

2013-2017年中国钢铁企业非钢行业市场行情动态 及投资前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2017年中国钢铁企业非钢行业市场行情动态及投资前景分析报告》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.huaon.com/detail/136228.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

截至2012年7月31日，共有21家上市钢铁企业发布了2012年半年度业绩预报。结果显示，除了攀钢因2011年实施资产重组业绩同比大幅上升之外，仅有3家钢铁公司业绩同比预增。2012年上半年，中钢协会员企业累计实现销售收入17957.5亿元，同比下降3.34%;利润仅为23.85亿元，减幅达到95.81%，行业亏损总额142.48亿元，亏损面达到33.75%，销售利润率由2011年同期的3.06%，降到仅有0.13%。

在经营状况如此不乐观的情况下，国内钢铁企业的产量并没有出现停滞或下滑，这进一步加剧了行业的生存困难。截至2012年7月，我国的钢材产量累计达5.49亿吨，粗钢产量达4.19亿吨，生铁的产量达3.91亿吨，均较2011年同期有不同程度的增长;2011年中国的钢材产量达8.81亿吨，粗钢产量为6.83亿吨，生铁的产量为6.30亿吨，分别较上年同比增长8.40%、12.30%和8.90%。

铁矿石是钢铁企业最大的生产成本，国内钢企对铁矿石进口的依赖程度较高，这也是中国钢企遭受低盈利之困的重要原因。

国内的钢铁企业而言，在产能过剩、需求放缓、库存上升、利润微薄等不利形势下，迫于生存发展的压力，各钢铁企业纷纷在主业之外寻求新的出路，向产业链上下游纵向延伸，努力开拓非钢产业。

艾凯集团报告网发布的《2013-2017年中国钢铁企业非钢行业市场行情动态及投资前景分析报告》共六章。首先介绍了中国钢铁企业非钢行业的概念，接着分析了中国钢铁企业非钢行业发展环境，然后对中国钢铁企业非钢行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国钢铁企业非钢行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国钢铁企业非钢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。

第1章：中国钢铁企业发展非钢产业背景 9

1.1 钢铁产业与非钢产业的划分 9

1.1.1 产业的一般概念 9

1.1.2 钢铁产业与非钢产业的划分 9

1.2 钢铁产业发展困境分析 10

1.2.1 靠上游：成本受制于人 10

1.2.2 供下游：产品技不如人 10

1.3 钢铁企业发展非钢产业的必要性分析 11

1.3.1 促进钢铁主业提高竞争力 11

1.3.2 提高资产利用率	11
1.3.3 提高抗风险能力	11
1.3.4 培育灵活的经营机制	11
1.4 钢铁企业发展非钢产业SWOT分析	12
1.4.1 优势（Strength）分析	12
1.4.2 劣势（Weakness）分析	12
1.4.3 机会（Opportunity）分析	13
1.4.4 威胁（Threat）分析	14
1.5 钢铁企业发展非钢产业宏观环境分析	14
1.5.1 政策环境分析	14
1.5.2 经济环境分析	15
第2章：国外领先钢铁企业发展非钢产业的战略分析	24
2.1 新日铁发展非钢产业的战略分析	24
2.1.1 新日铁发展非钢产业历程	24
2.1.2 新日铁非钢业务体系分析	25
(1) 新日铁非钢业务体系构成	25
(2) 新日铁非钢业务总体特点	25
2.1.3 新日铁五大非钢业务分析	26
(1) 新日铁五大非钢业务内容	26
(2) 新日铁五大非钢业务特点	28
(3) 新日铁五大非钢业务盈利能力	32
2.1.4 新日铁发展非钢产业的主要策略分析	32
2.1.5 对我国钢铁企业发展非钢产业的启示	32
2.2 蒂森克虏伯集团发展非钢产业的战略分析	33
2.2.1 蒂森克虏伯集团发展非钢产业历程	33
2.2.2 蒂森克虏伯集团非钢业务体系分析	34
(1) 蒂森克虏伯集团非钢业务体系构成	34
(2) 蒂森克虏伯集团非钢业务总体特点	34
2.2.3 蒂森克虏伯集团四大非钢业务分析	35
(1) 蒂森克虏伯集团四大非钢业务内容	35
(2) 蒂森克虏伯集团四大非钢业务盈利能力	37
2.2.4 蒂森克虏伯集团发展非钢产业的主要策略	37
2.2.5 对我国钢铁企业发展非钢产业的启示	39
2.3 浦项钢铁发展非钢产业的战略分析	40
2.3.1 全球最具竞争力的钢铁公司非钢产业发展历程	40

