汽车空调行业市场突围建议及需求分析报告

目录

序言 3
一、2023-2028 年汽车空调业市场运行趋势及存在问题分析 3
(一)、2023-2028 年汽车空调业市场运行动态分析 3
(二)、现阶段汽车空调业存在的问题 4
(三)、现阶段汽车空调业存在的问题 4
(四)、规范汽车空调业的发展 6
二、汽车空调行业政策环境 6
(一)、政策持续利好汽车空调行业发展 6
(二)、汽车空调行业政策体系日趋完善 7
(三)、一级市场火热,国内专利不断攀升 7
(四)、宏观环境下汽车空调行业定位 8
(五)、“十三五”期间汽车空调业绩显著 8
三、汽车空调产业未来发展前景 9
(一)、我国汽车空调行业市场规模前景预测 9
(二)、汽车空调进入大规模推广应用阶 9
(三)、中国汽车空调行业的市场增长点 10
(四)、细分汽车空调产品将具有最大优势 10
(五)、汽车空调行业与互联网等行业融合发展机遇 11
(六)、汽车空调人才培养市场广阔，国际合作前景广阔 12
(七)、汽车空调行业发展需要突破创新瓶颈 13
四、2023-2028 年汽车空调企业市场突破具体策略 13
(一)、密切关注竞争对手的策略，提高汽车空调产品在行业内的竞争力 13
(二)、使用汽车空调行业市场渗透策略，不断开发新客户 14
(三)、实施汽车空调行业市场发展战略，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，深化汽车空调行业国内外市场拓展 15
(六)、在市场开发中结合渗透和其他策略 15
五、汽车空调行业（2023-2028）发展趋势预测 16
(一)、汽车空调行业当下面临的机会和挑战 16
(二)、汽车空调行业经营理念快速转变的意义 17
(三)、整合汽车空调行业的技术服务 17
(四)、迅速转变汽车空调企业的增长动力 17
六、汽车空调产业发展前景 18
(一)、中国汽车空调行业市场规模前景预估 18
(二)、 汽车空调进入大面积推广应用阶段 18
(三)、中国汽车空调行业市场增长点 19
(四)、 汽车空调行业细分化产品将会最具优势 19
(五)、汽车空调产业与互联网相关产业融合发展机遇 20
(六)、汽车空调国际合作前景广阔、人才培养市场大 21
(七)、巨头合纵连横,行业集中趋势将更加显著 22
(八)、建设上升空间较大,需不断注入活力 22
(九)、汽车空调行业发展需突破创新瓶颈 23

七、关于“十四五”汽车空调业发展战略规划的建议.....23
(一)、汽车空调业“十四五”战略规划简介.....23
1、汽车空调业的社会化.....24
2、大规模的汽车空调业.....24
(二)、“十四五”期间汽车空调业的市场应用方向.....24
(三)、十四五”期间汽车空调业的发展重点.....25
八、汽车空调行业多元化趋势.....26
(一)、宏观机制升级.....26
(二)、服务模式多元化.....26
(三)、新的价格战将不可避免.....26
(四)、社会化特征增强.....27
(五)、信息化实施力度加大.....27
(六)、生态化建设进一步开放.....27
1、内生发展闭环,对外输出价值.....27
2、开放平台,共建生态.....28
(七)、呈现集群化分布.....28
(八)、各信息化厂商推动汽车空调发展.....29
(九)、政府采购政策加码.....29
(十)、个性化定制受宠.....29
(十一)、品牌不断强化.....30
(十二)、互联网已经成为标配“风生水起“.....30
(十三)、一体式服务为发展趋势.....30
(十四)、政策手段的奖惩力度加大.....31
九、未来汽车空调企业发展的战略保障措施.....31
(一)、根据公司发展阶段及时调整组织结构.....32
(二)、加强人才培养和引进.....32
1、制定总体人才引进计划.....33
2、渠道人才引进.....33
3、内部员工竞聘.....33
(三)、加速信息化建设步伐.....34

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汽车空调行业过去的发展情况进行详细的研究与分析,并将对汽车空调行业进行专业的未来发展趋势预测,还将对汽车空调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汽车空调行业过去的发展情况进行详细的研究与分析,并将对汽车空调行业进行专业的未来发展趋势预测,还将对汽车空调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、2023-2028年汽车空调业市场运行趋势及存在问题分析

(一)、2023-2028年汽车空调业市场运行动态分析

目前，随着国家相关市场调控措施的不断实施，市场上买卖双方的短期价格通胀预期都有所降低，但后期汽车空调行业的价格市场下跌空间相对有限。从调控意图来看，为了抑制通胀预期，国家经常出台稳定物价的措施，调控效果逐渐显现。国家监管的目的是通过稳定汽车空调业的市场情绪来控制价格上涨的速度。在调控方面，为了稳定 CPI，抑制相关企业的积极性，特别需要防止抑制汽车空调业的市场价格。国家实施的调控措施对抑制汽车空调行业相关企业过度投机起到了明显的作用。从市场供求角度来看，中国议会在后期加大了汽车空调业的政策优势。结合市场需求，也可以基本确定后期对汽车空调业市场的乐观预期，相信后期市场消费会增加。

(二)、现阶段汽车空调业存在的问题

目前，我国汽车空调行业缺乏行业引导，导致规划重复、总体布局不合理等重大问题，整个行业利润率较低。2009 年，汽车空调业的利润率约为 3%。资源整合将是未来汽车空调业发展的主要特征。国内汽车空调行业普遍存在“小、散、乱”的问题。规模以上企业在全国汽车空调行业中的市场份额不足 10%，产业集中度较低。这主要是因为汽车空调业的进入门槛不高，区域性很强。

(三)、现阶段汽车空调业存在的问题

近年来，虽然国内汽车空调行业发展势头稳定，企业规模不断扩大，但汽车空调行业企业间同质竞争现象严重，产品结构单一，产品

附加值仍有较大的发展空间。值得注意的是，随着越来越多的外部资本进入国内市场，汽车空调行业的竞争压力日益激烈，国内许多中小企业抗风险能力较弱。如今，虽然汽车空调业创造的一些产品已经成功进入市场，但随着信息技术产业的兴起和普及，客户对汽车空调业的认知正在逐步发生翻天覆地的变化。汽车空调业的产业化将成为未来行业发展的必然趋势。

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/558036035000006057