

2020-2026年中国钢铁电商行业市场前景规划及发展战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国钢铁电商行业市场前景规划及发展战略咨询报告》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/201911/811405.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

铁信息化进程与互联网浪潮叠加的背景下，经济结构调整、供给侧改革和“BAT”强势入局，都为钢铁产业互联网的发展提供了良好的机遇。基于大数据支撑，互联网在钢铁领域得以加快应用，钢铁电商平台提供的撮合交易、金融服务、物流整合三位一体的钢贸服务，解决了产销过程中交易难、融资不易、物流贵等问题，从而推动着钢铁行业持续健康发展。

目前，在全球范围内的类似上海钢联的国际大宗商品数据提供商主要有普氏能源（S&PGI GlobalPlatts）、英国金属导报（MetalBulletin）、和阿格斯（ArgusMedia）等。以上四家之和达到了88亿元人民币，加上其它资讯数据机构，以及年均10~20%的增速，未来空间将超过100亿元。

全球大宗数据服务企业	公司	2018年资讯收入	产品和服务覆盖范围
Platts	8.15亿美元	石油、天然气、液化天然气、电力能源、石油化工、运输、金属、煤炭、农业	
MetalBulletin	1.447亿英镑(2018)=1.747亿美元	有色金属、钢铁	
ArgusMedia	1.698亿英镑(2017)=2.05亿美元	原油、成品油、液化石油气/NGL、化工品、碳排放、化肥、煤炭、天然气、运输、金属、生物能源、电力	
上海钢联	0.53亿美元	钢铁、矿石、煤焦为主体的黑色金属产业及有色金属、能源化工、农产品	
以上合计	12.48亿美元，合88.29亿人民币	钢铁、矿石、煤炭、化工、农产品等大宗商品	

智研咨询发布的《2020-2026年中国钢铁电商行业市场前景规划及发展战略咨询报告》共九章。首先介绍了中国钢铁电商行业市场发展环境、钢铁电商整体运行态势等，接着分析了中国钢铁电商行业市场运行的现状，然后介绍了钢铁电商市场竞争格局。随后，报告对钢铁电商做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国钢铁电商行业发展趋势与投资预测。您若想对钢铁电商产业有个系统的了解或者想投资中国钢铁电商行业，本报告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：

第一章 钢铁电商行业相关概述

1.1 钢铁电商基本概念

1.1.1 钢铁电商概念

1.1.2 钢铁电商功能

1.2 钢铁电商发展优势

1.2.1 压缩贸易环节

1.2.2 提供增信服务

1.2.3 提升物流效率

第二章 钢铁电商行业发展环境分析

2.1 政策环境

2.1.1 中国制造2025

2.1.2 “互联网+先进制造业”政策

2.1.3 钢铁转型政策

2.1.4 电子商务规划

2.2 经济环境

2.2.1 世界经济发展形势

2.2.2 中国宏观经济概况

2.2.3 工业经济运行情况

2.2.4 固定资产投资状况

2.2.5 中国经济发展趋势

2.3 电商环境

2.3.1 市场交易规模

2.3.2 企业从业人员

2.3.3 企业年度榜单

2.3.4 平台市场份额

第三章 2015-2019年中国钢铁所属行业发展情况分析

3.1 2015-2019年中国钢铁行业发展综述

3.1.1 传统钢贸特点

3.1.2 行业发展成就

3.1.3 行业发展综况

3.1.4 行业发展政策

3.1.5 供给侧的改革

3.2 2015-2019年中国钢铁所属行业市场运行情况

3.2.1 去产能状况

3.2.2 生产消费状况

3.2.3 市场需求情况

3.2.4 市场价格分析

3.2.5 经济效益状况

3.2.6 市场外贸状况

3.2.7 固定资产投资

3.2.8 市场发展展望

3.3 中国钢铁行业发展问题解析

3.3.1 产能反弹压力增大

3.3.2 “地条钢”复燃风险

3.3.3 行业发展政策需深化

3.3.4 钢企环保技术待改革

3.4 中国钢铁行业的发展对策

3.4.1 产业政策措施

3.4.2 行业发展策略

3.4.3 行业节能措施

3.4.4 行业发展战略

3.4.5 转型升级路径

第四章 2015-2019年中国钢铁电商行业发展全面分析

4.1 中国钢铁电商市场综述

4.1.1 行业发展阶段

4.1.2 市场贸易流程

4.1.3 平台发展类型

4.1.4 产业链的分析

4.2 2015-2019年中国钢铁电商发展状况分析

4.2.1 市场渗透率分析

4.2.2 行业发展现状

我国钢铁B2B电商探索初期，以钢铁资讯、资源供求信息发布为主，但是这个阶段由于国家经济上行趋势显著，钢铁行业需求旺盛，市场供不应求，钢贸实体利润丰厚，电子商务对于实体参与者毫无吸引力，因此整体钢铁B2B电商景气度不高。2012年后，经济形势发生转变，在房地产行业的需求影响下我国钢铁行业由卖方市场变为买方市场，钢价开始出现大幅度下跌，钢贸商利润微薄，再加上钢贸贸易战的影响，传统大型钢贸商大量关停，但是钢材贸易需求仍在，钢铁电商趁此机会顺势而起。