2.3.2 浦项钢铁非钢业务体系分析	42
(1) 浦项钢铁非钢业务体系构成	42
(2) 浦项钢铁非钢业务总体特点	42
2.3.3 浦项钢铁两大非钢业务分析	44
(1) 浦项钢铁两大非钢业务内容	44
(2) 浦项钢铁非钢业务盈利能力	45
2.3.4 浦项钢铁发展非钢产业的主要策略分析	45
2.3.5 对我国钢铁企业发展非钢产业的启示	47
第3章：中国钢铁企业非钢产业发展现状	49
3.1 中国钢铁企业非钢产业发展总体状况	49
3.1.1 钢铁业处于微利时代	49
3.1.2 非钢产业助力钢企稳定发展	49
3.1.3 国内部分钢企发展规划	49
3.2 中国钢铁行业非钢产业典型案例分析	50
3.2.1 宝钢非钢产业发展战略分析	50
(1) 宝钢非钢产业的发展历史	50
(2) 宝钢非钢产业的业务构成	51
(3) 宝钢非钢产业的利润占比	55
(4) 宝钢非钢产业的盈利能力	56
(5) 宝钢非钢产业的经营策略分析	56
(6) 宝钢非钢产业发展规划	57
3.2.2 首钢非钢产业发展战略分析	57
(1) 首钢非钢产业的发展历史	57
(2) 首钢非钢产业的业务构成	57
(3) 首钢非钢产业的盈利能力	61
(4) 首钢非钢产业经营策略分析	61
(5) 首钢非钢产业发展规划	62
3.2.3 武钢非钢产业发展战略分析	62
(1) 武钢非钢产业的发展历史	62
(2) 武钢非钢产业的业务构成	62
(3) 武钢非钢产业的收入占比	63
(4) 武钢非钢产业的盈利能力	63
(5) 武钢非钢产业经营策略分析	64
(6) 武钢非钢产业发展规划	65
3.3 中国其它领先钢铁企业非钢产业经营情况分析	65

3.3.1 鞍山钢铁集团公司非钢产业经营情况分析 65

- (1) 企业发展简况分析 65
- (2) 企业非钢业务体系分析 66
- (3) 企业非钢业务盈利情况 67
- (4) 企业非钢产业发展规划 68
- (5) 企业非钢产业投资动态 68

3.3.2 马钢（集团）控股有限公司非钢产业经营情况分析 69

- (1) 企业发展简况分析 69
- (2) 企业非钢业务体系分析 69
- (3) 企业非钢业务收入占比 70
- (4) 企业非钢产业发展规划 71
- (5) 企业非钢产业投资动态 71

3.3.3 安阳钢铁集团有限责任公司非钢产业经营情况分析 72

- (1) 企业发展简况分析 72
- (2) 企业非钢业务体系分析 72
- (3) 企业非钢业务收入情况 77
- (4) 企业非钢产业投资动态 77

3.3.4 包头钢铁（集团）有限责任公司非钢产业经营情况分析 77

- (1) 企业发展简况分析 77
- (2) 企业非钢业务体系分析 78
- (3) 企业非钢业务经营情况 78
- (4) 企业非钢产业发展规划 79
- (5) 企业非钢产业投资动态 79

