

2024-2030年中国水泥行业市场运行格局及发展策略分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国水泥行业市场运行格局及发展策略分析报告》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/202110/978724.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

为方便行业人士或投资者更进一步了解水泥行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国水泥行业市场运行格局及发展策略分析报告》（以下简称《报告》）。报告对中国水泥市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保水泥行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2023年水泥行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能水泥从业者抢跑转型赛道。

水泥是粉状水硬性无机胶凝材料。加水搅拌后成浆体，能在空气中硬化或者在水中硬化，并能把砂、石等材料牢固地胶结在一起。水泥是一种常见的建筑材料，主要用于混凝土和灰浆的制备，在建筑和基础设施建设中起着关键作用，目前仍属不可替代的基础建筑材料，并且不能重复利用。水泥按用途和性能可分为通用水泥和特种水泥三大类。

2023年，在投资增长整体放缓和房地产下行的背景下，水泥行业负重前行，全国水泥市场需求继续萎缩，水泥需求总体表现为“需求不足，预期转弱，淡旺季特征弱化”。同时，水泥企业受到了市场竞争加剧、上游原燃料成本高企和环保能耗约束力增强等多重不利因素冲击，尤其是各地水泥企业销售策略在竞争与竞合间不断切换，竞争大于竞合，价格竞争激烈，促使水泥价格底部震荡运行，企业的利润大幅萎缩，行业利润微薄，行业亏损面积持续扩大。2023年，全国累计水泥产量约20.23亿吨，同比下降0.7%（同口径），根据全口径产量基数同比下降约4.5%。

2015~2023年全国水泥熟料产量呈波动增长趋势。尽管从2015年开始，水泥已经开始进入波动下行态势，但是水泥熟料仍在持续增长，2023年全国水泥熟料产量约为17.1亿吨。根据中国水泥协会信息研究中心统计，预计2023年水泥熟料产能利用率为59%，比2022年下降7个百分点。

由于中国水泥行业市场容量大，因此市场参与者众多，近年来，为了淘汰落后产能、发展循环经济、引导市场有序竞争和行业健康发展，中国政府相关部分制定一系列政策，引导行业往绿色低碳方向发展，随着落后产能逐步退出，大型水泥企业将在市场中扮演更为重要的角色，水泥市场竞争格局将由之前的纷乱时代走向群雄割据，目前，中国水泥行业内头部企业主要包括中国建材集团有限公司、安徽海螺水泥股份有限公司、新疆天山水泥股份有限公司、唐山冀东水泥股份有限公司、华新水泥股份有限公司等。

《2024-2030年中国水泥行业市场运行格局及发展策略分析报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是水泥领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第1章 水泥行业竞争格局与集中度

