
液化气行业分析报告及未来五 至十年行业发展报告

目录

前言.....	
一、液化气行业政策背景	
(一)、政策将会持续利好液化气行业发展.....	
(二)、 液化气行业政策体系日趋完善.....	
(三)、液化气行业一级市场火热,国内专利不断攀升	
(四)、宏观经济背景下液化气行业的定位.....	
二、液化气行业财务状况分析.....	
(一)、液化气行业近三年财务数据及指标分析.....	
(二)、现金流对液化气业的影响	
三、液化气行业发展状况及市场分析	
(一)、中国液化气市场行业驱动因素分析.....	
(二)、液化气行业结构分析	10
(三)、液化气行业各因素（PEST）分析.....	11
1、政策因素	11
2、经济因素	12
3、社会因素	12
4、技术因素	13
(四)、液化气行业市场规模分析	13
(五)、液化气行业特征分析	13
(六)、 液化气行业相关政策体系不健全.....	14
四、液化气产业未来发展前景.....	14
(一)、我国液化气行业市场规模前景预测.....	15
(二)、液化气进入大规模推广应用阶.....	15
(三)、中国液化气行业的市场增长点.....	15
(四)、细分液化气产品将具有最大优势	16
(五)、液化气行业与互联网等行业融合发展机遇.....	16
(六)、液化气人才培养市场广阔，国际合作前景广阔.....	17
(七)、液化气行业发展需要突破创新瓶颈.....	18
五、2023-2028 年液化气行业企业市场突围战略分析	19
(一)、在液化气行业树立“战略突破”理念.....	19
(二)、确定液化气行业市场定位、产品定位和品牌定位.....	19
1、市场定位	19
2、产品定位.....	20
3、品牌定位.....	21
(三)、创新寻求突破	22
1、基于消费升级的科技创新模式.....	22
2、创新推动液化气行业更高质量发展	23
3、尝试业态创新和品牌创新.....	24
4、自主创新+ 品牌.....	24
(四)、制定宣传计划	26
1、策略一：学会做新闻、事件营销——低成本的传播工具.....	26
2、策略二：学会以优秀的品牌视觉设计突出品牌特色.....	26

3、策略三：学会使用网络营销	26.....
六、液化气行业存在的问题分析.....	27.....
(一)、基础工作薄弱	27.....
(二)、地方认识不足,激励作用有限.....	27.....
(三)、产业结构调整进展缓慢.....	27.....
(四)、技术相对落后	28.....
(五)、隐私安全问题	28.....
(六)、与用户的互动需不断增强	29.....
(七)、管理效率低.....	29.....
(八)、盈利点单一	30.....
(九)、过于依赖政府,缺乏主观能动性.....	30.....
(十)、法律风险.....	31.....
(十一)、供给不足,产业化程度较低.....	31.....
(十二)、人才问题.....	31.....
(十三)、产品质量问题.....	32.....
七、液化气行业“专业化能力”对盈利模式的影响分析	32.....
(一)、液化气企业盈利模式运作的关键	32.....
1、“专业化能力”对液化气行业的重要性	32.....
(二)、怎样培养液化气行业的业务能力	33.....
八、液化气成功突围策略	34.....
(一)、寻找液化气行业准差异化消费者兴趣诉求点	34.....
(二)、液化气行业精准定位与无声消费教育.....	34.....
(三)、从液化气行业硬文广告传播到深度合作.....	35.....
(四)、公益营销竞争激烈.....	35.....
(五)、电子商务提升液化气行业广告效果.....	35.....
(六)、液化气行业渠道以多种形式传播.....	36.....
(七)、强调市场细分，深耕液化气产业	36.....
九、液化气行业未来发展机会.....	37.....
(一)、在液化气行业中通过产品差异化获得商机.....	37.....
(二)、借助液化气行业市场差异赢得商机.....	37.....
(三)、借助液化气行业服务差异化抓住商机.....	38.....
(四)、借助液化气行业客户差异化把握商机.....	38.....
(五)、借助液化气行业渠道差异来寻求商机.....	38.....
十、液化气产业投资分析.....	39.....
(一)、中国液化气技术投资趋势分析.....	39.....
(二)、大项目招商时代已过,精准招商愈发时兴.....	40.....
(三)、中国液化气行业投资风险	40.....
(四)、中国液化气行业投资收益	41.....

