

2021-2027年中国水泥建材 市场评估与投资策略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国水泥建材市场评估与投资策略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202010/191427.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2021-2027年中国水泥建材市场评估与投资策略报告》共十一章。首先介绍了水泥建材产业相关概念及发展环境，接着分析了中国水泥建材行业规模及消费需求，然后对中国水泥建材行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国水泥建材行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国水泥建材行业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：

第一章水泥建材市场专项调研方法介绍

第一节调研方式介绍

第二节市场规模统计范畴

第三节市场预测模型

一、时间序列法

二、曲线预测法

第二章我国水泥建材产业应对后危机时代的主要策略

第一节政策角度

一、国家经济、金融政策调整

二、水泥建材产业政策调整

(一)工业和信息化部发布《水泥行业准入条件》

(二)国家《节约能源法》规定

第二节上下游市场角度

一、上游市场

(一)煤炭、电力等能源占整个水泥厂成本的六成以上

(二)煤炭和电力供应不足，水泥厂能源供应无法正常满足

(三)整个水泥产业承受了煤炭市场的高价格

(四)水泥产业中的大部分企业缺乏成本转嫁话语权

(五)水泥企业背负的成本压力越来越大

(六)部分水泥企业计划通过收购煤炭企业等手段谋生

二、下游市场

(一)水泥龙头企业逐步布局预拌混凝土行业

(二)以水泥作为单一主业的国内龙头企业开始发展上下游辅业

(三)采取进军下游产业的模式，将有益于各项主营业务一体化

(四)化解房地产不景气引发水泥需求下降的风险

(五)水泥行业目前从区域看在一些地方还存在发展空间

第三节 企业角度

一、“并购重组”策略

(一)2019年水泥行业兼并重组涉及整合水泥产能近8000万吨

(二)水泥行业重组整合分为企业收购、内部整合、外资参股三种形式

(三)通过竞争与联合重组，国内水泥区域市场格局越来越明朗化

(四)大型水泥集团在并购重组方面有了重大进展

(五)政策重点扶持大型水泥集团企业收购兼并

二、“以退为进”策略

三、创新营销策略

第三章 2019年我国水泥建材行业生产状况分析

第一节 2016-2019年水泥建材行业生产分析

一、2016-2019年我国水泥建材供给情况

二、我国水泥建材市场分布区域分析

三、市场集中度分析

四、2019年工业总产值前10位企业对比

第二节 2016-2019年水泥建材产品需求分析

一、2016-2019年水泥建材需求量情况

二、2016-2019年水泥建材市场规模

三、2019年水泥建材市场价格变化情况

第四章 水泥建材行业经济运行分析

第一节 2016-2019年行业产销情况

第二节 2016-2019年行业规模情况

第三节2019年水泥建材行业盈利能力分析

第四节2019年水泥建材行业偿债能力分析

第五节2019年水泥建材行业营运能力分析

第五章水泥建材产业投资现状

第一节产业投资现状

一、投资规模分析

二、投资结构分析

第二节产业融资现状

一、资金来源分析

二、银行信贷情况分析

第三节投资前景分析

一、行业发展周期分析

二、行业投资前景判断

三、行业投资风险分析

四、行业投资发展策略

第六章2016-2019年中国水泥建材所属行业主要数据监测分析

第一节2016-2019年中国水泥建材所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节2019年中国水泥建材所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节2016-2019年中国水泥建材所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节2016-2019年中国水泥建材所属行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节2016-2019年中国水泥建材所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要资产获利能力指标分析

第七章2019年中国水泥建材行业竞争格局对投资影响透析

第一节中国水泥建材行业波特五力分析

一、潜在进入者的威胁

二、现有企业间的竞争

三、替代品的威胁

四、供应商的讨价还价能力

五、客户的讨价还价能力

第二节中国水泥建材行业竞争格局分析

一、企业集中度分析

二、市场占有率分析

(一)欧美发达国家和东南亚地区前5大水泥企业市场占有率为50%

(二)中国前10大水泥企业仅占四分之一左右份额

(三)未来水泥行业结构调整和整合会进一步加快

(四)提高产业集中度和落实节能减排将成为水泥工业发展主线

(五)大型、上市的水泥企业尤其是国有企业将在“并购潮”中受益

(六)2019年前10家企业将占全国的35%以上

第三节中国水泥建材行业未来竞争态势预测

一、竞争态势预测

(一)我国水泥行业存在总量过剩、结构不合理的矛盾

(二)政策推动行业整合，生产集中度将不断提高

(三)优化资源配置，带动水泥行业结构调整

(四)水泥行业兼并重组的趋势将更加明显

(五)大企业与大企业之间的兼并重组有望成为可能

二、竞争态势对投资的影响

第八章金融危机下中国水泥建材存在的困难及主要应对策略

第一节水泥建材行业应从危机中寻找机遇

第二节水泥建材行业应对危机的策略

一、政策角度

1、国家经济、金融政策调整

2、水泥建材行业政策调整

二、上下游市场角度

三、企业角度

1、抓住国家产业机遇

2、调整产业结构、关注新能源产业

3、资产重组，投资新领域

第九章 中国水泥建材行业重点企业发展分析

第一节安徽海螺水泥股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况分析

三、企业竞争力分析

四、企业发展策略分析

第二节唐山冀东水泥股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况分析

三、企业竞争力分析

四、企业发展策略分析

第三节华新水泥股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况分析

三、企业竞争力分析

四、企业发展策略分析

第四节亚泰集团

一、企业概况

二、企业经营状况分析

三、企业竞争力分析

四、企业发展策略分析

第五节山东山水水泥集团有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况分析

三、企业竞争力分析

四、企业发展策略分析

第十章2016-2019年水泥建材行业投资分析

第一节行业投资机会分析

一、投资领域

二、主要项目

第二节行业投资风险分析

一、市场风险

二、成本风险

三、贸易风险

第三节行业投资建议

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、强化重点客户的管理

4、对重点客户的营销策略

5、实施重点客户战略中需重点解决的问题

第十一章水泥建材行业投资机会与风险（）

第一节中国水泥建材产业投资机会分析

一、投资机会分析

二、可行性研究分析

第二节水泥建材行业投资效益分析

一、2019年水泥建材行业投资状况分析

二、2019年水泥建材行业投资效益分析

三、2019年水泥建材行业投资趋势预测

四、2019年水泥建材行业投资方向

1、西北市场继续看好

2、西南市场：警惕贵州、四川产能过剩

3、华北市场：内蒙、山西整合力度大

4、华南市场：台泥华润海螺三足鼎立、塔牌独享区域盛宴

5、华东市场：关注重组并购和限电

五、投资建议

图表目录：

图表 1 2019年水泥月度产量表

图表 2 2019年我国水泥分省市产量统计表

图表 3 2016-2019年我国水泥制造行业不同规模企业销售收入(亿元)

图表 4 2019年我国水泥制造行业不同规模企业销售收入分布图

图表 5 2019年十大水泥品牌排名

图表 6 2019年中国主要企业水泥销量排名

图表 7 2016-2019年我国水泥制造行业市场需求及增长情况

图表 8 2016-2019年我国水泥制造行业市场需求及增长对比

图表 9 2019年水泥制造行业产值在第二产业中的占比

图表 10 2019年水泥制造行业产值在国民经济中的占比

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202010/191427.html>