

烘干机行业市场突围建议及需求分析报告

目录

序言	4
一、烘干机企业战略选择	4
(一)、烘干机行业 SWOT 分析	4
(二)、烘干机企业战略确定	5
(三)、烘干机行业 PEST 分析	5
1、政策因素	5
2、经济因素	6
3、社会因素	7
4、技术因素	7
二、烘干机企业战略目标	7
三、烘干机行业（2023-2028）发展趋势预测	8
(一)、烘干机行业当下面临的机会和挑战	8
(二)、烘干机行业经营理念快速转变的意义	9
(三)、整合烘干机行业的技术服务	9
(四)、迅速转变烘干机企业的增长动力	9
四、2023-2028 年宏观政策背景下烘干机业发展现状	10
(一)、2022 年烘干机业发展环境分析	10
(二)、国际形势对烘干机业发展的影响分析	11
(三)、烘干机业经济结构分析	12
五、2023-2028 年烘干机企业市场突破具体策略	13
(一)、密切关注竞争对手的策略，提高烘干机产品在行业内的竞争力	13
(二)、使用烘干机行业市场渗透策略，不断开发新客户	14
(三)、实施烘干机行业市场发展战略，不断开拓各类市场创新源	14
(四)、不断提高产品质量，建立覆盖完善的服务体系	14
(五)、实施线上线下融合，深化烘干机行业国内外市场拓展	14
(六)、在市场开发中结合渗透和其他策略	15
六、宏观经济对烘干机行业的影响	15
(一)、烘干机行业线性决策机制分析	16
(二)、烘干机行业竞争与行业壁垒分析	17
(三)、烘干机行业库存管理波动分析	17
七、烘干机行业“专业化能力”对盈利模式的影响分析	18
(一)、烘干机企业盈利模式运作的关键	18
1、“专业化能力”对烘干机行业的重要性	18
(二)、怎样培养烘干机行业的业务能力	19
八、烘干机业突破瓶颈的挑战分析	20
(一)、烘干机业发展特点分析	20
(二)、烘干机业的市场渠道挑战	20
(三)、烘干机业 5-10 年创新发展的挑战点	21
1、烘干机业纵向延伸分析	21
2、烘干机业运营周期的挑战分析	22
九、烘干机成功突围策略	22
(一)、寻找烘干机行业准差异化消费者兴趣诉求点	22

- (二)、烘干机行业精准定位与无声消费教育 22
- (三)、从烘干机行业硬文广告传播到深度合作..... 23
- (四)、公益营销竞争激烈 23
- (五)、电子商务提升烘干机行业广告效果 23
- (六)、烘干机行业渠道以多种形式传播 24
- (七)、强调市场细分，深耕烘干机产业 24
- 十、烘干机行业企业差异化突破战略 25
 - (一)、烘干机行业产品差异化获取“商机” 25
 - (二)、烘干机行业市场分化赢得“商机” 25
 - (三)、以烘干机行业服务差异化“抓住”商机..... 26
 - (四)、用烘干机行业客户差异化“抓住”商机..... 26
 - (五)、以烘干机行业渠道差异化“争取”商机..... 26

序言

依据编者的深度调查分析及专业预测,本次行业报告将从下面九个方面全方位对烘干机行业过去的发展情况进行详细的研究与分析,并将对烘干机行业进行专业的未来发展趋势预测,还将对烘干机行业前景进行展望及提出合理化的建议。依据编者的深度调查分析及专业预测,本次行业报告将从下面九个方面全方位对烘干机行业过去的发展情况进行详细的研究与分析,并将对烘干机行业进行专业的未来发展趋势预测,还将对烘干机行业前景进行展望及提出合理化的建议。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。

