
汽轮机行业分析报告及未来五 至十年行业发展报告

目录

申明.....	
一、汽轮机企业战略目标	
二、2023-2028 年汽轮机企业市场突破具体策略.....	
(一)、密切关注竞争对手的策略，提高汽轮机产品在行业内的竞争力.....	
(二)、使用汽轮机行业市场渗透策略，不断开发新客户.....	
(三)、实施汽轮机行业市场发展战略，不断开拓各类市场创新源.....	
(四)、不断提高产品质量，建立覆盖完善的服务体系.....	
(五)、实施线上线下融合，深化汽轮机行业国内外市场拓展.....	
(六)、在市场开发中结合渗透和其他策略.....	
三、汽轮机业发展模式分析.....	
(一)、汽轮机地域有明显差异.....	
四、汽轮机行业发展状况及市场分析	
(一)、中国汽轮机市场行业驱动因素分析.....	
(二)、汽轮机行业结构分析	
(三)、汽轮机行业各因素（PEST）分析.....	
1、政策因素.....	
2、经济因素.....	10
3、社会因素.....	11
4、技术因素.....	11
(四)、汽轮机行业市场规模分析	11
(五)、汽轮机行业特征分析	12
(六)、汽轮机行业相关政策体系不健全.....	12
五、汽轮机企业战略选择	13
(一)、汽轮机行业 SWOT 分析.....	13
(二)、汽轮机企业战略确定	14
(三)、汽轮机行业 PEST 分析.....	14
1、政策因素.....	14
2、经济因素.....	15
3、社会因素.....	16
4、技术因素.....	16
六、汽轮机业的外部环境及发展趋势分析.....	16
(一)、国际政治经济发展对汽轮机业的影响.....	16
(二)、国内政治经济发展对汽轮机业的影响.....	17
(三)、国内突出经济问题对汽轮机业的影响.....	17
七、汽轮机企业战略实施要点.....	18
(一)、打造自主品牌	18
(二)、重塑企业价值链.....	18
1、规范研发设计流程.....	18
2、优化生产制造.....	19
(三)、重视市场营销	19
(四)、整合线上线下平台.....	21
(五)、宏观环境下汽轮机行业的定位.....	21

(六)、汽轮机行业发展趋势	22.....
八、汽轮机成功突围策略	23.....
(一)、寻找汽轮机行业准差异化消费者兴趣诉求点	23.....
(二)、汽轮机行业精准定位与无声消费教育.....	23.....
(三)、从汽轮机行业硬文广告传播到深度合作.....	23.....
(四)、公益营销竞争激烈.....	24.....
(五)、电子商务提升汽轮机行业广告效果.....	24.....
(六)、汽轮机行业渠道以多种形式传播.....	24.....
(七)、强调市场细分，深耕汽轮机产业	25.....
九、汽轮机行业企业差异化突破战略	25.....
(一)、汽轮机行业产品差异化获取“商机”.....	25.....
(二)、汽轮机行业市场分化赢得“商机”.....	26.....
(三)、以汽轮机行业服务差异化“抓住”商机.....	26.....
(四)、用汽轮机行业客户差异化“抓住”商机.....	27.....
(五)、以汽轮机行业渠道差异化“争取”商机.....	27.....

申明

中国的汽轮机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，汽轮机业的整合步伐加快，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汽轮机行业真正有价值的信息，并结合当前汽轮机行业的环境，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，不能那个作为其他用途。

一、汽轮机企业战略目标

汽轮机公司计划在未来 5 年内继续拓展国内市场，在国内市场打造自有汽轮机品牌，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汽轮机直销店、店铺。

二、2023-2028 年汽轮机企业市场突破具体策略

(一)、密切关注竞争对手的策略，提高汽轮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，尽快提高汽轮机行业产品的竞争力，尽量缩小与汽轮机行业产品、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。

