

2020-2026年中国轻钢结构 行业前景研究与投资分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2020-2026年中国轻钢结构行业前景研究与投资分析报告》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.chinairr.org/report/R01/R0106/202005/06-345949.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

由于环保意识的加强和木材短缺等因素，许多国家如美国、日本、英国、澳大利亚等，正踊跃地鞭策中低层轻钢结构住宅的应用与成长。多年来，我国住宅建设主要是粗放型生产，住宅建造以现场手工湿作业生产方式为主，不仅生产效率低、建设周期长，而且能耗高、环境压力大，更主要的是：住宅的质量和性能难以保证，寿命周期难以实现。目前，这种粗放型、低水平的住宅建造方式，仍然是我国住宅建设的主要模式。具体表现为：住宅技术的发展仍以单项技术推广应用为主，技术缺乏有效的集成和整合，尚未形成完整系列的建筑体系。尤其是比较通用的钢结构住宅、预制混凝土装配式住宅、混凝土砌块等新型建筑体系缺乏相应的配套技术、相关规范及标准，推行起来难度较大，难以形成规模效益，大量的科技和劳动力投入无法有效优化，从而束缚了行业的技术创新和产业升级。住宅产业是我国国民经济的重要支柱产业，而且住宅的生产和消费对各行各业的带动效应巨大。因此，要保持住宅产业持续健康发展，必须以科技为先导，提高科技进步对住宅产业的贡献率。走出一条新型工业化住宅发展道路，是我国住宅产业的发展目标。为此，住房和城乡建设部制定了《国家住宅产业化基地试行办法》，以提高我国住宅产业的标准化、工业化水平，促进住宅生产与建设方式的根本性转变。

由于钢结构住宅可以很便利地采用工厂化、规模化、标准化、精确化、流水化制作，又可以实现装配式安装，科技化程度高，有利于系统化、体系化生产，符合我国住宅产业化要求，因此，我国政府正在大力推动多、高层钢结构住宅体系的广泛应用与发展，以促使住宅产业生产方式的变革，为加快实现住宅产业化提供政策保证。发达国家已从工业化的专用体系走向大规模的通用体系，即发展以标准化、系列化、通用化建筑构配件、建筑部品为中心，以专业化、社会化生产和商品化供应为基本方向的住宅产业现代化模式，其依托就是钢结构住宅。可见，坚定不移地走以钢结构住宅体系为依托的现代化住宅产业化发展模式，提高住宅产业标准化、工业化、现代化水平，是我国住宅产业化发展的必由之路。住宅产业现代化的根本性标志就是住宅建筑工业化的程度和水平。多年来，国内有许多钢结构企业很早就开始了住宅产业化的探索与尝试，通过多年研究，已形成了较为完整的钢结构住宅体系。长期看建筑钢结构优点突出，比之美日等发达国家，我国在建筑结构中的使用比例仍有6倍提升空间。保守估计，未来5年钢结构产量复合增速15%以上。

本轻钢结构行业报告，为轻钢结构生产与贸易企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。报告同时对于产业研究规律、产业政策制定和欲进入的投资集团提供了准确的情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一部分 轻钢结构行业发展现状

第一章 中国轻钢结构工程行业发展概述

第一节 轻钢结构特点及其行业发展趋势 1

一、轻钢结构及其适用范围 1

二、轻钢结构和重钢结构的区别 3

三、材料选择和设计中的注意事项 4

四、结构或构件的塑性设计及腹板屈曲后强度 5

五、蒙皮效应 7

六、轻钢结构节能住宅建筑体系顺应行业发展主旋律 7

七、轻钢结构在国内外的成长现状 9

第二节 2018-2019年中国轻钢结构工程行业经济指标分析 12

一、成长速度 12

二、附加值的提升空间 14

三、进入壁垒 14

四、竞争激烈程度 15

五、当前行业发展所属周期阶段的判断 15

第三节 关联产业发展分析 17

一、中国钢结构行业发展概况 17

二、我国钢结构产业的现状和发展趋势 24

三、“十三五”期间我国钢结构行业形势及发展对策 123

四、“十三五”钢结构发展区域分析 129

五、我国建筑钢结构行业的发展趋势 134

第二章 我国轻钢结构建筑市场及企业管理分析

第一节 轻钢结构建筑企业的市场现状 145

一、轻钢结构建筑企业的微观环境分析 145

二、轻钢结构建筑企业行业环境分析 148

三、轻钢结构建筑企业宏观环境分析 149

第二节 轻钢结构建筑企业存在的问题分析 150

一、行业发展和管理方面的问题分析 150

- 二、技术水平方面的问题分析 151
- 三、营销管理理念方面的问题分析 152
- 四、管理要素的战略地位方面的问题分析 154
- 第三节 轻钢结构建筑企业产生问题的原因分析 155
 - 一、行业发展的时间短 155
 - 二、体制转轨带来的必然结果 156
 - 三、企业管理的整体水平低 156