3.3.5 酒泉钢铁（集团）有限责任公司非钢产业经营情况分析 80

- (1) 企业发展简况分析 80
- (2) 企业非钢业务体系分析 80
- (3) 企业非钢业务收入占比 86
- (4) 企业非钢产业发展规划 87

第4章：中国钢铁企业发展非钢产业的战略选择 104

4.1 钢铁企业发展非钢产业的战略选择原则 104

4.2 钢铁行业产业链分析 105

4.2.1 钢铁行业产业链上游分析 105

4.2.2 钢铁行业产业链下游分析 109

4.3 钢铁企业向产业链上游延伸分析 130

4.3.1 钢铁企业向产业链上游延伸的必要性 130

- 4.3.2 钢铁企业向产业链上游延伸的区域性 130
- 4.3.3 钢铁企业向产业链上游延伸模式 131
- 4.3.4 钢铁企业向产业链上游延伸现状 132
- 4.3.5 钢铁企业向产业链上游延伸的典型案例分析 133
- 4.4 钢铁企业向产业链下游延伸分析 135
 - 4.4.1 钢铁企业向产业链下游延伸的必要性 135
 - 4.4.2 钢铁企业向产业链下游延伸的区域性 136
 - 4.4.3 钢铁企业向产业链下游延伸模式 136
 - 4.4.4 钢铁企业向产业链下游延伸现状 138
 - 4.4.5 钢铁企业向产业链下游延伸的典型案例分析 140
- 4.5 钢铁企业向产业链上下游延伸的选择分析 141
- 4.6 钢铁企业向多元化产业发展分析 142
 - 4.6.1 钢铁企业向多元化产业发展的条件 142
 - (1) 企业必须具有自己核心的竞争力 142
 - (2) 财务状况良好并具备实施多元化战略的剩余资产 142
 - (3) 企业现有产品所处生命周期的阶段 143
 - (4) 企业有完善的财务监督管理能力 143
 - 4.6.2 钢铁企业向多元化产业发展模式 144
 - 4.6.3 钢铁企业向多元化产业发展现状 144
 - 4.6.4 钢铁企业向多元化产业发展的典型案例分析 146
 - 4.6.5 钢铁企业向多元化产业发展的优劣势分析 147
- 4.7 钢铁企业发展产融结合模式前景分析 148
 - 4.7.1 产融结合模式的概念 148
 - 4.7.2 钢铁企业实行产融结合模式的路径 149
 - 4.7.3 钢铁企业实行产融结合模式的典型案例分析 150
 - 4.7.4 钢铁企业实行产融结合模式的前景分析 150
- 4.8 钢铁企业发展产信结合模式前景分析 151
 - 4.8.1 产信结合模式的概念 151
 - 4.8.2 钢铁企业实行产信结合模式的路径 152
 - 4.8.3 钢铁企业实行产信结合模式的典型案例分析 153
 - 4.8.4 钢铁企业实行产信结合模式的前景分析 154
- 第5章：中国钢铁企业发展非钢产业的管控之道 155
 - 5.1 钢铁企业非钢产业集团组织模式选择 155
 - 5.1.1 钢铁企业非钢产业集团管控的核心问题 155
 - (1) 组织模式的选择问题 155