从收入情况来看，新三板钢铁电商业绩出现分化，钢银电商以317.68亿营业收入遥遥领先于其他厂商，营收增速也达到了令人瞩目的90.96%，紧随其后的是专注于尾材领域的钢宝股份，营业收入15.43亿，同比增长123.16%；从净利润情况看来，钢宝股份增长最为迅速，同比增长达到140.71%。其中，钢银电商以“撮合+寄售”模式为主，而钢宝股份以“撮合+自营”模式为主，因此无论是第三方寄售模式钢铁B2B电商还是自营模式钢铁B2B电商，均有其优劣势。

对钢铁电商的行业内电商平台竞争力角度、流量及服务两方面进行分析，并得出以下结论：1) 通过网站浏览量及排名情况看来，钢银电商、欧浦钢网及中钢网在流量方面远远高于其他电商平台。2) 观察新三板钢铁类电商发现，目前市场上来看，钢铁商服务能力出现分化，钢银电商、欧浦钢网、找钢网、欧冶云商等领先象限钢铁电商企业由交易切入服务环节

，在线交易、供应链金融、物流仓储等业务逐渐成为其发展重点，且各自侧重点有所不同，未来有望强强联手、开展合作进一步扩展市场份额；其他落后象限钢铁电商企业还处于1.0时代，发展重心在流量的引进和交易平台的搭建，未能为客户提供有效的供应链服务