一、烘干机企业战略选择

本报告提供了与战略相关的具体措施,仅供内外部环境分析参考。

(一)、烘干机行业 SWOT 分析

SWOT 是通过综合评价分析进而析对象的优势、劣势、机会和威胁得出结论,通过内部资源与外部环境的有机结合,明确确定分析对象的资源优势和资源的一种战略分析方法。不足之处,了解对象面临的机遇和挑战,从战略和战术两个层面调整方法和资源,以确保分析对象的实施,实现所要达到的目标。SWOT 分析法,又称形势分析法,是一种能够客观、准确地分析和研究一个单位实际情况的方法。SWOT 代表: trengths(优势)、weaknesses(劣势)、opportunities(机遇)、

threats（威胁）。

可选战略	优势、劣势	优势（S） 1. 机械化技术 2. 资金雄厚 3. 内部团队管理 4. 生产管理能力	劣势（W） 1. 人工成本提高 2. 员工储备人数少 3. 客户单一 4. 产品单一
	机遇、威胁		
机会（O） 1. 国内经济环境 2. 国内消费趋势 3. 国内市场需求增加 4. 品牌销售网络	SO 战略 抓住机遇，发挥优势	WO 战略 抓住机遇，缩小劣势	
	充分发挥生产管理、资金优势，抓住国内市场需求增加的机遇，通过优质的产品品质、个性化的产品设计，扩大建立自主品牌影响力，扩大市场规模。	抓住国内市场需求增加的机遇，利用多种类型的销售策略，通过提高生产组装机械化程度，降低人工总成本，进行个性化产品设计，扩充产品线，增加销售渠道。	
威胁（T） 1. 供货成本提高 2. 利润空间缩减 3. 供货商转化能力强 4. 替代产品出现	ST 战略 发挥优势，应对威胁	WT 战略 缩小劣势，应对威胁	
	充分发挥生产管理、资金优势，加强财务管理，增加市场份额，开发新的产品线，开拓新市场，避免单一产品经营的风险。	巩固目前的销售渠道，开发新产品，寻找新的市场机会。	

(二)、烘干机企业战略确定

根据 SWOT 分析结果，公司应采取 so 战略，即成长战略。

(三)、烘干机行业 PEST 分析

1、政策因素

(1) 中央印发的烘干机产业发展“十三五”规划明确要求，到 2020 年，烘干机产业增长 30%，各地出台政策，提高行业渗透率。

(2) 2020 年，烘干机行业将成为政策红利市场。国务院政府报告

指出，烘干机产业将有助于提高生活质量。。

2020 年是烘干机行业发展非常关键的一年。首先，从外部宏观环境来看，影响行业发展的新政策、新法规将陆续出台。经济增长方式的转变和严格的节能减排对烘干机产业的发展产生了深远的影响。此外，还有通胀、人民币升值、人力资源成本上升等因素。从公司内部来看，产业链各环节的竞争、技术升级、出口市场逐渐萎缩、产品销售市场日益复杂等问题，都是企业决策者必须面对和急需解决的问题。

2、经济因素

(1)烘干机行业需求持续火热，烘干机领域资金利好，行业长期发展。

(2)“十三五”规划纲要提出，经济保持中高速增长。未来五年经济社会发展的主要目标是：经济保持中高速增长，到 2020 年国内生产总值和城乡居民人均收入比 2019 年翻一番，主要经济体各项指标均衡协调，发展质量和效益显着提高；创新驱动发展成效显著；发展协调能力明显增强；人民生活水平和质量普遍提高；国民素质和社会文明显着提高；生态环境总体质量有所改善；各种系统都变得更加成熟，更加千篇一律。那么，在“十三五”背景下，我国烘干机产业如何看现状、定未来、战略前瞻、科学规划、谋求技术突破、产业创新、经济发展，为引领下一轮发展奠定坚实基础。

(3)下游行业交易规模增长，为烘干机行业提供新的发展动力。

2019 年居民人均可支配收入 28228 元，同比实际增长 6.5%。居

民消费水平的提高为烘干机行业的市场需求提供了经济基础。

3、社会因素

(1)传统烘干机行业存在市场门槛低、缺乏统一的行业标准服务流程和专业监管等问题，影响行业发展。互联网与烘干机相结合，减少中间环节，为用户提供高性价比的服务。

90 后、00 后等人群逐渐成为烘干机行业的主要消费群体。

4、技术因素

(1)技术赋能 VR、大数据、云计算、烘干机、5G 等从一线城市逐步向二、三、四线城市过渡，实现烘干机的普及» 行业技术经验。。

(2)烘干机行业引入 ERP、OA、EAP 等系统，优化信息化管理和建设环节，提高行业效率。

二、烘干机企业战略目标

烘干机公司计划在未来 5 年内继续拓展国内市场，在国内市场打造自有烘干机品牌，进行自主销售，通过进军大型商场、开设线下门店等方式扩大经营。未来计划在所有直辖市开设烘干机直销店、店铺。

