 海螺水泥

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、“十三五”经营状况分析

四、“十三五”期间发展战略规划

第四节 华润水泥

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、“十三五”经营状况分析

四、“十三五”期间发展战略规划

第五节 葛洲坝

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、“十三五”经营状况分析

四、“十三五”期间发展战略规划

第四部分 投资前景预测

第九章 水泥行业“十三五”投资与发展前景

第一节 水泥行业“十三五”投资机会分析

一、水泥投资项目分析

二、可以投资的水泥模式

三、“十三五”水泥投资机会

第二节 “十三五”期间水泥行业发展预测分析

一、“十三五”水泥发展分析

二、“十三五”水泥行业技术开发方向

三、总体行业“十三五”整体规划及预测

第三节 未来市场发展趋势

一、产业集中度趋势分析

二、“十三五”行业发展趋势

第十章 水泥行业“十三五”热点问题探讨

第一节 推进城镇化和加快新农村建设，调整优化城乡结构

一、坚持以人为本、群众受益

二、坚持城乡统筹、以城带乡

三、坚持产城融合、相互促进

四、坚持规划先行、三规合一

五、坚持改革创新、依法推进

六、坚持因地制宜、分类指导

第二节 发展绿色经济和水泥经济，增强可持续发展能力

一、加强生态环境建设

二、大力发展循环经济

三、推进节能减排工作

第三节 发挥地区比较优势，促进区域协调发展

一、形成科学衡量标准

二、增强政策精准性

三、增强规划实施有效性

四、建立区域良性互动机制

五、推进重大区域创新试验

第四节 建立扩大消费需求的长效机制研究

一、消费长效机制的基本特征

二、消费长效机制是转变经济发展方式的突破口

三、消费长效机制的制约因素

四、建立消费长效机制的几点建议

第五节 培育新型战略型产业，优化经济结构

一、抓住机遇，加快培育和发展战略性新兴产业

二、坚持创新发展，将战略性新兴产业加快培育成为先导产业和支柱产业

三、立足国情，努力实现重点领域快速健康发展

四、强化科技创新，提升产业核心竞争力

五、积极培育市场，营造良好市场环境

六、深化国际合作，提高国际化发展水平

七、加大财税金融政策扶持力度，引导和鼓励社会投入

八、推进体制机制创新，加强组织领导

第六节 “十三五”时期水泥行业自身热点问题研究

一、行业技术发展热点问题

二、产业增长方式转型问题

三、行业产业链延伸问题

四、行业节能减排问题

五、行业产业转移及承接问题

第十一章 “十三五”期间水泥行业发展趋势及投资风险分析

第一节 “十三五”水泥存在的问题

第二节 “十三五”发展预测分析

一、“十三五”期间水泥发展方向分析

二、“十三五”期间水泥行业发展规模预测

三、“十三五”期间水泥行业发展趋势预测

第三节 “十三五”期间水泥行业投资风险分析

一、竞争风险分析

二、市场风险分析

三、管理风险分析

四、投资风险分析

第十二章 中国水泥行业投资策略分析

第一节 “十三五”中国水泥行业投资环境分析

第二节 “十三五”中国水泥行业投资收益分析

第三节 “十三五”中国水泥行业产品投资方向

第四节 “十三五”中国水泥行业投资收益预测

- 一、预测理论依据
- 二、“十三五”中国水泥行业总产值预测
- 三、“十三五”中国水泥行业销售收入预测
- 四、“十三五”中国水泥行业利润总额预测
- 五、“十三五”中国水泥行业总资产预测

第十三章（ZYZF）观点与结论

第一节 水泥行业营销策略分析及建议

- 一、水泥行业营销模式
- 二、水泥行业营销策略

第二节 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

第三节 市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、重点客户战略管理
- 四、重点客户管理功能（ZYZF）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201712/596557.html>