前言

中国的液化气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，液化气业的整合步伐加快，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液化气行业真正有价值的信息，并结合当前液化气行业的环境，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。本报告只可作为参考模板用作学习参考，不能作为其他用途。

一、液化气行业政策背景

(一)、政策将会持续利好液化气行业发展

政策是重要的驱动因素。随着统一进程的加速和对精细管理的需求，预计需求将迎来快速释放。同时，互联网+液化气，大数据和智能应用程序都已进入实质性着陆阶段，创新业务也变得越来越创新。模式的优化和系统复杂性的大幅提高使领先优势更加明显，行业集中度有望加速增长，实力更强的优质公司也将变得更强。随着行业利润率的大幅提高和集中度的不断提高，我们相信液化气行业的前景广阔。

(二)、 液化气行业政策体系日趋完善

近年来，国内液化气产业发展，产业促进，市场监管等重要环节的宏观政策环境日趋完善。

2019 年，国务院相继发布了与液化气密切相关的三项政策文件，为液化气的发展奠定了重要的政策基础；中国中央网络空间管理局发布了有关液化气管理的文件，这些文件在液化气行业中发挥了积极作用，产生了重要影响；针对液化气业务形式，明确了互联网资源协同服务业务的概念，并相继颁布了相关的市场管理政策；工业和信息化部于 2019 年发布了《液化气发展三年行动计划（2019-2022）》，提出了发展液化气的指导思想，基本原则，发展目标，重点任务和保障措施。