1.1 水泥行业市场主体分析

1.1.1 行业竞争主体分析

1.1.2 行业竞争行为分析

（1）价格竞争行为

1）水泥定价规则

2）影响水泥价格因素分析

3）2019-2023年水泥价格走势分

4）2019-2023年水泥成本变动分析

5）2019-2023年水泥吨毛利水平分析

6）水泥企业的价格定价策略分析

（2）兼并竞争行为

1）兼并行为的表现形式

2）水泥企业主要兼并类型

3）水泥企业兼并动机分析

4）兼并对市场结构的影响

1.2 水泥行业竞争格局分析

1.2.1 行业主要的品牌企业分析

1.2.2 行业竞争格局与市场结构

1.3 水泥行业集中度分析

1.3.1 行业销售集中度分析

1.3.2 行业资产集中度分析

1.3.3 行业利润集中度分析

1.3.4 行业产量集中度分析

第2章 水泥行业竞争层次及排名

2.1 水泥行业竞争层次分析

2.1.1 行业低价竞争层次分析

2.1.2 行业营销网络竞争层次

2.1.3 行业品牌竞争层次分析

2.2 水泥地区竞争排名分析

2.3 水泥企业竞争排名分析

第3章 水泥行业区域性竞争能力

3.1 水泥行业总体区域结构特征分析

3.1.1 行业区域结构总体特征

3.1.2 行业区域分布特点分析

3.1.3 行业效益指标区域分布分析

3.1.4 行业企业数的区域分布分析

3.2 水泥行业区域竞争格局分析

3.2.1 行业区域集中度分析

3.2.2 行业区域市场格局分析

(1) 华北市场竞争格局分析

(2) 华东市场竞争格局分析

(3) 东北市场竞争格局分析

(4) 西北市场竞争格局分析

(5) 西南市场竞争格局分析

3.2.3 生产线区域分布分析

(1) 华北（协同待证明）

(2) 东北（协同证明）

(3) 华东（长三角协同证明）

(4) 中南华北（协同待证明）

(5) 西南华北（集中度进一步提升）

(6) 西北（产能还在扩张）

3.3 水泥行业区域产量及价格分析

3.3.1 行业区域产量分析

(1) 分省库容比

(2) 分省水泥月度产量

(3) 分省水泥月度产量增速

(4) 分省水泥累计产量

(5) 分省水泥产量累计增速

3.3.2 行业区域产能分析

(1) 分省水泥固定资产投资分析

- (2) 分省水泥固定资产投资增速
- (3) 新开工水泥生产线统计
- (4) 投产水泥生产线统计

3.3.3 行业区域价格分析

第4章 水泥行业竞争结构与优化分析

4.1 水泥行业市场竞争结构分析

4.1.1 现有竞争者间的抗衡强度

- (1) 现有竞争者及竞争现状
- (2) 行业内部竞争强度分析

4.1.2 潜在进入者威胁分析

- (1) 行业可能的进入者
- (2) 影响企业进入的因素

1) 进入壁垒分析

2) 退出障碍分析

3) 预期报复影响

4.1.3 行业替代者威胁分析

4.1.4 消费者议价能力分析

4.1.5 供应商议价能力分析

4.2 优化水泥行业竞争结构战略

4.2.1 保持合适的利润率

4.2.2 建立行业进入障碍

4.2.3 采用合作战略

4.2.4 行业内部的竞争规则

4.2.5 降低顾客的议价能力

第5章 水泥行业并购整合趋势分析

5.1 水泥行业并购整合背景

5.1.1 水泥行业政策环境分析

- (1) 行业准入政策分析
- (2) 行业产能淘汰政策
- (3) 兼并重组鼓励政策

5.1.2 行业并购重组动因分析

5.1.3 水泥行业并购主体分析

5.2 水泥企业并购成本分析

- 5.2.1 行业吨水泥权益价值分析
- 5.2.2 水泥企业吨并购成本分析
- 5.2.3 上市公司吨重置成本分析
- 5.2.4 水泥上市公司吨市值分析
- 5.3 水泥企业并购重组分析
 - 5.3.1 水泥行业并购整合特征
 - 5.3.2 水泥行业并购整合阶段分析
 - 5.3.3 水泥行业并购重组项目统计
 - 5.3.4 水泥并购重组市场现状分析
 - 5.3.5 行业并购重组存在问题分析
- 5.4 水泥行业并购重组风险
 - 5.4.1 企业并购重组风险分析
 - (1) 企业价值评估风险
 - (2) 企业资源储量风险
 - (3) 流动性风险防范
 - (4) 企业融资风险
 - (5) 企业文化风险
 - (6) 企业经营风险
 - 5.4.2 企业并购重组风险防范
 - (1) 生产经营整合风险的控制
 - (2) 管理制度整合风险的控制
 - (3) 人员的整合风险的控制
 - (4) 企业文化的整合风险的控制
- 5.5 水泥行业并购重组趋势
 - 5.5.1 行业并购重组未来总体走势
 - 5.5.2 行业未来收购频繁区域预测
 - 5.5.3 行业内易被收购水泥企业预测
- 5.6 水泥企业并购案例分析
 - 5.6.1 墨西哥水泥 (CEMEX) 并购战略分析
 - (1) 选择有潜力的区域市场
 - (2) 在区域市场形成控制力
 - (3) 收购进行整合流程分析
 - (4) 并购战略与市场份额扩张
 - 5.6.2 华润水泥并购国投海南水泥案例分析
 - (1) 并购背景分析