第二部分 轻钢结构市场需求分析

第三章 轻钢结构应用领域及行业供需分析

第一节 轻钢结构工程行业需求市场 157

- 一、轻钢结构集成住宅市场 157
- 二、自建轻钢结构别墅农村市场 158

第二节 轻钢结构工程行业需求的地区差异 159

- 一、北美和澳洲地区 160
- 二、亚洲各国地区 165
- 三、轻钢结构建筑中外结构比较 167

第三节 我国成品钢材的品种分类和生产现状 170

第四节 轻型钢结构组合房屋的应用问题 183

第五节 多层轻钢结构楼盖的设计比较 188

第四章 轻钢结构工程产业链的分析

第一节 行业集中度 195

第二节 主要环节的增值空间 200

- 一、综合成本方面 200
- 二、清洁环保方面 200
- 三、安全性能方面 201
- 四、节省劳动力方面 201
- 五、舒适人性化方面 201

第三节 行业驱动因素 203

- 一、政策支持推动轻钢住宅发展 203
- 二、轻钢结构节能环保造价低 204

第四节 上下游行业影响及趋势分析 207

一、我国钢结构产业化发展分析 207

二、我国建筑业发展分析 213

第五节 我国钢结构住宅的产业化、标准化分析 218

一、钢结构住宅产业化现状分析及发展优势 218

二、以标准化促进钢结构住宅产业化发展 220

第五章 区域市场情况深度研究

第一节 长三角区域市场情况分析 222

第二节 珠三角区域市场情况分析 222

第三节 环渤海区域市场情况分析 223

第四节 轻钢结构工程行业部分城市发展状况 223

一、上海出现节约、节能、环保轻钢结构住宅 223

二、宁夏农村危房改造推广轻钢抗震节能体系 224

三、广州首推节能型轻钢别墅 225

四、甘肃规范钢结构市场“剑指”建设单位 225

第三部分 轻钢结构产业竞争格局分析

第六章 轻钢结构工程市场竞争格局分析

第一节 钢结构市场竞争分析 227

一、我国的钢结构市场产品主要有以下特点 227

二、重点企业区域分布情况 227

三、不同规模企业竞争力比较分析 229

第二节 钢结构产业化的竞争优势分析 231

一、以设计为龙头 232

二、以制造为基础 232

三、以安装为关键。 233

四、以检修为延伸。 234

第三节 轻钢结构企业核心竞争力的培育分析 237

一、创新是关键 238

二、产品质量是基础 238

三、基础管理是保证 239

第七章 主要生产企业的排名与产业结构分析

第一节 行业企业排名分析 241

第二节 轻钢结构工程行业主要企业竞争力分析 241

一、重点企业全年营业收入对比分析 241

二、重点企业利润总额对比分析 242

第三节 产业结构分析 242

一、市场细分充分程度的分析 242

二、各细分市场领先企业排名 244

三、产业价值链的构成 245

第八章 前十大领先企业分析

第一节 宝钢钢构有限公司 247

一、企业基本概况 247

二、核心竞争力分析 247

三、发展战略 251

第二节 莱芜钢铁股份有限公司 253

一、企业基本概况 253

二、2018-2019年财务分析 254

第三节 潮峰钢构集团有限公司 260

一、企业基本概况 260

二、服务及产品 261

三、发展战略 262

第四节 中船江南重工股份有限公司 263

一、企业基本概况 263

二、2018-2019年财务分析 265

第五节 江苏沪宁钢机股份有限公司 270

一、企业基本概况 270

二、主要产品 271

第六节 长江精工钢结构(集团)股份有限公司 272

一、企业基本概况 272

二、发展战略 272

三、2018-2019年财务分析 273

第七节 杭州恒达钢结构实业有限公司 280

一、企业基本情况 280

二、核心竞争力 280

三、发展新战略 281

第八节 北京多维企业集团 282

一、企业基本情况 282

二、品牌建设 282

三、发展战略 283

第九节 浙江东南网架股份有限公司 284

一、企业基本情况 284

二、发展战略 285

三、2018-2019年财务分析 286

第十节 上海美建钢结构有限公司 293

一、企业基本情况 293

二、核心竞争力 293

第四部分 轻钢结构行业发展趋势及投资策略分析