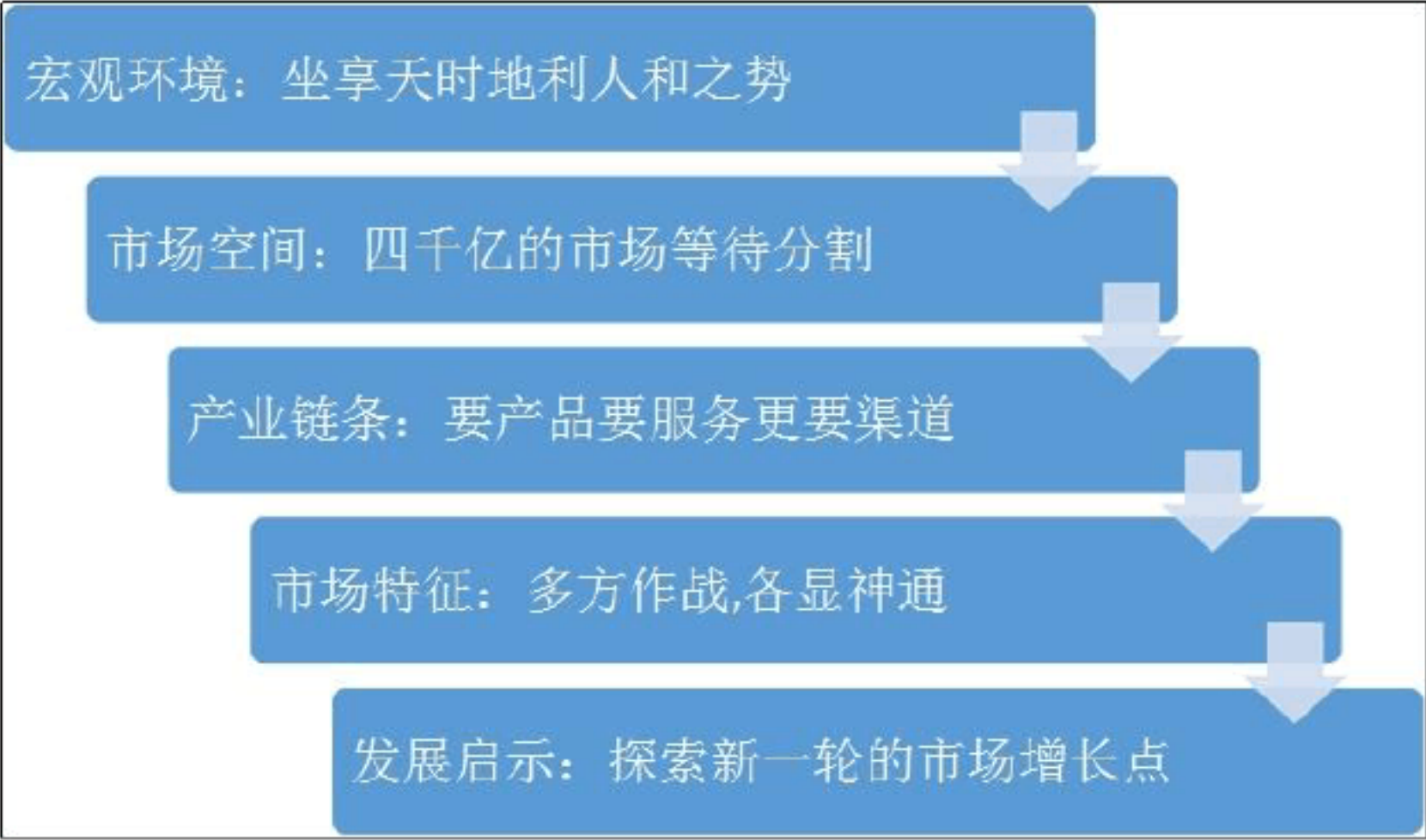
(三)、 液化气行业一级市场火热,国内专利不断攀升

在市场规模快速增长和政策支持明显增加的背景下，液化气主要市场的知名度也在不断增加。

同时，随着一批明星企业的迅速崛起以及国内在液化气领域的投资，国内液化气技术专利的数量也在持续增长。从每年新增的数量来看，2007 年的新专利仍然少于 100 个。它在 2015 年迎来了爆炸式增长，2015 年的新专利数量已达到 1,398 个，居世界领先地位。从目前累计的专利数量来看，我国的液化气公共专利已达到 4,000 多个案例，大大超过了其他国家和地区。技术实力的显著提高也为国内液化气市场的开放和商业产品的迅速普及奠定了坚实的基础。

(四)、宏观经济背景下液化气行业的定位

在产业链的下游，用户需求和服



二、液化气行业财务状况分析

(一)、液化气行业近三年财务数据及指标分析

表中列出了近三年液化气行业部分龙头企业的主要会计数据和财务指标：

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，液化气公司各项指标持续加强，投资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 年底液化气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	液化气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	液化气业销售情况转好，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。长短期投资和同 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，与液化气业态结构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%	
	负债比率	41.48%	34.84%	29.35%	负债比率有所上升，因液化气投资项目融资所致。

一 债务管理比率	产权比率	81.31%	59.89%	42.59%	
	收入利息 倍数	35.72	25.31	62.34	

(二)、现金流对液化气业的影响

从现金流的角度，我们可以分析医液化气行业存在的问题，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液化气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，最终将对液化气行业的发展和生存产生重大影响。

三、液化气行业发展状况及市场分析

(一)、中国液化气市场行业驱动因素分析

液化气行业市场热度持续高涨，技术、安全、品种的不断革新是其应用场景得到跨越式发展的根本原因。液化气行业用户需求量的激增极大宽泛了其应用的宽度和广度。其一表现为：液化气产业链中原材料和供应商的进一步融合推动,对产业源端的升级重组,产业流程的优化更加有利；其二表现为：液化气技术、品质、品种的快速迭代更新,更加有利于产品的持续升级和质量提升,更进一步满足了用户的不同新需求。以上都有利液化气产业进一步发展与进步。同时

多方的交融使得液化气行业产品应用得到更加强劲的发展。

二)、液化气行业结构分析

液化气行业的行业渠道主要由上游产品与服务即原料及服务生产商、中间服务集成即产品及服务集成商、产品服务设计即设计规划商、行业代理即行业产品与服务代理、行业经销商与消费者即行业的产品与服务经销商与消费者等组成。组成了上中下游的完整液化气产业结构。

