

2024-2030年中国钢铁电商 市场深度评估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

一、报告报价

《2024-2030年中国钢铁电商市场深度评估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/202310/414006.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

钢铁电商是一种新的交易模式，有别于传统贸易方式，主要通过互联网技术、金融服务技术建立的专业交易服务平台，从而实现钢铁供需双方的信息发布、网上交易、物流配送、资金结算等功能。

近几年，我国钢铁行业产量过剩引起钢价波动，国内钢铁企业普遍亏损。与之对应的是钢铁电商发展火热，一方面钢铁电商平台如雨后春笋般层出不穷；另一方面，我国钢铁电商行业市场规模不断增长。

2020年，中国钢铁电商市场规模4500亿元，较2019年的3500亿元同比增长28.57%。随着工业互联网设施的进一步发展，网上大宗商品（包括钢铁）交易将会进一步增加，钢铁电商将迎来进一步发展。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国钢铁电商市场深度评估与市场运营趋势报告》共九章。首先介绍了钢铁电商的概念和发展优势，接着分析了中国钢铁电商行业的发展环境，并对中国钢铁行业及钢铁电商行业的发展情况；然后，报告具体剖析了钢铁电商的商业模式；随后，报告分析了钢铁物流行业发展情况，并对钢铁电商重点平台进行了详细的分析；最后，报告分析了中国钢铁电商行业的投资情况，并对行业未来发展前景做出了科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、工信部、商务部、科技部、中国钢铁工业协会、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对钢铁电商行业有个系统深入的了解、或者想投资钢铁电商相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

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 2021-2023年中国钢铁行业发展情况分析

3.1 2021-2023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 2021-2023年中国钢铁市场运行情况

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 2021-2023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 2021-2023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
 - 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 2021-2023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 2021-2023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 2021-2023年中国钢铁物流行业发展分析

- 6.1 2021-2023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 2021-2023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 2021-2023年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

7.1.6 平台合作动态

7.1.7 平台发展战略

7.2 中钢在线

7.2.1 平台发展概况

7.2.2 平台商业模式

7.2.3 经营效益分析

7.2.4 业务经营分析

7.2.5 财务状况分析

7.2.6 核心竞争力分析

7.2.7 公司发展战略

7.2.8 未来前景展望

7.3 中钢网

7.3.1 平台发展概况

7.3.2 平台服务模式

7.3.3 企业商业模式

7.3.4 经营效益分析

7.3.5 业务经营分析

7.3.6 财务状况分析

7.3.7 未来前景展望

7.4 上海钢联

- 7.4.1 平台发展概况
- 7.4.2 平台发展现状
- 7.4.3 经营效益分析
- 7.4.4 业务经营分析
- 7.4.5 财务状况分析
- 7.4.6 核心竞争力分析
- 7.4.7 公司发展战略
- 7.4.8 未来前景展望
- 7.5 欧浦钢网
 - 7.5.1 平台发展概况
 - 7.5.2 平台建设情况
 - 7.5.3 经营效益分析
 - 7.5.4 业务经营分析
 - 7.5.5 财务状况分析
 - 7.5.6 核心竞争力分析
 - 7.5.7 公司发展战略
 - 7.5.8 未来前景展望
- 7.6 钢银电商
 - 7.6.1 平台发展概况
 - 7.6.2 平台营收状况
 - 7.6.3 平台交易规模
 - 7.6.4 核心竞争力分析
 - 7.6.5 平台发展策略
- 7.7 易钢在线
 - 7.7.1 平台发展概况
 - 7.7.2 平台发展优势
 - 7.7.3 平台战略布局
 - 7.7.4 平台特色模式
- 7.8 钢钢网
 - 7.8.1 平台发展概况
 - 7.8.2 平台O2O模式
 - 7.8.3 资产重组现状

7.8.4 平台战略合作

7.9 其他重点平台发展情况

7.9.1 五阿哥

7.9.2 积微物联

7.9.3 大大买钢网

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

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 2024-2030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 2017年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比

图表 2017年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表 2017年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表 2012-2017年中国电子商务市场交易规模

图表 2012-2017年中国电子商务服务企业从业人员

图表 2017年B2B电商上市公司年度榜单

图表 2017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 2017年钢铁行业增加值增长率情况

图表 2017年钢铁行业增加值增长率走势

图表 2017年生铁产量及增长情况

图表 2017年粗钢产量及增长情况

图表 2017年钢材产量及增长情况

图表 2017年主要钢铁产品产量累计增速走势

图表 2017年全国固定资产投资累计完成额及增速走势

图表 2017年规模以上工业增加值增长率走势

图表 2017年全国房地产市场主要指标累计增速走势

图表 2017年主要耗钢工业增加值累计增长率走势

图表 2017年钢材累计表观消费量及增速走势

图表 2018年全国房地产市场主要指标累计增速走势

图表 2018年主要耗钢工业增加值累计增长率走势

图表 2018年钢材累计表观消费量及增速走势

图表 2017年钢材价格指数情况

图表 2015-2017年钢材价格指数走势

图表 2017年主要钢材品种价格指数情况

图表 2017年主要钢材品种价格指数走势

图表 2017年钢铁行业主营业务收入情况

图表 2017年钢铁行业累计主营业务收入及增速走势

图表 2017年钢铁行业累计利润及增速走势

图表 2017年钢铁行业累计主营业务收入及增速走势

图表 2018年钢铁行业主营业务收入情况

图表 2018年钢铁行业累计主营业务收入及增速走势

图表 2018年钢铁行业利润情况

图表 2018年钢铁行业累计利润及增速走势

图表 2017年钢材出口情况

图表 2015-2017年钢材累计出口量及增速走势

图表 2017年钢材进口情况

图表 2015-2017年钢材累计进口量及增速走势

图表 2018年钢材出口情况

图表 2016-2018年钢材累计出口量及增速走势

图表 2018年钢材进口情况

图表 2016-2018年钢材累计进口量及增速走势

图表 2017年钢铁行业固定资产投资情况

图表 2017年钢铁行业累计固定资产投资额及增速走势

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/414006.html>