

燃气热水器行业市场需求分析 报告及未来五至十年行业预测 报告

目录

申明	3
一、燃气热水器行业（2023-2028）发展趋势预测	3
(一)、燃气热水器行业当下面临的机会和挑战	3
(二)、燃气热水器行业经营理念快速转变的意义	4
(三)、整合燃气热水器行业的技术服务	5
(四)、迅速转变燃气热水器企业的增长动力	6
二、燃气热水器行业财务状况分析	7
(二)、现金流对燃气热水器业的影响	9
三、2023-2028 年燃气热水器行业企业市场突围战略分析	9
(一)、在燃气热水器行业树立“战略突破”理念	9
(二)、确定燃气热水器行业市场定位、产品定位和品牌定位	10
1、市场定位	10
2、产品定位	10
3、品牌定位	12
(三)、创新寻求突破	13
1、基于消费升级的科技创新模式	13
2、创新推动燃气热水器行业更高质量发展	14
3、尝试业态创新和品牌创新	14
4、自主创新+品牌	15
(四)、制定宣传计划	16
1、策略一：学会做新闻、事件营销——低成本的传播工具	16
2、策略二：学会以优秀的品牌视觉设计突出品牌特色	17
3、策略三：学会使用网络营销	17
四、燃气热水器行业政策环境	18
(一)、政策持续利好燃气热水器行业发展	18
(二)、燃气热水器行业政策体系日趋完善	18
(三)、一级市场火热,国内专利不断攀升	19
(四)、宏观环境下燃气热水器行业定位	19
(五)、“十三五”期间燃气热水器业绩显著	20
五、燃气热水器行业发展状况及市场分析	20
(一)、中国燃气热水器市场行业驱动因素分析	20
(二)、燃气热水器行业结构分析	21
(三)、燃气热水器行业各因素（PEST）分析	22
1、政策因素	22
2、经济因素	23
3、社会因素	23
4、技术因素	24
(四)、燃气热水器行业市场规模分析	24
(五)、燃气热水器行业特征分析	24
(六)、燃气热水器行业相关政策体系不健全	25
六、2023-2028 年燃气热水器业竞争格局展望	26
(一)、燃气热水器业经济周期分析	26

(二)、燃气热水器业的增长与波动分析	26
(三)、燃气热水器业市场成熟度分析	27
七、燃气热水器产业发展前景	28
(一)、中国燃气热水器行业市场规模前景预估	28
(二)、燃气热水器进入大面积推广应用阶段	28
(三)、中国燃气热水器行业市场增长点	29
(四)、燃气热水器行业细分化产品将会最具优势	29
(五)、燃气热水器产业与互联网相关产业融合发展机遇	30
(六)、燃气热水器国际合作前景广阔、人才培养市场大	31
(七)、巨头合纵连横,行业集中趋势将更加显著	32
(八)、建设上升空间较大,需不断注入活力	32
(九)、燃气热水器行业发展需突破创新瓶颈	32
八、未来燃气热水器企业发展的战略保障措施	33
(一)、根据公司发展阶段及时调整组织结构	33
(二)、加强人才培养和引进	34
1、制定总体人才引进计划	34
2、渠道人才引进	35
3、内部员工竞聘	35
(三)、加速信息化建设步伐	35
九、燃气热水器行业风险控制解析	36
(一)、燃气热水器行业系统风险分析	36
(二)、燃气热水器业第二产业的经营风险	36
十、燃气热水器行业未来发展机会	37
(一)、在燃气热水器行业中通过产品差异化获得商机	37
(二)、借助燃气热水器行业市场差异赢得商机	37
(三)、借助燃气热水器行业服务差异化抓住商机	38
(四)、借助燃气热水器行业客户差异化把握商机	38
(五)、借助燃气热水器行业渠道差异来寻求商机	39

申明

中国的燃气热水器业在当前复杂的商业环境下逐步发展，呈现出一个积极整合资源以提高粘连性的耐寒时代。此外，在内部竞争激烈、外部成本压力加大的情况下，燃气热水器业的整合步伐加快，进入了竞争与整合的白热化时期。