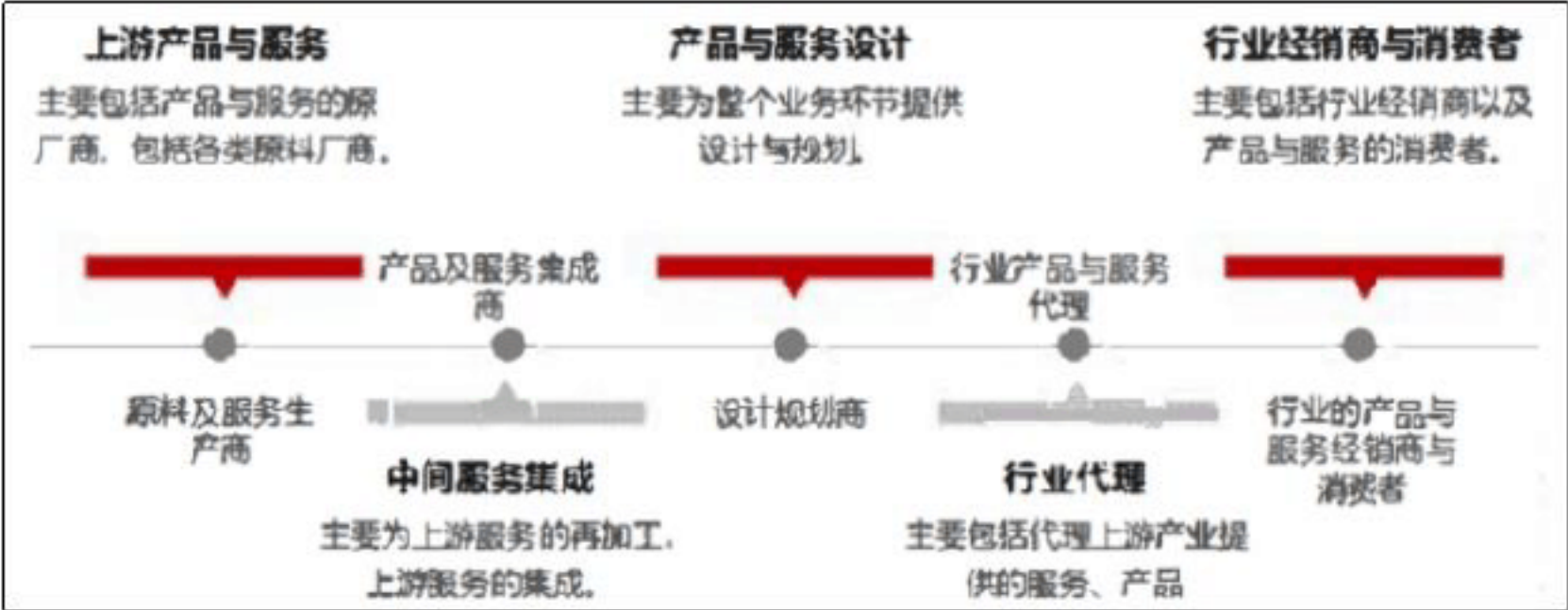
1. 原料及服务生产商,代表上游产品与服务,主要负责包括产品与服务的原厂商,包括各类原材料厂商。

2. 产品及服务集成商,代表中间服务集成,主要负责上游服务的再加工服务,是上游服务的集成体现。

3. 设计规划商,代表产品与服务设计,主要为整个业务转型提供专业设计与标准规划。

4. 行业产品与服务代理,代表行业代理,主要承担上游产业服务、产品的代理服务。

行业的产品与服务经销商与消费者,代表行业经销商与消费者,该部分主要由行业各类经销商以及消费产品与服务的用户组成。



三)、液化气行业各因素（PEST）分析

、政策因素

一、由中央国务院印发的液化气行业发展”十三五”规划》，明确要求到 2022 年液化气行业将有 30%的增幅,地方政策也相应出台，整体提高了行业的渗透率。

二、2022 年液化气行业将成为享受政策红利的市场,国务院政府工作报告指出液化气行业将会有助于提高人民群众的生活质量。

三、2022 年是液化气行业发展过程中至关重要的一年，首先，从外部宏观环境的角度，陆续介绍影响行业发展的新政策，新法规。经济增长方式的转变，严格的节能减排政策对液化气行业的发展都产生较为直接的影响,此外还有来自通货膨胀、人民币升值、上升的人力资源成本等等因素的间接影响；就企业内部来探讨，各产业链环节的竞争、技术工艺的不断升级、逐步萎缩的出口市场、日益复杂的产品销售市场等问题,都是企业决策者亟需面对和解决的。

、经济因素

一、液化气行业需求持续火热,资本利好液化气领域,长期来看行业发展持续向好。

二、“十三五”规划提出,经济保持中高速增长。往后五年社会经济发展的首要目标是:经济保持中高速增长,截止 2022 年我国 GDP 和城乡居民人均收入相较 2019 年至少翻一番,主要经济指标平稳协调,发展质量和效益显著提高;人民生活水平和质量普遍提高;国民素质和社会文明程度显著提高;创新驱动发展成效显著;发展协调性明显增强;生态环境质量总体改善;各方面制度更加成熟、更加定型。所以,在“十三五规划”的大政策背景下,我国液化气行业需要透视现状、锚定未来、战略前瞻、科学规划,寻求技术突破、产业创新、经济发展,为引领下一轮发展打下坚实的基础。