(2) 并购策略分析

(3) 并购经验启示

第6章 水泥行业竞争趋势及战略选择

6.1 水泥行业竞争趋势预测分析

6.1.1 行业整体竞争趋势预判

(1) 控制下游搅拌站缩短销售半径

(2) 行业协同效应的进一步发挥

(3) 向下游产品垂直扩张趋势

6.1.2 外资企业加大在华投资趋势

(1) 国际水泥企业涉足中国市场

(2) 加大在华投资力度原因分析

6.1.3 行业地区结构优化趋势

(1) 适度发展新型干法地区分析

(2) 减量置换适度发展新型干法地区分析

(3) 控制总量、淘汰落后产能地区分析

6.2 水泥行业竞争战略选择原则分析

6.2.1 竞争者识别与评估

(1) 从行业结构识别

(2) 从业务结构识别

(3) 评估竞争者类型

6.2.2 明确进攻和回避的竞争者目标

(1) “好”竞争者和“坏”竞争者

(2) 近距离竞争者和远距离竞争者

(3) 强势竞争者和弱势竞争者

6.2.3 水泥企业市场竞争战略原则的选择

(1) 机制创新原则

(2) 优质产品原则

(3) 低成本原则

(4) 精细服务原则

(5) 品牌致胜原则

6.3 水泥行业市场竞争战略选择分析

6.3.1 市场领导者战略分析

6.3.2 市场挑战者战略分析

6.3.3 市场追随者战略分析

第7章 水泥行业国内领先企业分析

7.1 中国建筑材料集团有限公司（改名为中国建材集团有限公司）

7.1.1 集团发展简介

- （1）集团概况介绍
- （2）集团发展历程
- （3）集团组织架构
- （4）集团资质荣誉

7.1.2 集团发展战略分析

- （1）集团管理模式分析
- （2）集团发展理念与思路

7.1.3 集团水泥板块分析

- （1）集团水泥板块规模
- （2）集团水泥业务优势
- （3）集团水泥发展思路

7.1.4 集团骨干水泥企业分析

- （1）集团收购水泥企业历程分析
- （2）中国联合水泥集团有限公司

1) 企业发展概况

2) 企业产能及分布情况

3) 企业水泥销量分析

4) 主要经济指标分析

（3）南方水泥有限公司

1) 企业发展概况

2) 企业产能及分布情况

3) 企业水泥销量分析

4) 企业销售渠道与网络

（4）西南水泥有限公司

1) 企业发展概况

2) 企业产能及分布情况

3) 企业市场份额扩张策略

4) 企业销售渠道与网络

5) 企业发展优劣势分析

（5）甘肃祁连山水泥集团股份有限公司

1) 企业发展概况

2) 企业产能及分布情况

3) 企业水泥销量分析

4) 主要经济指标分析

5) 企业盈利能力分析

(6) 新疆天山水泥股份有限公司

1) 企业发展概况

2) 企业产能及分布情况

3) 企业水泥销量分析

4) 主要经济指标分析

5) 企业盈利能力分析

(7) 宁夏建材集团股份有限公司

1) 企业发展概况

2) 企业产能及分布情况

3) 企业水泥销量分析

4) 主要经济指标分析

5) 企业盈利能力分析

6) 企业运营能力分析

7.2 安徽海螺水泥股份有限公司

7.2.1 企业发展概况

7.2.2 企业组织架构分析

7.2.3 企业水泥产销分析

7.2.4 主要经济指标分析

7.2.5 企业盈利能力分析

7.3 唐山冀东水泥股份有限公司

7.3.1 企业发展概况

7.3.2 企业组织架构分析

7.3.3 企业产能布局分析

7.3.4 企业水泥销量分析

7.3.5 主要经济指标分析

7.3.6 企业盈利能力分析

第8章 水泥行业国际领先企业分析

8.1 瑞士豪瑞 (Holcim)

8.1.1 企业发展概况与经营历程

8.1.2 企业主营业务收入及利润

8.1.3 企业主要发展战略分析

8.1.4 企业最新发展动向分析

8.2 超科水泥 (Lafarge)