三、烘干机行业（2023-2028）发展趋势预测

（一）、烘干机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烘干机企业面临着前所未有的挑战和机遇。

一方面，在烘干机行业的竞争下，企业和企业之间展开了肉搏战，价格战已经到了极限，使得烘干机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，国内烘干机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，烘干机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。

烘干机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。大多数是由烘干机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)、烘干机行业经营理念快速转变的意义

一个成功的烘干机业商业模式，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。

在烘干机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)、整合烘干机行业的技术服务

转变经营理念是走烘干机业经营之路的前提。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，以迎接烘干机行业新时代的到来。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)、迅速转变烘干机企业的增长动力

烘干机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，是烘干机企业发

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”。烘干机企业的差异化经营，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，随着烘干机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烘干机企业将在激烈的市场竞争中脱颖而出。

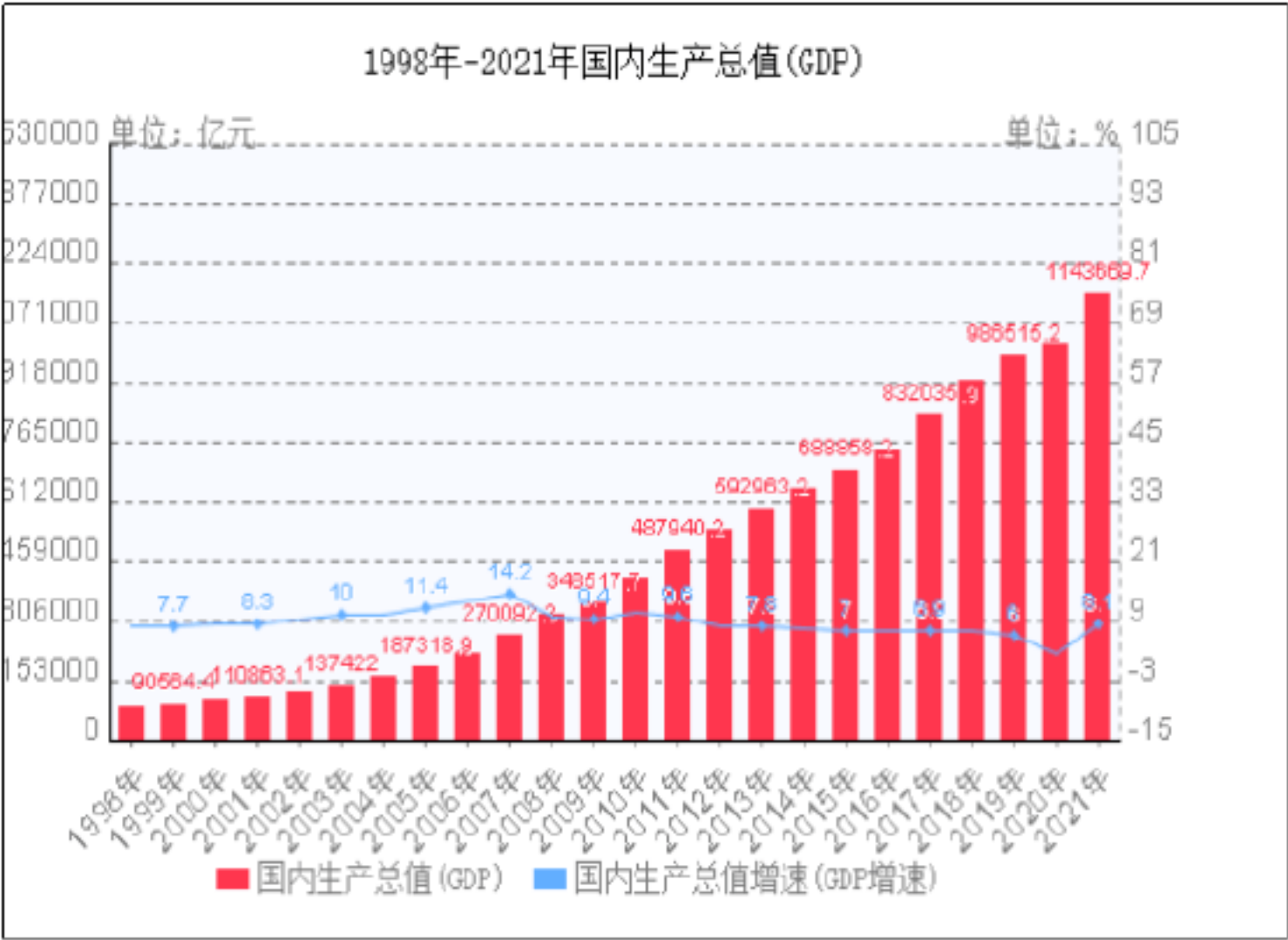
四、2023-2028 年宏观政策背景下烘干机业发展现状

(一)、2022 年烘干机业发展环境分析

烘干机业的环境不断改善，新的市场主体不断涌现。据国家统计局统计，中国国内生产总值（GDP）比上年增长 8.1%，两年平均增长 5.1%，居世界主要经济体之首。

经济规模超过 110 万亿元，达到 114.4 万亿元，居世界第二大经济体，人均 GDP 突破 8 万元。2021，中国人均 GDP 将达到 80976 元，按年均汇率计算将达到 12551 美元，超过世界人均 GDP 水平。在此期间，烘干机业稳步发展并保持增长。2021，新的税费减免项目和北京证券交易所的推出，也为烘干机行业的相关企业开辟了一个新的天地，供直接融资。在疫情的影响下，发展不平衡和不足的问题日益突出。

中国积极扩大内需战略，大力推进供给侧结构性改革，烘干机业结构调整和转型升级取得新进展。全国居民恩格尔系数为 29.8%，比上年下降 0.4 个百分点。内需对企业增长的贡献占主导地位，消费结构持续升级，烘干机业需求结构持续改善。



(二)、国际形势对烘干机业发展的影响分析

俄乌冲突后，全球大宗商品价格全面上涨，油价近八年来首次突破 100 美元，间接导致烘干机业运营成本上升。随着油价上涨，全球高通胀压力也在迅速上升。未来几年，烘干机业产业链上的上下游企业将面临更大的压力。同时，受疫情影响，世界经济复苏艰难，全球生产和供应周期不畅，全球烘干机业也在积极推进新发展思路的建设。虽然从总体上看，国内发展面临着需求萎缩、供给冲击和预期减弱的压力，但长期以来烘干机业的基本面没有改变，发展韧性好、潜力充

