



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2022年中国钢铁电商市场 需求及投资前景分析报告

## 一、调研说明

《2017-2022年中国钢铁电商市场需求及投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/284204.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

互联网+，代表的是传统产业的升级改造和先进生产力的不断演变。对钢铁行业而言，互联网+的概念在当前最直观地表现为钢铁电商的蓬勃发展，钢铁电商真正的内涵包含了钢铁行业的整个产销供应链，始于销售端的电商化发展，而最终将归于推动整个产业链，特别是生产端，向互联网靠拢。

钢银电商从2013年5月开始运行，目前，交易用户数5万多家，并呈现增长趋势，合作钢厂120余家，在平台认证的供应商有1100多家，有合作关系的仓库在120家，累计结算寄售量达到1100万吨，形成交易、支付、结算、物流配送、在线融资等服务于一体的闭环产业链。

截至今年5月，国内共有300多家钢铁电商企业，最早的钢铁电商是成立于2011年的钢钢网，目前市场知名度最高、互联网背景最深的两家钢铁电商找钢网和钢银分别成立于2012年和2013年。宝钢股份联合宝山区政府于2013年成立了上海钢铁交易中心。2014年五矿发展成立了鑫益联钢铁电商平台，2015年底联合阿里巴巴成立五矿阿里电商平台，2015年宝钢再次回炉强势布局钢铁电商，成立欧冶云商。钢铁电商的发展

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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 钢铁电商基本概述

#### 1.1.1 钢铁电商概念

#### 1.1.2 钢铁电商功能 钢铁电商交易流程图：

### 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+”政策

#### 2.1.3 钢铁转型政策

#### 2.1.4 产能过剩政策

### 2.2 经济环境

#### 2.2.1 国民经济运行

#### 2.2.2 工业经济发展

#### 2.2.3 固定资产投资

#### 2.2.4 社会消费品市场

#### 2.2.5 中国经济发展趋势

### 2.3 技术环境

#### 2.3.1 大数据

#### 2.3.2 网络技术

#### 2.3.3 安全技术

#### 2.3.4 数据库技术

#### 2.3.5 Web浏览技术

#### 2.3.6 电子支付技术

## 第三章 2014-2016年中国钢铁行业发展情况分析

### 3.1 国外钢铁流通行业运作模式

#### 3.1.1 欧美模式

#### 3.1.2 日本模式

#### 3.1.3 韩国模式

#### 3.1.4 台湾模式

### 3.2 2014-2016年中国钢铁行业发展综述

#### 3.2.1 传统钢贸特点

#### 3.2.2 行业发展形势

#### 3.2.3 行业改革政策

#### 3.2.4 供给侧的改革

#### 3.2.5 行业发展潜力

### 3.3 2014-2016年中国钢铁市场运行情况

#### 3.3.1 市场发展现状

#### 3.3.2 市场供需情况

#### 3.3.3 进出口的规模

#### 3.3.4 市场竞争情况

#### 3.3.5 行业盈利水平

2015年度，钢银电商净利润亏损4.4亿元，欧冶云商亏损1.6亿元，钢铁电商行业普遍处于"烧钱"阶段。但随着各大电商全产业链的布局构建完成及业务模式的转型升级，2016年，部分电商已经开始盈利，如钢银电商在上半年扭亏为盈，实现净利润1000万元。

### 3.4 中国钢铁行业发展问题解析

#### 3.4.1 集中度低问题

#### 3.4.2 行业突出问题

#### 3.4.3 行业转型压力

#### 3.4.4 难复制国外流通模式

### 3.5 中国钢铁行业的发展对策

#### 3.5.1 产业政策措施

#### 3.5.2 行业发展策略

#### 3.5.3 行业节能措施

#### 3.5.4 产能过剩对策

#### 3.5.5 行业流通变革出路

## 第四章 2014-2016年中国钢铁电商行业发展情况分析

### 4.1 2014-2016年中国钢铁电商市场综述

#### 4.1.1 行业发展动因

#### 4.1.2 电商模式优势

#### 4.1.3 产业链的分析

#### 4.1.4 市场发展规模 目前主流钢铁电商上占情况

#### 4.1.5 金融服务模式

#### 4.1.6 供应链金融情况

### 4.2 2014-2016年中国钢铁电商市场竞争格局

- 4.2.1 主要电商平台
- 4.2.2 竞争形势分析
- 4.2.3 钢企自建电商平台
- 4.2.4 流通商的电商平台
- 4.2.5 资本领投的电商平台
- 4.2.6 钢铁资讯网的电商平台
- 4.3 2014-2016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 物流问题
  - 4.4.2 市场化问题
  - 4.4.3 平台差异化
  - 4.4.4 力量的角力
  - 4.4.5 资金的安全
- 4.5 中国钢铁电商行业的应对策略
  - 4.5.1 完善相关法律
  - 4.5.2 加强人才培养
  - 4.5.3 建立物流配套
  - 4.5.4 完善生态链条
  - 4.5.5 行业突破方向