8.2.1 企业发展概况与经营历程

8.2.2 企业主营业务收入及利润

8.2.3 企业主要发展战略分析

8.2.4 企业最新发展动向分析

8.3 海德堡水泥集团 (HeidelbergCement)

8.3.1 企业发展概况与经营历程

8.3.2 企业主营业务收入及利润

8.3.3 企业主要发展战略分析

8.3.4 企业最新发展动向分析

8.4 墨西哥水泥 (CEMEX)

8.4.1 企业发展概况与经营历程

8.4.2 企业主营业务收入及利润

8.4.3 企业主要发展战略分析

8.4.4 企业最新发展动向分析

8.5 爱尔兰CRH集团 (CRHPlc)

8.5.1 企业发展概况与经营历程

8.5.2 企业主营业务收入及利润

8.5.3 企业主要发展战略分析

8.5.4 企业最新发展动向分析

第9章 水泥区域性品牌竞争企业分析

9.1 北京金隅集团股份有限公司

9.1.1 企业发展概况

9.1.2 企业组织架构分析

9.1.3 企业水泥产销分析

9.1.4 主要经营能力分析

9.2 中国山水水泥集团有限公司

9.2.1 企业发展概况

9.2.2 企业组织架构分析

9.2.3 企业水泥产销分析

9.2.4 主要经济指标分析

9.2.5 企业盈利能力分析

9.2.6 企业运营能力分析

9.3 华新水泥股份有限公司

9.3.1 企业发展概况

9.3.2 企业组织架构分析

9.3.3 企业水泥产销分析

9.3.4 主要经济指标分析

9.3.5 企业盈利能力分析

9.3.6 企业运营能力分析

9.4 甘肃上峰水泥股份有限公司

9.4.1 企业发展概况

9.4.2 企业组织架构分析

9.4.3 企业水泥产销分析

9.4.4 主要经济指标分析

9.4.5 企业盈利能力分析

9.4.6 企业运营能力分析

9.4.11 企业发展优劣势分析

9.5 吉林亚泰（集团）股份有限公司

9.5.1 企业发展概况

9.5.2 企业组织架构分析

9.5.3 企业产能及分布情况

9.5.4 企业水泥销量分析

9.5.5 主要经济指标分析

9.5.6 企业盈利能力分析

9.5.7 企业运营能力分析

9.6 东吴水泥国际有限公司

9.6.1 企业发展概况

9.6.2 企业组织架构分析

9.6.3 企业水泥产销分析

9.6.4 主要经济指标分析

9.6.5 企业盈利能力分析

9.6.6 企业运营能力分析

9.7 亚洲水泥（中国）控股公司

9.7.1 企业发展概况

9.7.2 企业组织架构分析

9.7.3 企业水泥产销分析

9.7.4 主要经济指标分析

9.7.5 企业盈利能力分析

9.7.6 企业运营能力分析

9.8 中国天瑞集团水泥有限公司

9.8.1 企业发展概况

9.8.2 企业组织架构分析

9.8.3 企业水泥产销分析

9.8.4 主要经济指标分析

9.8.5 企业盈利能力分析

9.8.6 企业运营能力分析

9.9 华润水泥控股有限公司

9.9.1 企业发展概况

9.9.2 企业组织架构分析

9.9.3 企业水泥产销分析

9.9.4 主要经济指标分析

9.9.5 企业盈利能力分析

9.9.6 企业运营能力分析

9.10 中国西部水泥有限公司

9.10.1 企业发展概况

9.10.2 企业组织架构分析

9.10.3 企业水泥产销分析

9.10.4 主要经济指标分析

9.10.5 企业盈利能力分析

9.10.6 企业运营能力分析

图表目录：部分

图表1：水泥行业定义分类

图表2：水泥行业发展历程

图表3：水泥产业链分析

图表4：2018-2023年中国水泥行业产值走势图

图表5：2018-2023年中国水泥市场需求情况

图表6：2018-2023年中国水泥行业进出口统计情况

图表7：中国水泥市场格局分析

图表8：2018-2023年中国水泥行业市场规模

图表9：2023年中国水泥区域市场规模分析

图表10：2023年中国水泥产业集中度

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/978724.html>