本报告主要分为七个部分。同时，本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多的数据中提炼出燃气热水器行业真正有价值的信息，并结合当前燃气热水器行业的环境，从理论、实践、宏观和微观的角度进行研究和分析，其结论和观点力求做到前瞻性和实用性的统一。本报告只可当做行业报告模板参考和学习，不可用于商业用途，也不提供其他商业价值，请自行决定是否购买，特此申明。

一、燃气热水器行业（2023-2028）发展趋势预测

（一）、燃气热水器行业当下面临的机会和挑战

在当今激烈的市场竞争环境下，包括分销商在内的国内燃气热水器企业面临着前所未有的挑战和机遇。

一方面，在燃气热水器行业的竞争下，企业和企业之间展开了肉搏战，价格战已经到了极限，使得燃气热水器行业的许多企业难以继续，而那些拥有大腕和大腰的龙头企业也在将他们的手从市场上移开。另一方面，国内燃气热水器市场的快速增长带来了巨大的市场增长空间。在同样的市场环境下，能够抓住机遇的企业发展迅速，燃气热水器行业的一些企业经不起市场的考验，必然会出现整合或发展困难，经营难以持续。

燃气热水器行业的一些龙头企业的优势在于，他们可以通过减少单店规模来接近社区和客户。另一方面，通过门店之间的连锁关系，扩大企业规模，统一企业形象。通过集中采购，共享技术、管理、客户等各种资源，可以有效降低单分散终端销售的运营成本。所以他们有非常大的发展空间。而产品质量的提高，趋势越来越明确，也带来更多的发展空间。然而，目前，国内模式似乎鲜有赢家。大多数是由燃气热水器行业的供应商建立的松散产品销售联盟，以推广其产品。这些特许连锁组织只能简单地实现形象的统一和部分产品的集中采购。

(二)、燃气热水器行业经营理念快速转变的意义

一个成功的燃气热水器业商业模式，首先要有明确的定位和思路。市场定位必须准确，我们应该冷静地分析自己的优势和劣势、机会和威胁。要有明确的发展思路和成熟的战略战术。在市场成熟之前，我们应该先发制人，迅速改变经营思路，抓住第一个机会。

在燃气热水器行业业务流程的思维转变方面，我们的业务模式应该是灵活的。走特色经营之路，即差异化经营战略。为了保持持续创新，我们应该在业务上与竞争对手形成明显的差异，而这种差异正是客户所需要的。我们应该习惯于学习如何更好地满足最终用户的需求，同时满足网络单元用户的需求。

(三)、整合燃气热水器行业的技术服务

转变经营理念是走燃气热水器业经营之路的前提。然而，只有将概念转化为行动，它才能最具说服力。在这方面，我们需要在技术和服务方面做出更多努力，以迎接燃气热水器行业新时代的到来。在技术和服务方面，首先要建立完善的信息管理体系。包括新产品信息、技术信息、竞争对手信息、客户信息、市场信息等，并对收集到的信息进行及时分析、处理和沟通。

(四)、迅速转变燃气热水器企业的增长动力

燃气热水器企业应当建立完善的内部管理制度和各项工作流程。加强现场管理的重要性，严格执行完整的内部管理制度，是燃气热水器企业发展的基础；健全科学的工作流程是企业正常运营的前提；严格的现场管理是企业工作标准的体现。

有效地从“销售产品”转变为“销售服务”。燃气热水器企业的差异化经营，只能从服务上取得成效。我们应该充分认识到，产品可以创造价值和利润，服务可以创造更高的价值和更大的利润。然而，随着燃气热水器行业的进一步成熟和发展，行业竞争将日趋激烈。经营管理不善，行业利润下降，将淘汰一大批经营者。具有实力、技术、管理和战略眼光的大型燃气热水器企业将在激烈的市场竞争中脱颖而出。

