

空间制冷设备行业市场突围建议及需求分析报告

目录

序言	4
一、空间制冷设备行业发展状况及市场分析	4
(一)、中国空间制冷设备市场行业驱动因素分析	4
(二)、空间制冷设备行业结构分析	5
(三)、空间制冷设备行业各因素 (PEST) 分析	6
1、政策因素	6
2、经济因素	7
3、社会因素	7
4、技术因素	8
(四)、空间制冷设备行业市场规模分析	8
(五)、空间制冷设备行业特征分析	8
(六)、空间制冷设备行业相关政策体系不健全	9
二、空间制冷设备业发展模式分析	10
(一)、空间制冷设备地域有明显差异	10
三、空间制冷设备企业战略目标	10
四、空间制冷设备产业未来发展前景	11
(一)、我国空间制冷设备行业市场规模前景预测	11
(二)、空间制冷设备进入大规模推广应用阶	11
(三)、中国空间制冷设备行业的市场增长点	11
(四)、细分空间制冷设备产品将具有最大优势	12
(五)、空间制冷设备行业与互联网等行业融合发展机遇	13
(六)、空间制冷设备人才培养市场广阔，国际合作前景广阔	14
(七)、空间制冷设备行业发展需要突破创新瓶颈	15
五、2023-2028年空间制冷设备产业发展战略分析	15
(一)、树立空间制冷设备行业“战略突围”理念	15
(二)、确定空间制冷设备行业市场定位，产品定位和品牌定位	16
1、市场定位	16
2、产品定位	16
3、品牌定位	18
(三)、创新力求突破	19
1、基于消费升级的技术创新模型	19
2、创新促进空间制冷设备行业更品质的发展	20
3、尝试格式创新和品牌创新	21
4、自主创新+品牌	21
(四)、制定宣传方案	23
1、学会制造新闻,事件行销——低成本传播利器	23
2、学习通过出色的品牌视觉设计突出品牌特征	23
3、学会利用互联网营销	23
六、空间制冷设备行业存在的问题分析	24
(一)、基础工作薄弱	24
(二)、地方认识不足,激励作用有限	24
(三)、产业结构调整进展缓慢	24

(四)、技术相对落后.....	25
(五)、隐私安全问题.....	25
(六)、与用户的互动需不断增强.....	26
(七)、管理效率低.....	26
(八)、盈利点单一.....	27
(九)、过于依赖政府,缺乏主观能动性.....	28
(十)、法律风险.....	28
(十一)、供给不足,产业化程度较低.....	28
(十二)、人才问题.....	28
(十三)、产品质量问题.....	29
七、空间制冷设备企业战略实施要点.....	29
(一)、打造自主品牌.....	29
(二)、重塑企业价值链.....	30
1、规范研发设计流程.....	30
2、优化生产制造.....	30
(三)、重视市场营销.....	31
(四)、整合线上线下平台.....	33
(五)、宏观环境下空间制冷设备行业的定位.....	33
(六)、空间制冷设备行业发展趋势.....	33
八、空间制冷设备行业多元化趋势.....	34
(一)、宏观机制升级.....	34
(二)、服务模式多元化.....	34
(三)、新的价格战将不可避免.....	35
(四)、社会化特征增强.....	35
(五)、信息化实施力度加大.....	35
(六)、生态化建设进一步开放.....	36
1、内生发展闭环,对外输出价值.....	36
2、开放平台,共建生态.....	36
(七)、呈现集群化分布.....	36
(八)、各信息化厂商推动空间制冷设备发展.....	37
(九)、政府采购政策加码.....	38
(十)、个性化定制受宠.....	38
(十一)、品牌不断强化.....	38
(十二)、互联网已经成为标配“风生水起”.....	39
(十三)、一体式服务为发展趋势.....	39
(十四)、政策手段的奖惩力度加大.....	39
九、空间制冷设备行业企业差异化突破战略.....	40
(一)、空间制冷设备行业产品差异化获取“商机”.....	40
(二)、空间制冷设备行业市场分化赢得“商机”.....	41
(三)、以空间制冷设备行业服务差异化“抓住”商机.....	41
(四)、用空间制冷设备行业客户差异化“抓住”商机.....	41
(五)、以空间制冷设备行业渠道差异化“争取”商机.....	42
十、空间制冷设备行业未来发展机会.....	42
(一)、在空间制冷设备行业中通过产品差异化获得商机.....	42

(二)、借助空间制冷设备行业市场差异赢得商机	43
(三)、借助空间制冷设备行业服务差异化抓住商机	43
(四)、借助空间制冷设备行业客户差异化把握商机	44
(五)、借助空间制冷设备行业渠道差异来寻求商机	44

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空间制冷设备行业过去的发展情况进行详细的研究与分析,并将对空间制冷设备行业进行专业的未来发展趋势预测,还将对空间制冷设备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空间制冷设备行业过去的发展情况进行详细的研究与分析,并将对空间制冷设备行业进行专业的未来发展趋势预测,还将对空间制冷设备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,也不提供其他商业价值,请自行决定是否购买,特此申明。

一、空间制冷设备行业发展状况及市场分析

(一)、中国空间制冷设备市场行业驱动因素分析

空间制冷设备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。空间制冷设备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:空间制冷设备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:

空间制冷设备技术、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。以上都有利空间制冷设备产业进一步发展与进步。同时多方的交融使得空间制冷设备行业产品应用得到更加强劲的发展。