(二)、使用汽轮机行业市场渗透策略，不断开发新客户

对于成功开发的汽轮机行业产品，我们将不断提高产品质量，降低产品成本，提高服务质量，采取灵活的定价策略来增加竞争力，从而扩大产品在现有市场的销售，鼓励现有客户购买更多公司产品，同时也吸引竞争对手的客户购买本公司产品，或刺激未使用本公司产品的客户加入购买者行列。

(三)、实施汽轮机行业市场发展战略，不断开拓各类市场创新源

企业要密切关注汽轮机行业市场的消费需求趋势，进行市场开拓，

不断开拓各种市场创新源。

(四)、不断提高产品质量，建立覆盖完善的服务体系

树立用户至上观，即从汽轮机行业产品的研发、生产、销售环节，尽可能将可预见的用户“不满意”因素从产品周期中剔除。同时，通过服务延伸，完善产品质量跟踪、反馈、调整体系。只有将汽轮机行业营销策略延伸到影响客户的价值链，客户才能获得更多利益，也可以增加产品的吸引力和客户忠诚度。

(五)、实施线上线下融合，深化汽轮机行业国内外市场拓展

电子商务市场具有全球化、交易连续性、成本低、资源集约化、信息化和用户量化等优势。不仅可以帮助企业快速的调整发展决策和指导生产计划，还可以帮助传统制造充分挖掘线上线下可用资源，快速接收用户反馈信息，为客户提供快速的产品开发和迭代服务，响应市场需求，保持竞争优势。因此，建议汽轮机行业企业在经营管理中大力实施电子商务战略，实施线上线下融合，深度拓展国内外市场。

(六)、在市场开发中结合渗透和其他策略

渗透战略是安索夫矩阵针对原始市场和原始产品提出的战略措施。也是产品生命周期中成熟市场的营销策略。汽轮机公司在现有市场规模较大，具有较强的竞争潜力；同时，产品需求的价格弹性比较大，可以降低价格来增加需求；批量生产可以进一步降低生产成本。渗透战略的有效实施，可以让汽轮机企业占据较大的市场份额，增加

销售额以获得企业利润，更容易获得销售渠道成员的支持。同时，低廉的价格和低利润对阻止竞争对手的介入有着很大的障碍和影响。

对于新市场而言，单一的产品和服务不足以支撑新市场发展战略的实施。因此，有必要进一步加大产品研发力度，开发适应国际市场发展需要的新产品，实施撇脂策略。要实施这一战略，企业必须在新市场中使新产品和服务的卖点优于现有产品的卖点，才能有效吸引目标消费群体，并通过战略的有效实施实现短期利润最大化目标。 ，这有利于汽轮机行业公司确定公司的竞争地位。

三、汽轮机业发展模式分析

(一)、汽轮机地域有明显差异

中国幅员辽阔，形成了复杂的自然地理环境。同时，由于城市化进程的不同，汽轮机企业的区域分布也不同。传统汽轮机企业大多具有较强的区域属性，跨区域发展存在一定的隐性障碍。



四、汽轮机行业发展状况及市场分析

(一)、中国汽轮机市场行业驱动因素分析

汽轮机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。汽轮机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：汽轮机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：汽轮机技术、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。以上都有利汽轮机产业进一步发展与进步。同时多方的交融使得汽轮机行业产品应用得到更加强劲的发展。