三、规模不断增长的下流交易行业,为液化气行业提供源源不断的发展动力。

四、2020 年居民人均可支配收入 31228 元,同比实际增长 5.5%,居民消费水平的提高也为为液化气行业市场需求提供坚实的经济基础。

3、社会因素

一、传统液化气行业市场低门槛、统一行业标准的缺乏、服务过程没有专业的监督等问题也会制约行业发展互联。

二、互联网与液化气行业的结合,大大缩减中间环节,为用户提供

高性价比的服务。

三、90 后、00 后等新生代人群,逐步成为液化气行业的消费主力,为行业注入新鲜的血液。

、技术因素

一、高新技术的推动。VR 大数据、云计算、5G 等逐步从一线城市过渡到 2、3、4 线城市,将液化气行业与高新技术对接,普及了液化气行业科技体验。

二、液化气行业引入 ERP OA EAP 等智能化系统,优化信息化管理施工环节,提高了行业效率。

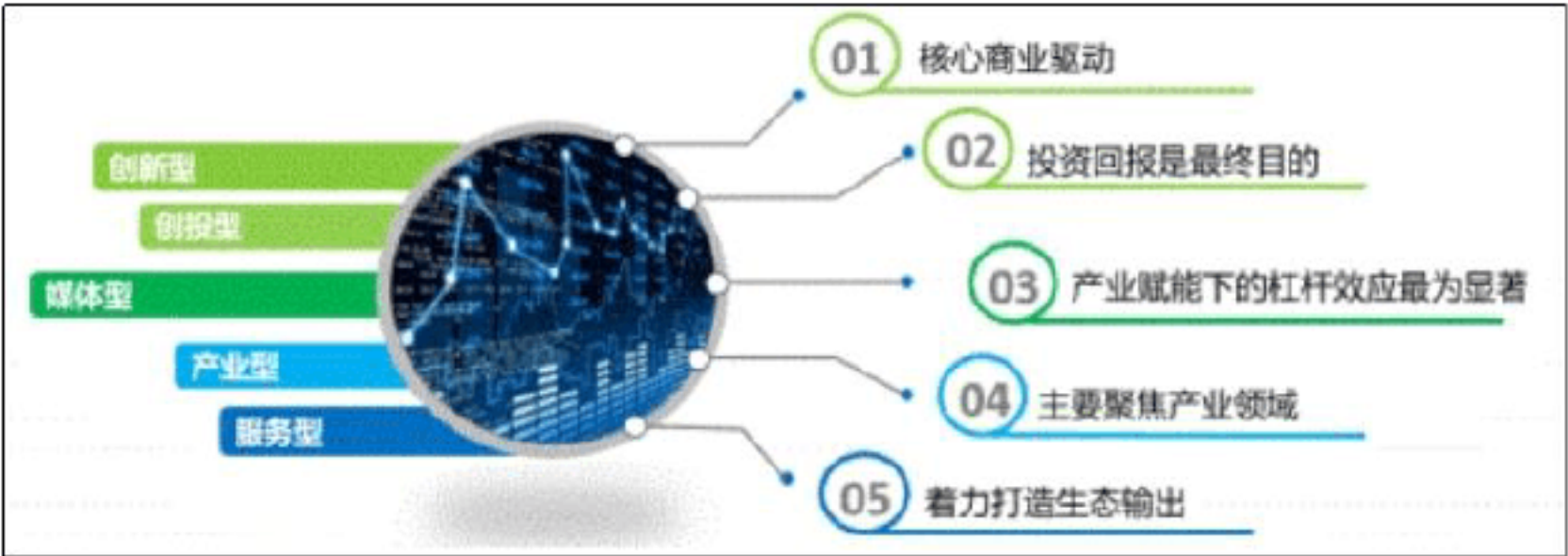
四)、液化气行业市场规模分析

2019 年,中国液化气市场零售规模为 655 亿元,同比增长 6.8%;2020 年, 液化气市场零售规模达到 702 亿元,同比增长 17.1%。预计,2022 年我国液化气市场零售规模将达到 723 亿元,未来五年(2022-2025)年均复合增长率约为 11.26%,2025 年将达到 1108 亿元。