足、空间大的特点没有改变。



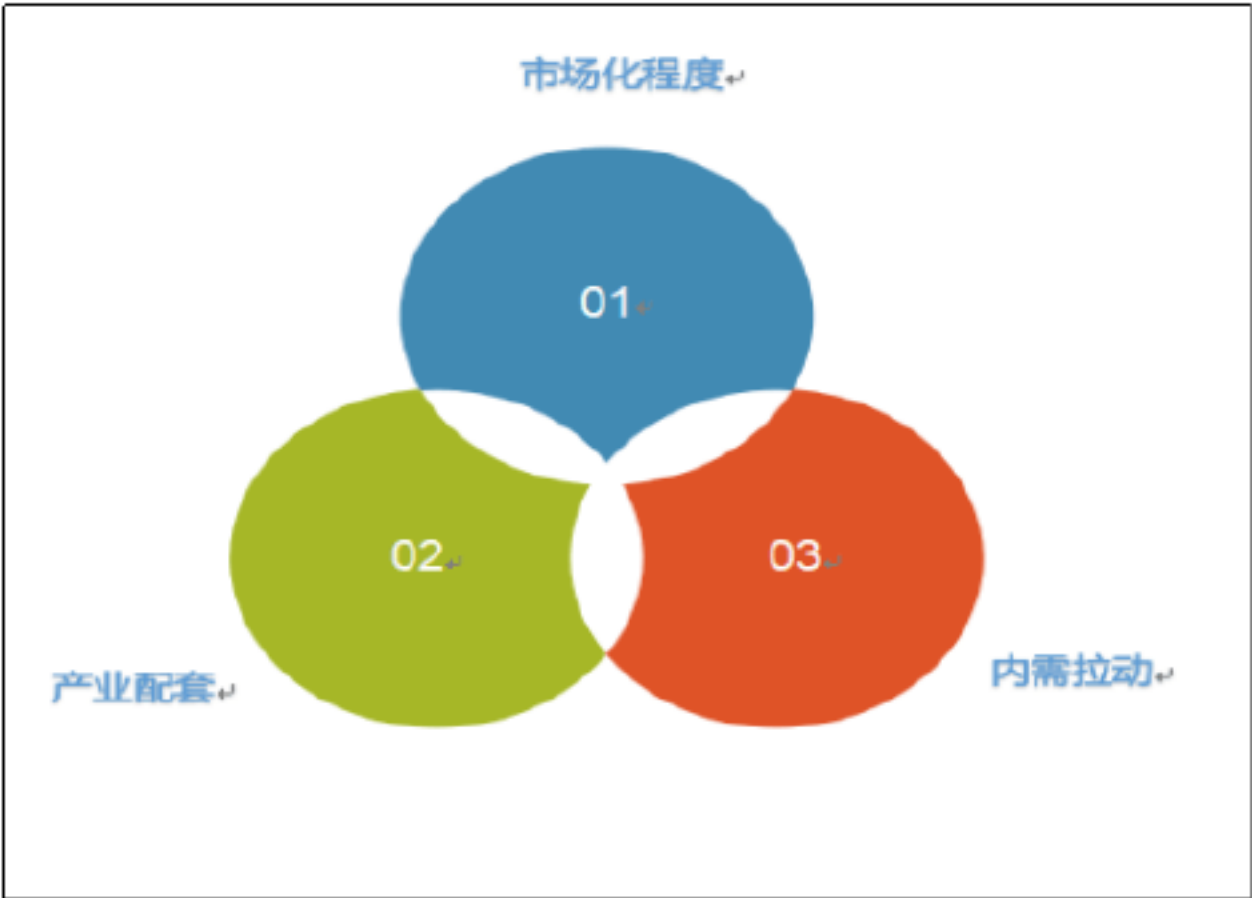
(三)、烘干机业经济结构分析

一是烘干机业市场化程度逐步提高。从上游供应到市场部署；企业往往通过资本市场实现兼并、破产和重组；产业布局呈现资源（资金、技术、人才）向东南演进、集中、转移的趋势，烘干机行业协会的作用逐渐显现优势。

二是大力支持烘干机业。从产业结构来看，我国的烘干机业有许多子产业，产业链体系相对完整；从产业布局看，大企业集中在重点城市，中小企业集中在县、镇、乡，形成产业集群，基本形成相互协调、相互支持的格局。

第三，内需是主要驱动力。随着国民经济的快速增长和居民可支

配收入的提高，国内对烘干机业的消费需求仍有很大的增长空间，这将继续是该行业发展的主要动力。



五、2023-2028 年烘干机企业市场突破具体策略

(一)、密切关注竞争对手的策略，提高烘干机产品在行业内的竞争力

迈克尔·波特指出，“竞争优势是公司在竞争激烈的市场中行为收益的核心”。一个企业在激烈的市场竞争中能否获得比竞争对手更有利的竞争优势，是企业生存和发展的关键。目前，企业可以围绕第一战略，尽快提高烘干机行业产品的竞争力，尽量缩小与烘干机行业产品、质量、服务、营销策略等方面的差距，努力做到实现战术自我创新。

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/415024302043012034>