二、燃气热水器行业财务状况分析

(一)、燃气热水器行业近三年财务数据及指标分析表中列出了近三年燃气热水器行业部分龙头企业的主要燃气热水器数据和财务指标：

财务指标	2020 年	2019 年	2018 年
主营业务收入（万元）	79041.6	53671	46827
净利润	2523.4	905.1	1368.3
总资产	27321.6	22885.2	18681.8

除了 2019 年市场下跌和 2020 年疫情影响导致净利润下降外，燃气热水器公司各项指标持续加强，燃气热水器策略和风险防范与化解报告良好。

	财务比率\ 年份	2020- 12-31	2019- 12-31	2018- 12-31	比率分析
一 流动性 比率	流动比率	1.52	2.22	2.53	2020年底燃气热水器行业发生大量短期借款导致存货增加,使清偿流动负债能力受到影响。
	速动比率	1.36	1.58	1.62	
 资产 效率 比率	应收账款 周转率	20.31	16.32	16.18	燃气热水器企业积极控制欠款授信额度,减少赊销,应收账款减少。
	存货周 转率	15.38	13.57	5.28	燃气热水器业销售情况转好,存货的增长应引起注意。
	总资产周 转率	2.31	2.42	2.51	变化不大。长短期燃气热水器和同定资产都有较大增长,与销售额增长基本持平。
盈利 性 比 率	销售毛利 率	7.70%	5.63%	5.50%	各项指标有明显增长,与燃气热水器业态燃气热水器以及市场回稳有较大关系。
	营业利润 率	4.24%	1.79%	3.20%	
	净利润率	3.22%	1.38%	2.21%	
	总资产收益率 ROA	10.00%	3.76%	7.65%	
	权益资本收益 率 ROE	14.55%	4.06%	6.35%	
管理 比 率 债 务	负债比率	41.48%	34.84%	29.35%	负债比率有所上升,因燃气热水器燃气热水器项目融资所致。

	产权比率	81.31%	59.89%	42.59%	
	收入利息 倍数	35.72	25.31	62.34	

(二)、现金流对燃气热水器业的影响

从现金流的角度，我们可以分析燃气热水器行业存在的问题，并对行业内的企业进行财务比较，找出现金流最可持续的企业。

在当前市场经济条件下，企业的现金流量在很大程度上决定着燃气热水器行业的生存和发展能力。即使企业有盈利能力，如果现金流不畅，调度不畅，也会严重影响企业的正常生产经营。偿付能力的削弱将直接影响企业的声誉，最终将对燃气热水器行业的发展和生存产生重大影响。

三、2023-2028 年燃气热水器行业企业市场突围战略分析

(一)、在燃气热水器行业树立“战略突破”理念

市场瞬息万变，科技飞速发展，不少企业跟进新产品的速度也在加快，新的包围圈正在形成。燃气热水器行业的公司必须有“突破，然后突破”的理念。

1、技术部和市场部分别对燃气热水器行业的国内外技术市场和消费市场进行了详细调研，确定了行业发展方向。

2、在论证的基础上，决定突破燃气热水器产业战略：开发符合市场方向的产品，形成自身产品优势（进一步明确技术创新聚焦高端/中/低端市场）。

（二）、确定燃气热水器行业市场定位、产品定位和品牌定位

燃气热水器行业市场定位、产品定位、品牌定位是三大营销定位。任何成功的产品营销都必须有一个适应这个阶段的准确定位，比如王老吉的“怕上火”和农夫山泉的天然水定位是成功营销的第一步，比如书福家的杀菌和阿里巴巴的中小企业交易平台。

1、市场定位

燃气热水器行业市场定位是指竞争对手现有燃气热水器产品在市场上的位置，以及消费者或用户对产品的某些特性、灵活性和核心利益的重视程度。为公司的产品打造与众不同、令人印象深刻、与众不同的个性或形象，并通过一套具体的营销组合将这种形象快速、准确、生动地传递给客户，影响客户对产品的整体感受。

比如可以定位为：城市中等收入以上家庭，有一定经济基础，对新事物接受能力强，追求高品质生活的人群。

2、产品定位

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/148126101117006061>