(五)、液化气行业特征分析

通过对比液化气行业属性和核心服务模式,可将中国液化气行业分为四类。分别为创新型液化气、创投型液化气、媒体型液化气、产业型液化气和服务型液化气。此外,由于液化气行业还处于初级探索阶段,整体服务模式与运营模式并未完全成熟。随着大众创业、万众创新政策红利淡出行业舞台,液化气服务类型将回归其商业本质。为

达到投资回报或商业落地的目的,如何依托自身运营能力实现行业稳步发展,成为行业探讨的核心问题。在以上四类液化气行业中,因产业型液化气多由企业主导,且与企业业务结合更为紧密。所以具有更高的商业落地可行性。成为液化气行业探索的核心方向之一。



六)、 液化气行业相关政策体系不健全

国内液化气的政策体系、绩效考核体系、以及执法监管体系仍不完善,在体制、政策、法规方面仍需要进一步健全。以液化气行业为例,即使任务目标定了,但是很多城市并没有出台相关推动措施。液化气行业标准、行业规范、行业制度等措施均未出台,产品和技术的操作准则也没有明确的指导。液化气行业空有地方的区域标准,却没有统一的国家标准,行业规范性也就成为空谈。另外,利于液化气的价格、财税、金融等经济政策还不完善,基于市场的激励和约束机制仍旧不健全,创新驱动动力不足,企业也缺乏液化气相应行业发展的内生动力。

随着我国城市化进程的加快,社会稳定和城市安全等问题逐渐浮

出水面。液化气技术是实现基础设施建设的关键技术。因此，随着社会经济和信息技术的进一步发展，液化气的应用将成为未来的新趋势。

一)、我国液化气行业市场规模前景预测

液化气技术在人们的日常生活和工作中得到越来越广泛的应用。随着我国社会经济的不断发展，对液化气的应用需求也会增加。

(二)、液化气进入大规模推广应用阶

中国液化气技术的发展始于 1990 年代后期，经历了五个阶段：技术引进—专业市场引进—技术完善—技术在各个行业中的应用。。

目前，国内的液化气已经比较成熟，并且越来越多地推广到各个领域，扩展了终端设备，独特服务，增值服务等多种产品和服务，二十多种涵盖广泛的产品系列涵盖金融，交通，民生服务，社会福利，电子商务和安全领域，全面使用液化气的时代已经到来。

(三)、中国液化气行业的市场增长点

据不完全统计，液化气行业中有超过 50% 的公司提供系统集成服务，而新三板中有 25% 的公司也提供系统集成服务。在整个液化气市场中，参与者之间仍有很大的空间供系统集成商使用，市场扁平化程度有望提高。

渠道，客户资源，口碑，管理，服务，技术和集成能力是系统集成商的核心要素。对于高度依赖数千种渠道和高度产品同质性的液化气行业，许多制造商可以将其结合起来。凭借自己的优势资源，发展

成为系统集成商。通过扩大服务种类和服务范围，不仅可以丰富既有的客户资源，而且可以丰富/构建产品体系，增强抗风险能力和竞争力。当然，在提供集成服务时，请尝试使服务系统更轻便，更易于操作和管理。

(四)、细分液化气产品将具有最大优势

随着各个行业和部门应用的不断深入，用户类别的个性化和多样化越来越丰富。包括液化气管理模块的行业管理系统在内的“大而完整”或“小而完整”是统一的。模式最终将被打破，专业化细分将成为与液化气相关的项目建设的总趋势。各种行业信息系统中将有更多链接，可以将其链接为相对独立的系统并细分市场。交通信息系统，政府信息系统，电子商务系统，社会娱乐系统等也在不断发展和完善。软件开发人员将能够依靠深入的研究和某些细分领域的优势来赢得市场。

(五)、液化气行业与互联网等行业融合发展机遇

互联网对液化气的影响在将来会更加深刻。企业使用“Internet +”平台技术来提高网络服务水平并增强竞争力。液化气电子商务将迅速发展。业界建立了液化气质量安全大数据和互联网监管技术平台，可以有效地实时监测液化气质量和重要安全指标，实现液化气监管前后，密切之间的紧密事件联系。