- (2) 组织架构的设计问题 155
- (3) 责权体系和核心管理流程的设计问题 156
- (4) 业绩评价问题 156
- 5.1.2 钢铁企业非钢产业集团管控模式的选择 157
 - (1) 战略与结构 157
 - (2) 三种常见的管控模式 158
 - (3) 基于明晰战略基础上的管控模式选择 162
- 5.1.3 钢铁企业非钢产业集团的功能定位 167
 - (1) 产业集团总部的一般功能 167
 - (2) 产业集团管理层次定位 170
- 5.2 钢铁企业非钢产业集团组织结构设计 175
 - 5.2.1 组织结构设计的—般规律 175
 - (1) 组织结构的主要类型 175
 - (2) 战略对组织设计的要求 175
 - (3) 组织结构设计的—般原则 176
 - (4) 组织结构调整的原则和关键点 177
 - 5.2.2 钢铁企业非钢产业集团组织结构设计 178
 - (1) 产业集团常用的三种组织结构类型 178
 - (2) 钢铁企业非钢产业集团组织结构类型的选择 179
 - 5.2.3 钢铁企业非钢产业集团总部对下属单位的管控 180
 - (1) 产业集团总部对事业部的管控 180
 - (2) 产业集团总部对控股子公司的管控 182
 - (3) 产业集团总部对参股子公司的管控 184
- 5.3 钢铁企业非钢产业集团责权体系 187
 - 5.3.1 钢铁企业非钢产业集团责权划分的原则 187
 - 5.3.2 钢铁企业非钢产业集团责权体系的设计 188
 - (1) 产业集团责权体系分析框架 188
 - (2) 实行规范责权体系的条件 189
 - (3) 产业集团公司责权体系设计 190
- 5.4 钢铁企业非钢产业集团核心管理流程 194
 - 5.4.1 核心管理流程概述 194
 - (1) 管理流程定义 194
 - (2) 核心管理流程的程序 194
 - 5.4.2 产业集团主要核心管理流程分析 196
 - (1) 战略管理流程 196

(2) 预算管理流程	196
(3) 投资管理流程	197
(4) 人力资源管理流程	198
5.5 钢铁企业非钢产业集团业绩管理	199
5.5.1 产业集团业绩管理体系	199
(1) 业绩管理的目标和原则	199
(2) 业绩管理改革的要点	200
5.5.2 产业集团业绩管理流程分析	203
(1) 诊断	204
(2) 建立业绩指标	205
(3) 设定业绩目标	210
(4) 进行业绩审核	214
(5) 确定业绩评估并与薪酬挂钩	216
第6章：中国钢铁企业非钢产业发展前景	223
6.1 中国钢铁企业非钢产业发展中存在的问题	223
6.1.1 业务重叠、资源分散，难以形成合力	223
6.1.2 内部依存度大，市场化发展水平不高	223
6.1.3 缺乏战略规划，成长性差	223
6.1.4 各产业间缺少关联性，难以形成互动	223
6.2 中国钢铁企业非钢产业发展方向	224
6.2.1 重点发展对主业构成支持的产业、资源型产业及强协同作用的产业	224
6.2.2 有序发展与主业有一定协同作用，增值客户服务的产业	224
6.2.3 酌情发展与主业有关联，发挥主业优势的产业	224
6.3 中国钢铁企业加快非钢产业发展的战略措施	224
6.3.1 比肩主业，为非钢产业正名定位	224
6.3.2 整合资源，科学制定非钢产业规划	225
6.3.3 上下延伸，对外拓展，打造自身特色	225
6.3.4 适时涉足新兴战略产业	225
图表目录	
图表1：钢铁企业发展非钢产业优势（Strength）分析	12
图表2：钢铁企业发展非钢产业劣势（Weakness）分析	13
图表3：钢铁企业发展非钢产业机会（Opportunity）分析	13
图表4：钢铁企业发展非钢产业威胁（Threat）分析	14
图表5：2012年4-12月我国主要行业工业增加值增速（单位：%）	15
图表6：2005年-2012年12月我国轻工业与重工业同比增速（单位：%）	16