第九章 2019年中国轻钢结构工程行业整体运行指标分析

第一节 中国轻钢结构工程行业总体规模分析 295

一、企业数量结构分析 295

二、行业生产规模分析 296

第二节 中国轻钢结构工程行业产销分析 296

一、行业产成品情况总体分析 296

二、行业工业销售产值总体分析 297

第三节 中国轻钢结构工程行业利润总额分析 300

一、行业利润总额总体分析 300

二、不同规模的轻钢结构企业利润总额总体分析 301

三、不同经济类型的轻钢结构企业利润总额总体分析 302

第十章 轻钢结构企业的营销策略分析

第一节 营销在轻钢结构企业未来发展中的战略地位 305

第二节 现阶段国内轻钢结构企业的营销弊端分析 306

一、营销理念落后，营销方式入渗透误区 306

二、优秀的营销人才十分缺乏 307

三、营销管理混乱 307

第三节 国内轻钢结构企业的未来营销策略分析 309

一、制定符合企业实际的营销策略 309

二、制定高效率的信息搜集、处理方案 310

三、对准目标市场，具体分析顾客群体 311

四、合理的人才经营战略 312

五、良好的品牌塑造 312

第十一章 2018-2019年轻钢结构工程市场发展预测分析

第一节 我国轻钢结构建筑优势及前景分析 313

一、符合国家产业政策，有利于推动国民经济的发展 313

二、具备发展轻钢住宅的有利条件 314

三、市场前景分析 314

第二节 供求平衡分析及未来发展趋势 317

一、轻钢结构工程行业的需求预测 317

二、轻钢结构工程行业的供应预测 319

第三节 轻钢结构节能住宅在中国的发展趋势与前景 320

一、利用率高的绿色建筑趋势 321

二、环保型的精细化建筑趋势 322

三、钢结构节能住宅将向可持续建筑方向发展 323

四、彩钢超轻钢结构集成住宅市场前景 324

第十二章 2018-2019年轻钢结构工程行业投资及市场策略分析

第一节 影响产业发展的因素分析 327

第二节 产业发展的空白点分析 328

第三节 投资风险分析 329

第四节 市场策略分析 329

一、轻钢结构价格策略分析 329

二、轻钢结构企业品牌创建渠道策略分析 332

第五节 销售策略分析 335

一、媒介选择策略分析 335

二、产品定位策略分析 338

第六节 对我国轻钢结构企业品牌的战略思考 340

一、轻钢结构企业实施品牌战略的意义 340

二、轻钢结构企业品牌的现状分析 345

三、我国轻钢结构企业的品牌战略 346

四、轻钢结构企业品牌战略管理的策略 348

图表目录

图表：我国轻钢行业生命周期图 16

图表：1998-2003年我国轻钢建筑面积 16

图表：轻钢结构与其他结构形式的比较 16

图表：2019年1-11月我国钢铁行业经济指标分析 28

图表：2019年1-12月我国钢铁行业经济指标分析 30

图表：2019年1-2月我国钢铁行业经济指标分析 31

图表：2019年1-3月北京钢铁行业经济指标分析 33

图表：2019年1-4月北京钢铁行业经济指标分析 34

图表：2019年1-11月北京钢铁行业经济指标分析 35

图表：2019年1-12月北京钢铁行业经济指标分析 37

图表：2019年1-11月天津钢铁行业经济指标分析 38

图表：2019年1-12月天津钢铁行业经济指标分析 40

图表：2019年1-11月河北钢铁行业经济指标分析 41

图表：2019年1-12月河北钢铁行业经济指标分析 43

图表：2019年1-11月山西钢铁行业经济指标分析 44

图表：2019年1-12月山西钢铁行业经济指标分析 46

图表：2019年1-11月内蒙古钢铁行业经济指标分析 47

图表：2019年1-12月内蒙古钢铁行业经济指标分析 48

图表：2019年1-11月辽宁钢铁行业经济指标分析 50

图表：2019年1-12月辽宁钢铁行业经济指标分析 51

图表：2019年1-11月吉林钢铁行业经济指标分析 53

图表：2019年1-12月吉林钢铁行业经济指标分析 54

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R01/R0106/202005/06-345949.html>