(二)、汽轮机行业结构分析

汽轮机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汽轮机产业结构。

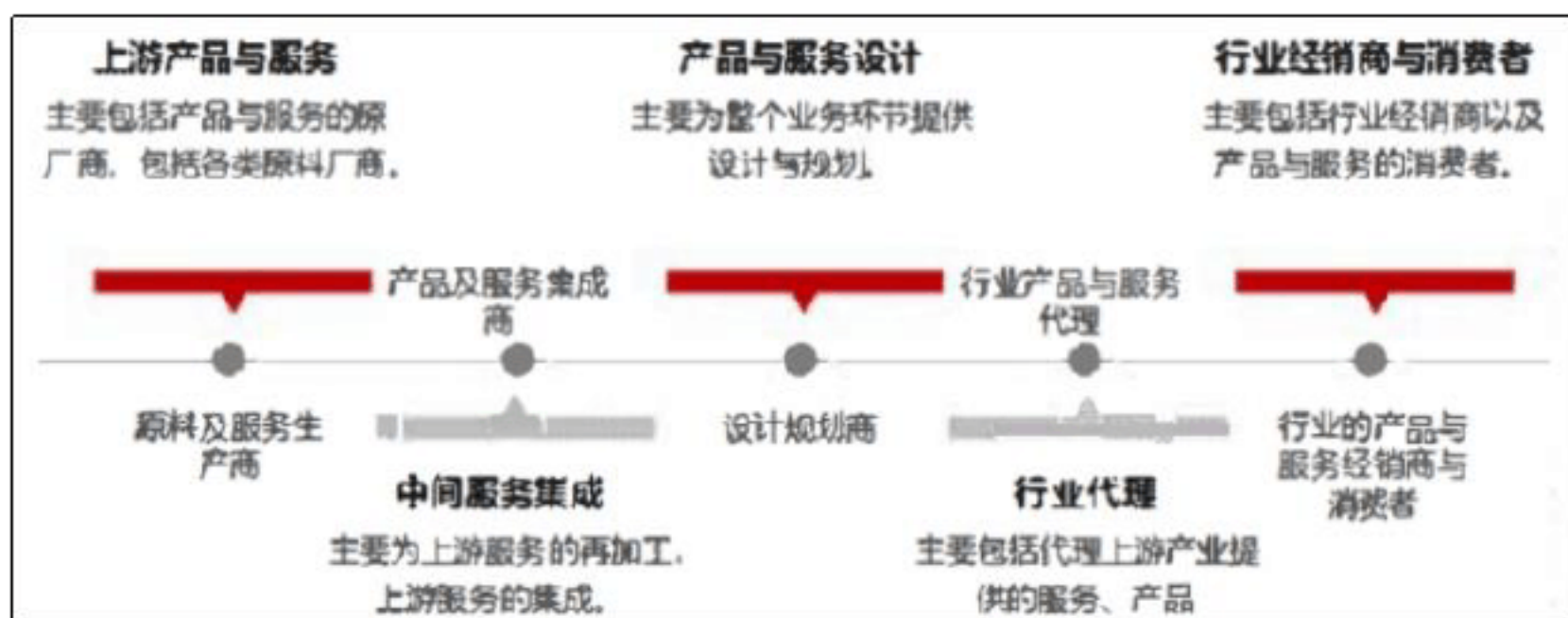
1. 原料及服务生产商，代表上游产品与服务，主要负责包括产品与服务的原厂商，包括各类原材料厂商。

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)、汽轮机行业各因素 (PEST) 分析

1、政策因素

一、由中央国务院印发的《汽轮机行业发展“十三五”规划》, 明确要求到 2022 年汽轮机行业将有 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 年汽轮机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汽轮机行业将会有助于提高人民群众的生活质量。

三、2022 年是汽轮机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

经济增长方式的转变,严格的节能减排政策对汽轮机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、汽轮机行业需求持续火热,资本利好汽轮机领域,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,我国汽轮机行业需要透视现状、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,为汽轮机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汽轮机行业市场需求提供坚实的经济基

础。

3、社会因素

一、传统汽轮机行业市场低门槛、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、互联网与汽轮机行业的结合,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,逐步成为汽轮机行业的消费主力,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,将汽轮机行业与高新技术对接,普及了汽轮机行业科技体验。