- 图表7：2011年-2012年12月我国固定资产投资累计同比与季调环比增速（单位：%） 17
- 图表8：2006年-2012年12月我国房地产投资情况示意图（单位：亿元，%） 17
- 图表9：2006年-2012年12月国内居民消费价格指数（CPI）变动情况（单位：%） 18
- 图表10：2001年-2012年12月国内工业品出厂价格指数（PPI）变动情况（单位：%） 19
- 图表11：2006年-2012年12月社会消费品零售总额同比变动情况（单位：%） 20
- 图表12：2012年1-12月全国制造业PMI走势图（单位：%） 21
- 图表13：2007年-2012年12月我国进出口金额当月同比增速示意图（单位：%） 22
- 图表14：2009年-2012年12月传统商品出口增速变动图（单位：%） 23
- 图表15：新日铁10项非钢业务内容 24
- 图表16：新日铁非钢业务体系构成 25
- 图表17：2011年新日铁非钢业务占比总体略有下降（单位：%） 26
- 图表18：蒂森克虏伯集团非钢业务体系构成 34
- 图表19：浦项制铁在中国向钢铁产业链下游延伸情况 41
- 图表20：浦项钢铁非钢业务体系构成 42
- 图表21：浦项钢铁各非钢业务占比（单位：%） 44
- 图表22：浦项钢铁业务占比（单位：%） 44
- 图表23：宝钢非钢产业的业务构成 52
- 图表24：2011年宝钢非钢产业的利润占比（单位：%） 56
- 图表25：首钢非钢产业的业务构成 57
- 图表26：武钢非钢产业的业务构成 63
- 图表27：2015年武钢各项非钢产业的收入占比目标（单位：%） 63
- 图表28：鞍山钢铁集团公司非钢业务体系 66
- 图表29：马钢（集团）控股有限公司非钢业务体系 69
- 图表30：2015年马钢（集团）控股有限公司非钢业务收入占比目标（单位：%） 70
- 图表31：安阳钢铁集团有限责任公司非钢业务体系 72
- 图表32：包钢西北创业实业发展有限责任公司非钢业务体系 78
- 图表33：酒泉钢铁（集团）有限责任公司非钢业务体系 80
- 图表34：唐山钢铁集团有限责任公司非钢业务体系 89
- 图表35：济钢集团有限公司非钢业务体系 91
- 图表36：南京钢铁股份有限公司非钢业务体系 94
- 图表37：昆明钢铁控股有限公司非钢业务体系 97
- 图表38：本钢集团有限公司非钢业务体系 100
- 图表39：重庆钢铁（集团）有限责任公司非钢业务体系 102
- 图表40：钢铁产业链 105
- 图表41：2009年-2013年3月我国进口铁矿砂数量及同比变动情况（单位：亿吨，%） 106