(二)、空间制冷设备行业结构分析

空间制冷设备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空间制冷设备产业结构。

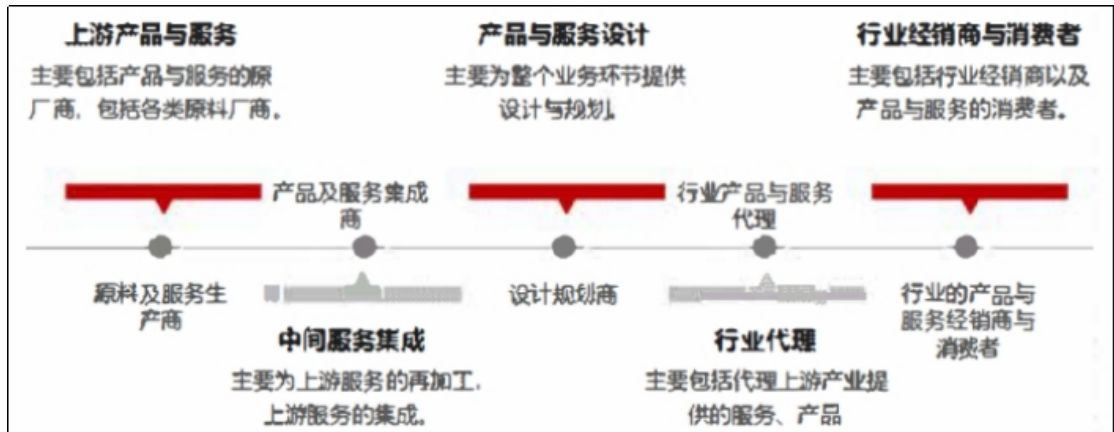
1. 原料及服务生产商,代表上游产品与服务,主要负责包括产品与服务的原厂商,包括各类原材料厂商。

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)、空间制冷设备行业各因素 (PEST) 分析

1、政策因素

一、随着国家经济的稳定向好, 国家对于空间制冷设备行业也会越来越倾斜, 根据相关数据预计空间制冷设备行业将有 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 年空间制冷设备行业将成为享受政策红利的市场, 有研究报告指出空间制冷设备行业将会有助于提高人民群众的生活质量。

三、2022 年是空间制冷设备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空间制冷设备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。

2、经济因素

一、空间制冷设备行业需求持续火热,资本利好空间制冷设备领域,长期来看行业发展持续向好。

二、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,在优良的大政策背景下,我国空间制冷设备行业需要透视现状、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、规模不断增长的下游交易行业,为空间制冷设备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空间制冷设备行业市场需求提供坚实的经济基础。

3、社会因素

一、传统空间制冷设备行业市场低门槛、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、互联网与空间制冷设备行业的结合,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,逐步成为空间制冷设备行业的消费主力,为行业注入新鲜的血液。

4、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,将空间制冷设备行业与高新技术对接,普及了空间制冷设备行业科技体验。

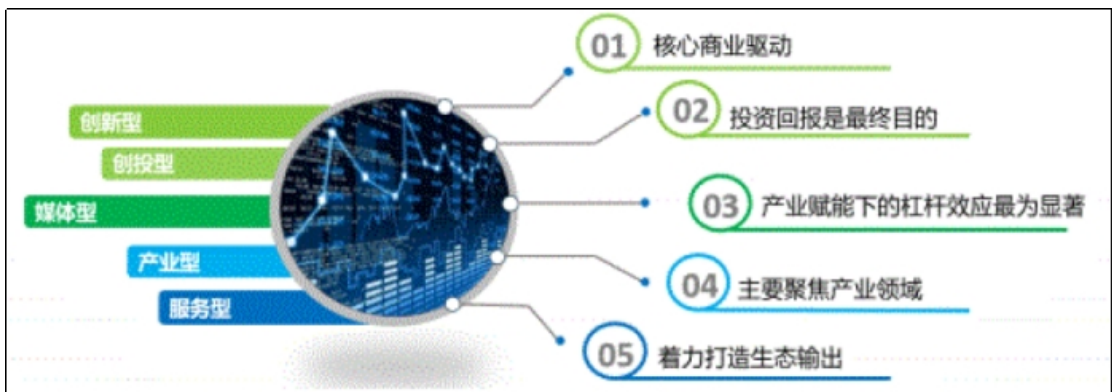
二、空间制冷设备行业引入ERP、OA、EAP等智能化系统,优化信息化管理施工环节,提高了行业效率。

(四)、空间制冷设备行业市场规模分析

2019年,中国空间制冷设备市场零售规模为655亿元,同比增长6.8%;2020年,空间制冷设备市场零售规模达到702亿元,同比增长17.1%。预计,2022年我国空间制冷设备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)、空间制冷设备行业特征分析

通过对比空间制冷设备行业属性和核心服务模式,可将中国空间制冷设备行业分为四类。分别为创新型空间制冷设备、创投型空间制冷设备、媒体型空间制冷设备、产业型空间制冷设备和服务型空间制冷设备。此外,由于空间制冷设备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,空间制冷设备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。在以上四类空间制冷设备行业中,因产业型空间制冷设备多由企业主导,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。成为空间制冷设备行业探索的核心方向之一。



(六)、空间制冷设备行业相关政策体系不健全

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/437003121000006065>