

# 2022-2028年中国钢铁电商 产业发展现状与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2022-2028年中国钢铁电商产业发展现状与市场运营趋势报告》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/202201/265980.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

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&P Global Platts）、英国金属导报（Metal Bulletin）、和阿格斯（Argus Media）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。

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
Metal Bulletin	1.447亿英镑(2018)=1.747亿美元	有色金属、钢铁
Argus Media	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

中企顾问网发布的《2022-2028年中国钢铁电商产业发展现状与市场运营趋势报告》共十四章。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家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 钢铁电商基本概述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20252.1.2 “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（ ）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 2022-2028年中国钢铁电商行业预测分析（ ）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 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 2019年钢材价格指数情况图表

2015-2019年钢材价格指数走势图 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 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 2019年钢铁行业累计利润及增速走势图 2019年钢铁行业累计主营业务收入及增速走势图 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 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 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 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 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 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 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 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 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：<http://www.cction.com/report/202201/265980.html>