图表42：2009年-2013年3月我国进口铁矿砂均价及同比变动情况（单位：美元/吨，%）
106

图表43：2009年-2013年3月我国进口铁矿砂金额及同比变动情况（单位：千万美元，%）
107

图表44：2009年-2013年3月我国原煤进口均价及同比变动情况（单位：美元/吨，%） 108

图表45：2006年-2013年3月山西太原古交炼焦煤坑口不含税价（单位：元/吨） 108

图表46：2010-2012年全国房地产开发累计投资同比增速（单位：%） 109

图表47：2011-2012年全国房地产开发单月投资额及同比增速（单位：亿元，%） 109

图表48：2010-2012年全国房地产新开工和竣工面积增速累计同比（单位：%） 110

图表49：2011-2012年全国房地产单月新开工面积及同比增速（单位：亿平方米，%） 111

图表50：2010-2012年全国房地产开发企业购置土地面积累计同比增速（单位：%） 112

图表51：2011-2012年房地产开发企业单月购置土地面积及同比增速（单位：亿平方米，%）
112

图表52：2010-2012年全国商品房销售累计面积及同比增速（单位：亿平方米，%） 113

图表53：2010-2012年全国商品房销售当月面积及增速（单位：亿平方米，%） 113

图表54：2010-2012年全国商品房累计销售额及同比增速（单位：亿元，%） 113

图表55：2011-2012年全国房地产单月销售金额及同比增速（单位：亿元，%） 114

图表56：2010-2012年全国房地产开发资金来源同比增速（单位：%） 114

图表57：2010-2012年全国房地产开发资金来源构成（单位：%） 115

图表58：2009-2012年我国房地产开发业景气指数走势 116

图表59：2009年-2013年3月我国汽车累计产量变动情况（单位：万辆，%） 118

图表60：2009年-2013年3月我国汽车累计销量变动情况（单位：万辆，%） 118

图表61：2009年-2013年3月我国汽车当月产销量及产销率情况（单位：万辆，%） 119

图表62：2009年-2012年5月我国汽车和底盘累计进口数量变动情况（单位：万辆，%）
119

图表63：2009年-2012年5月我国汽车和底盘累计进口金额变动情况（单位：亿美元，%）
120

图表64：2009年-2012年5月我国汽车和底盘累计出口数量变动情况（单位：万辆，%）
121

图表65：2009年-2012年5月我国汽车和底盘累计出口金额变动情况（单位：亿美元，%）
121

图表66：2011年世界造船三大指标市场份额情况（单位：万载重吨，万修正总吨，%）
122

图表67：2009年-2013年3月空调累计产量及同比增速（单位：万台，%） 127

图表68：2009年-2013年3月洗衣机累计产量及同比增速（单位：万台，%） 128

- 图表69：2009年-2013年3月冰箱累计产量及同比增速（单位：万台，%） 128
- 图表70：2009年-2012年5月空调累计进口量及同比增速（单位：万台，%） 129
- 图表71：与上游企业的盈利比较（单位：%） 130
- 图表72：2011年中国钢企铁矿石海外投资进展情况 132
- 图表73：与下游企业的盈利比较（单位：%） 135
- 图表74：战略与组织结构的关系 157
- 图表75：3种主要管控模式的分析比较 160
- 图表76：总部与下属机构关系比较 161
- 图表77：三种不同模式对核心管理流程的控制比较 161
- 图表78：集团管控模式选择的主要考虑因素 163
- 图表79：选择管控模式需要回答的3个问题 163
- 图表80：3个关键指标的评估方法 164
- 图表81：管理模式的确定 164
- 图表82：集团总部的六大功能 167
- 图表83：不同管理模式下的集团总部定位 168
- 图表84：某民营多元化产业集团的总部职能定位 169
- 图表85：集团各层次的资源能力定位 170
- 图表86：集团总部的资源能力定位 171
- 图表87：下属单位的资源能力定位 171
- 图表88：集团各层次的决策权力划分 172
- 图表89：集团各层次管理功能确定 173
- 图表90：集团各层次的不同角色 174
- 图表91：战略对组织设计的要求 175
- 图表92：组织结构设计的一般原则 176
- 图表93：组织结构调整的原则和关键点 177
- 图表94：集团公司常用的3种组织结构类型 178
- 图表95：集团组织结构类型的选择 179
- 图表96：事业部的组织架构和主要特征 180
- 图表97：集团对事业部的管控模式 181
- 图表98：控股公司的架构和主要特征 182
- 图表99：集团对控股子公司的管控模式 183
- 图表100：集团总部对控股子公司的管理职责 184
- 图表101：参股子公司的架构和主要特征 184
- 图表102：集团对参股子公司的管理途径 185
- 图表103：集团对参股子公司的管控模式 185

图表104：集团总部对参股企业的管理职责 186

图表105：责权划分的原则 187

图表106：责权体系分析框架 188

图表107：管理流程的输入和输出示意图 194

图表108：核心管理流程的地位和作用 195

图表109：核心管理流程的程序 195

图表110：战略管理流程 196

图表111：预算管理流程 197

图表112：投资管理流程 197

图表113：人力资源管理流程 198

图表114：业绩管理体系的目标和原则 199

图表115：各业务单位的具体目标 200

图表116：业绩管理的实施过程 201

图表117：总裁领导的方式和流程 201

图表118：主要高层领导业绩管理的参与方式 202

图表119：规范的业绩管理流程 203

图表120：各种调查方法优缺点比较 204

通过《2013-2017年中国钢铁企业非钢行业市场行情动态及投资前景分析报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/136228.html>