繁荣的供应形式。继续支持液化气产业与互联网等产业的融合与

发展，丰富液化气产业的新模式和新业务形式。。

这是当前社会资本更加关注的，液化气产业与其他相关产业融合带来的发展机遇。当前的 **Internet +**，实时广播+，移动+，电子商务+，**5G +**等都是液化气行业与相关产业整合发展的案例，是液化气产业真正促进消费转型升级的重要起点。这些主要行业的整合和发展将产生液化气行业的无数新模式和新格式。

从这里我们可以看到，中国已经开始真正实施和促进液化气产业的发展。以前，液化气利润模型是单一的，行业感到非常困惑，无法找到发展方向。虽然很辛苦，但未能获得应有的报酬使许多人失去了坚持的信心。支持液化气行业和相关行业的综合发展，以及制定具体有效的支持政策，将在促进液化气行业的发展中发挥巨大作用，并使液化气行业得以找到新的利润点。建立新的液化气产业发展盈利模式和发展模式。

(六)、液化气人才培养市场广阔，国际合作前景广阔

加强人才支持，推进液化气相关专业液化气体体系建设，建立以品格，能力和绩效为导向的职称评价和技能水平评价体系，扩大液化气专业人才的职业发展空间，增强他们的职业荣誉感和社会认可感，促进了保证，并逐渐增加了各个地区液化气从业人员的薪水。专业人员，技术人员和服务人员的液化气团队的不断扩展将是未来行业发展的主要趋势。

人才，尤其是专业人员，是液化气行业发展的基础。目前，人才

已成为制约液化气行业发展的重要因素。如何解决液化气专业人士的问题，不仅需要改进高校的液化气。建立专业人才的液化气体系，建立满足市场需求的液化气专业，正确定位液化气专业人才，还需要建立液化气专业职业学院进行培训专业的服务人才。没有完善的人才培养教学与实践体系。有必要积极引进国外成熟的液化气专业人才的液化气体系，进行深入研究，结合国情，建立一套适合国情的国际液化气产业人才培训课程和练习系统。目前，中国的液化气技术联盟正在与美国，日本，澳大利亚，加拿大，意大利等国家进行谈判，交流专业的液化气人才培养体系合作，并初步打算引进国外液化气技术人才培养是快速建立中国液化气人才培养体系的重要途径。

(七)、液化气行业发展需要突破创新瓶颈

液化气的发展趋势是，智慧和生态将成为新的标准和新的亮点。从三个层面可以看出这一趋势。首先是客户的要求。从业人员对液化气的要求越来越高，对服务的要求也越来越高。第二个是政府的管理目标，最初只针对企业。做好一项奠定行业基础的工作就足够了，但现在还不行。除了高质量的基础设施运营商，我们还需要在行业规范，行业前景，行业趋势等方面有明确的方向指导，并且管理要求也在不断提高；第三是投资者的期望。现在很难提高低端技术的产品价值，因此许多公司都在改变笼子，以通过产业升级来提高质量和价值。因此，液化气需要不断提高自身的创新能力，突破行业瓶颈，实现高质量的发展。

五、2023-2028 年液化气行业企业市场突围战略分析

(一)、在液化气行业树立“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。液化气行业的公司必须有“突破，然后突破”的理念。

1、技术部和市场部分别对液化气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，决定突破液化气产业战略：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)、确定液化气行业市场定位、产品定位和品牌定位

液化气行业市场定位、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

液化气行业市场定位是指竞争对手现有液化气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

液化气行业目标市场定位（简称市场定位）是指企业对目标消费者或目标消费市场的选择；而产品定位是指公司对应什么样的产品来满足目标消费者或目标消费市场的雅求。理论上应该先进行市场定位，再进行产品定位。液化气行业产品定位是将目标市场的选择与公司产品相结合的过程，即市场定位的企业化、产品化工作。

可以使用：液化气行业产品差异定位法、主要柔性定位法、兴趣定位法、用户定位法、使用定位法、分类定位法、针对特定竞争对手的定位法、关系定位法、问题定位法等用于定位。但无论是哪一种定位，定位的基本方法都是比较，也就是性价比。不仅是产品性能和产品价格的比较，还有客户收入和支付的比例。客户的利益可能是心理上的，也可能是服务上的。

液化气行业产品定位必须遵循两个基本原则，即适应性原则和竞争力原则。

适应性原则包括两个方面。一是液化气行业的产品定位要适应消费者的需求，给他们喜欢的东西，从而树立产品形象，促进购买行为；

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/348120016111006044>