

势力重划竞争加剧意识更新 PDF转换可能丢失图片或格式，
建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/91/2021_2022__E5_8A_BF_E5_8A_9B_E9_87_8D_E5_c58_91914.htm 相比风风火火快速膨胀的2004年，2005年的中国钢结构行业趋向更务实求真，逐步走向成熟。在国家对品牌重视的大背景下，钢构行业也逐步认识到品牌建设的重要性并展示了一个不同于以往数年的崭新格局。新势力划分随着2004年各大钢构企业逐渐完成在全国市场内的战略布局，以及新势力的涌入，2005年的钢构市场在纷乱中展现着自己的行业竞争规则。原先以产业地域划分的上海、苏杭、天津、北京、闽粤等钢构5大板块已经失去先前的意义，一是各大钢构企业的生产基地在全国范围的遍地开花，二是依靠行业兴起提供的肥沃土壤，各地钢构新生代也不断发展壮大。山东、湖南、河北、四川等这些原先的二级板块也逐渐崛起了一批一级资质企业，地区产业影响力不断扩大，今年的“钢结构制造企业高峰论坛”选在济南召开，正是对打破原有格局的一个明证。随着企业能量的不断增大，不仅是老牌劲旅，一些具备竞争优势的企业也开始实施全国市场战略，这已成为钢构行业发展的必然趋势。如山东较早晋升一级资质的三维钢构，已不满足本省及周边地区的市场容量，近两年其工程已遍布安徽、江苏、北京、河北、山东、湖北、宁夏、广西等地。而最近被授予“中国钢结构产业基地”称号的浙江萧山，其钢结构总加工量更是占到全国的八分之一，其中的绝大部分都得益于广阔的外地市场。新竞争格局在钢构行业，市场开拓及成本控制一直是大多数企业竞争的主要手段和重中之重。但新的竞争层面也正

在逐步形成。钢构行业成本控制的手段也象其他成熟行业一样，日趋精细和多样。在内部成本控制达到一定程度后，各企业将眼光瞄向了产业链整合，籍此降低总体成本，提高竞争力。杭萧钢构的建材子公司今年已建成投产，对产业链上原料环节的强化不仅提高了抵抗原料市场动荡的能力，也大大降低了采购成本。同样的，潮峰钢构也于今年成立了集团公司，而集团下属的物流公司的主营业务便是钢材储运，并以此作为后盾，为钢构公司提供原料支持。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com