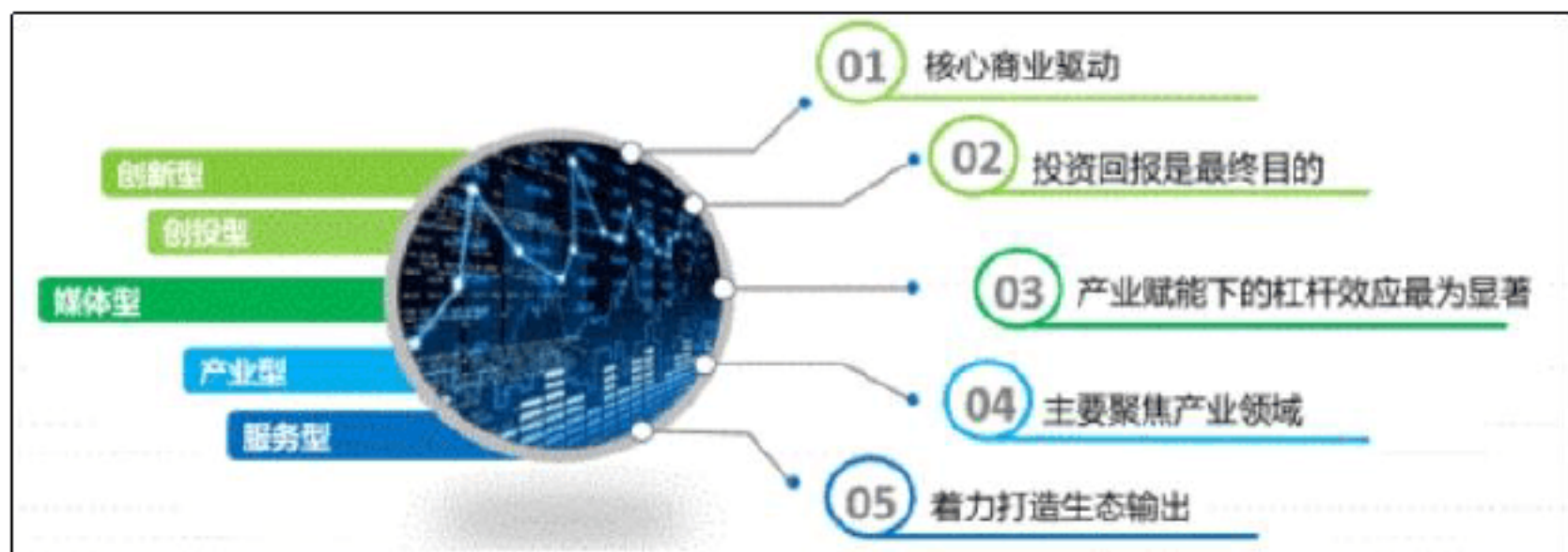
二、汽轮机行业引入ERP、OA、EAP等智能化系统,优化信息化管理施工环节,提高了行业效率。

(四)、汽轮机行业市场规模分析

2019年,中国汽轮机市场零售规模为655亿元,同比增长6.8%;2020年,汽轮机市场零售规模达到702亿元,同比增长17.1%。预计,2022年我国汽轮机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)、汽轮机行业特征分析

通过对比汽轮机行业属性和核心服务模式,可将中国汽轮机行业分为四类。分别为创新型汽轮机、创投型汽轮机、媒体型汽轮机、产业型汽轮机和服务型汽轮机。此外,由于汽轮机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,汽轮机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。在以上四类汽轮机行业中,因产业型汽轮机多由企业主导,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。成为汽轮机行业探索的核心方向之一。



(六)、汽轮机行业相关政策体系不健全

国内汽轮机的政策体系、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。以汽轮机行业为例,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。汽轮机行业标准、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。汽轮机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,利于汽轮机的价格、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,企业也缺乏汽轮机相应行业发展的内生动力。

五、汽轮机企业战略选择

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)、汽轮机行业 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: strengths(优势)、weaknesses(劣势)、opportunities(机遇)、threats(威胁)。

可选战略 机遇、威胁	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. 生产管理能力强	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 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。	WO 战略 抓住机遇，缩小劣势 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 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。	WT 战略 缩小劣势，应对威胁 巩固目前的销售渠道，开发新产品，寻找新的市场机会。

(二)、汽轮机企业战略确定

根据 SWOT 分析结果，公司应采取 so 战略，即成长战略。

(三)、汽轮机行业 PEST 分析

1、政策因素

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

(2) 2020 年，汽轮机行业将成为政策红利市场。国务院政府报告指出，汽轮机产业将有助于提高生活质量。

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/567116115061010001>