## 第五章 2014-2016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 模式发展分析

### 5.3.4 发展面临挑战

### 5.3.5 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 寄售营销模式

### 5.4.5 供应链集成服务模式

## 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 钢铁B2B企业

### 5.5.5 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

### 5.6.5 O2O发展空间

## 第六章 2014-2016年中国钢铁物流行业发展分析

### 6.1 2014-2016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 行业发展现状

#### 6.1.4 市场发展潜力

### 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 2014-2016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 2014-2016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 平台商业模式

#### 7.1.4 线下配套设施

#### 7.1.5 平台规划分析

#### 7.1.6 平台合作动态

#### 7.1.7 平台发展战略

#### 7.1.8 平台发展前景

### 7.2 中钢在线

#### 7.2.1 平台发展概况

#### 7.2.2 引领帮买电商

#### 7.2.3 电商线上运营

#### 7.2.4 平台运营模式



### 7.2.5 跨境电商模式

### 7.2.6 电商转型模式

## 7.3 上海钢联

### 7.3.1 平台发展概况

### 7.3.2 平台发展现状

### 7.3.3 线下配套设施

### 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 鑫益联

### 7.4.1 平台发展概况

### 7.4.2 发展形势分析

### 7.4.3 线下配套设施

### 7.4.4 平台运营模式

### 7.4.5 平台模式对比

### 7.4.6 平台线上战略

## 7.5 飞谷网

### 7.5.1 平台发展概况

### 7.5.2 平台运行现状

### 7.5.3 模式运作情况

### 7.5.4 模式应用核心

## 7.6 钢钢网

### 7.6.1 平台发展概况

### 7.6.2 平台优势分析

### 7.6.3 平台O2O模式

### 7.6.4 平台战略合作

## 7.7 欧浦钢网

### 7.7.1 平台发展概况

### 7.7.2 线下配套设施

### 7.7.3 引领市场升级

## 7.8 其他重点平台发展情况

- 7.8.1 钢企网
- 7.8.2 首钢采购
- 7.8.3 河北钢铁交易中心

## 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 流通体制改革机遇
- 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 投资动态
  - 8.3.1 鑫益联
  - 8.3.2 找钢网
  - 8.3.3 上海钢银
- 8.4 投资风险
  - 8.4.1 产能过剩
  - 8.4.2 同质化严重

## 第九章 中国钢铁电商行业发展前景展望

- 9.1 中国钢铁行业发展前景分析
  - 9.1.1 行业前景分析
  - 9.1.2 绿色贷款支持
  - 9.1.3 行业政策良机
  - 9.1.4 园区发展趋势
- 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 资本加注钢铁电商

## 9.3 中国钢铁电商市场容量预测

### 9.3.1 总体预测

### 9.3.2 资讯环节

### 9.3.3 交易环节

### 9.3.4 运输环节

### 9.3.5 仓储环节

### 9.3.6 加工环节

### 9.3.7 融资环节

### 9.3.8 广告环节（AKLT）

## 部分图表目录：

图表1:钢铁电商功能

图表2:钢铁电商的优势

图表3:钢贸信用风险及电商解决之道

图表4:2011-2015年国内生产总值及其增长速度

图表5:2015年年末人口数及其构成

图表6:2011-2015年城镇新增就业人数

图表7:2011-2015年全员劳动生产率

图表8:2015年居民消费价格月度涨跌幅度

图表9:2015年居民消费价格比2014年涨跌幅度

图表10:2015年新建商品住宅月同比价格上涨、持平、下降城市个数变化情况

图表11:2011-2015年全国一般公共预算收入

图表12:2011-2015年年末国家外汇储备

图表13:2011-2015年粮食产量

图表14:2011-2015年社会消费品零售总额

图表15:2011-2015年货物进出口总额

图表16:2015年货物进出口总额及其增长速度

图表17:2015年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表18:2015年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表19:2015年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表20:2015年外商直接投资（不含银行、证券、保险）及其增长速度

图表21:2015年对外直接投资额（不含银行、证券、保险）及其增长速度

图表22:2015年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表23:2015年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表24:2011-2015年快递业务量及增长速度

图表25:2011-2015年年末固定互联网宽带接入用户和移动宽带用户数

图表26:2015年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表27:2011-2015年全国居民人均可支配收入及增长速度

图表28:2015年全国居民人均消费支出及其构成

图表29:2014-2015年各月累计主营业务收入与利润总额同比增速

图表30:2014-2015年各月累计利润率与每百元主营业务收入中的成本

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/284204.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数

据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

## 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。