截至2018年第二周我国主要钢铁电商平台浏览及排名情况

4.2.3 市场规模分析

4.2.4 成交数量分析

4.2.5 市场集中度分析

4.3 2015-2019年中国钢铁电商地域发展情况

4.3.1 上海市

4.3.2 辽宁省

4.3.3 河北省

4.4 中国钢铁电商行业的发展问题

4.4.1 钢价波动问题

4.4.2 行业盈利问题

4.4.3 线上支付问题

4.4.4 商家入驻问题

4.4.5 第三方平台发展问题

4.5 中国钢铁电商行业的应对策略

4.5.1 高质量发展的措施

4.5.2 平台持续盈利建议

4.5.3 终端用户开发措施

4.5.4 增值服务提升对策

第五章 2015-2019年钢铁电商商业模式分析

5.1 钢铁电商发展模式发展综述

5.1.1 传统钢企模式

5.1.2 电商商业模式

5.1.3 盈利模式分析

5.1.4 营销模式分析

5.2 钢铁电商主要组织主体商务模式分析

5.2.1 生产企业电商平台

5.2.2 消费企业电商平台

5.2.3 第三方的电商平台

5.2.4 三类模式比较分析

5.3 中国钢铁电商运行模式分析

5.3.1 运行模式特点

5.3.2 运行模式对比

5.3.3 发展面临挑战

5.3.4 模式发展方向

5.4 钢铁电商流量导入模式发展分析

5.4.1 流量导入模式

5.4.2 主要营销模式

5.4.3 撮合营销模式

5.4.4 自营营销模式

5.5 钢铁电商B2B模式发展分析

5.5.1 B2B市场规模

5.5.2 运营模式分析

5.5.3 钢铁B2B网站

5.5.4 模式发展建议

5.6 钢铁电商O2O模式发展分析

5.6.1 模式核心优势

5.6.2 O2O市场规模

5.6.3 O2O模式关键

5.6.4 模式盈利能力

5.7 钢铁电商拓展创新模式

5.7.1 供应链集成服务模式

5.7.2 OEM定制模式

5.7.3 合伙人模式

第六章 2015-2019年中国钢铁物流行业发展分析

6.1 2015-2019年中国钢铁物流市场综述

6.1.1 产业链的情况

6.1.2 行业发展形势

6.1.3 市场发展规模

6.1.4 行业发展特点

6.1.5 市场发展方向

6.2 中国钢铁物流产业盈利模式分析

6.2.1 产品结构盈利模式

6.2.2 创新服务盈利模式

6.2.3 规模经营盈利模式

6.2.4 供需网链结构模式

6.3 2015-2019年中国钢铁物流园区发展情况

6.3.1 园区建设必要性

6.3.2 园区发展现状

6.3.3 园区建设布局

6.3.4 园区发展问题

6.3.5 园区发展建议

6.4 中国钢铁物流产业发展困境及建议

6.4.1 发展面临困境

6.4.2 创新经营模式

6.4.3 构建核心竞争力

第七章 钢铁电商重点平台发展情况分析

7.1 欧冶云商

7.1.1 平台发展概况

7.1.2 平台交易规模

7.1.3 平台增资状况

7.1.4 平台商业模式

7.1.5 平台服务能力

7.2 中钢在线

7.3 中钢网

7.4 上海钢联

7.5 欧浦钢网

7.6 钢银电商

7.7 易钢在线

7.8 钢钢网

第八章 中国钢铁电商行业投资分析

8.1 投资机遇

8.1.1 互联网+机遇

8.1.2 产业链发展机遇

8.1.3 供给侧改革机遇

8.1.4 行业需求机遇点

8.2 融资渠道

8.2.1 银行贷款

8.2.2 小贷公司

8.2.3 民间借贷

8.2.4 网贷平台

8.2.5 电商贷款

8.3 投融资动态

8.3.1 上海钢银

8.3.2 钢银电商

8.3.3 找钢网

8.3.4 钢小二

8.4 投资风险

8.4.1 人才风险

8.4.2 信用风险

8.4.3 线下线上融合风险

8.4.4 管理风险

8.4.5 经营风险

8.4.6 电子商务环境风险

8.4.7 技术风险

8.4.8 结算风险

第九章 中国钢铁电商行业发展前景预测

9.1 “十三五”中国钢铁行业发展前景分析（ZY GXH）

9.1.1 行业面临形势

9.1.2 市场需求预测

9.1.3 行业发展目标

9.1.4 行业发展任务

9.2 中国钢铁电商市场发展展望

9.2.1 市场发展前景

9.2.2 行业发展趋势

9.2.3 行业发展方向

9.3 2020-2026年中国钢铁电商行业预测分析（ZY GXH）

9.3.1 影响因素分析

9.3.2 市场规模预测

图表目录：

图表 钢铁电商功能

图表 钢铁电商的优势

图表 钢贸信用风险及电商解决之道

图表 2019年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比

图表 2019年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表 2019年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表 2015-2019年中国电子商务市场交易规模

图表 2015-2019年中国电子商务服务企业从业人员

图表 2019年B2B电商上市公司年度榜单

图表 2019年中国B2B电商平台市场份额占比情况

图表 传统钢贸流通环节

图表 2019年钢铁行业增加值增长率情况

图表 2019年钢铁行业增加值增长率走势

图表 2019年生铁产量及增长情况

图表 2019年粗钢产量及增长情况

图表 2019年钢材产量及增长情况

图表 2019年钢材累计表观消费量及增速走势

图表 2019年钢材价格指数情况

图表 2015-2019年钢材价格指数走势

图表 2019年主要钢材品种价格指数情况

图表 2019年主要钢材品种价格指数走势

图表 2019年钢铁行业主营业务收入情况

图表 2019年钢铁行业累计主营业务收入及增速走势

图表 2019年钢铁行业累计利润及增速走势

图表 2019年钢铁行业累计主营业务收入及增速走势

图表 2019年钢铁行业主营业务收入情况

图表 2019年钢铁行业累计主营业务收入及增速走势

图表 2019年钢铁行业利润情况

图表 2019年钢铁行业累计利润及增速走势

图表 2019年钢材出口情况

图表 2015-2019年钢材累计出口量及增速走势

图表 2019年钢材进口情况

图表 2015-2019年钢材累计进口量及增速走势

图表 2019年钢材出口情况

图表 2015-2019年钢材累计出口量及增速走势

图表 2019年钢材进口情况

图表 2015-2019年钢材累计进口量及增速走势

图表 2019年钢铁行业固定资产投资情况

图表 2019年钢铁行业累计固定资产投资额及增速走势

图表 2019年钢铁行业固定资产投资情况

图表 2019年钢铁行业累计固定资产投资额及增速走势

图表 我国黑色金属冶炼业全行业企业技术投入化率平均值与国际全行业企业技术投入比率平均值数据

图表 钢铁电商贸易流程

图表 钢铁电商全价值链服务

图表 2019年各领域的电商渗透率

图表 2015-2019年中国钢铁电商市场规模

图表 中国一般钢材销售环节

图表 钢材销售渠道中分销比例情况

图表 传统钢贸商业模式

图表 钢铁电商的盈利模式

图表 当前三类电商模式对比

图表 当前典型钢铁电商比较

图表 钢铁电商市场空间

图表 钢铁电商压缩成本空间

图表 传统大宗商品流通模式

图表 大宗商品电子交易模式

图表 钢铁电子商务模式与传统现货交易的对比

图表 钢铁电子交易模式与期货交易模式对比

图表 钢铁电商流量导入模式

图表 2015-2019年中国B2B电商市场交易规模

图表 2015-2019年中国B2B电商营收规模

图表 2015-2019年中国钢铁物流市场规模分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201911/811405.html>