

2020-2026年中国燃气具行业市场现状调研及投资 前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国燃气具行业市场现状调研及投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202007/882971.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

燃气具是指日常生活和工业中用到的燃气灶（煤气炉）、燃气热水器、壁挂炉等所有使用燃气（人工煤气、液化石油气、天然气）作为燃料的器具。

近几年，我国燃气具行业零售市场规模整体呈现增长态势，从2014年的651.6亿元增长到了2019年的713亿元。近几年我国燃气具行业零售市场规模情况如下图所示：

2014-2019年中国燃气具行业零售市场规模

资料来源：智研咨询整理

智研咨询发布的《2020-2026年中国燃气具行业市场现状调研及投资前景预测报告》共十七章。首先介绍了燃气具产业发展环境，接着分析了我国燃气具行业发展现状，然后介绍了燃气具行业竞争格局。随后，报告对燃气具行业重点企业进行分析，最后对燃气具行业投资战略进行研究。您若想对燃气具产业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 燃气具概述

第一节 燃气具定义

第二节 燃气具行业发展历程

第三节 燃气具分类情况

第四节 燃气具产业链分析

一、产业链模型介绍

二、燃气具产业链模型分析

第五节 行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第六节 行业数据来源及统计标准

一、行业数据来源

二、行业数据统计标准

第二章 中国燃气具行业发展环境分析

第一节 2019年全球经济环境分析

- 一、全球宏观经济形势现状
- 二、全球经济环境对燃气具行业发展的影响
- 第二节 2019年中国宏观经济环境分析
 - 一、国民经济运行情况
 - 二、宏观经济环境对燃气具行业的影响
- 第三节 2019年社会环境对燃气具行业的影响分析
- 第四节 2019年政策环境分析
 - 一、行业政策法规
 - 二、行业未来规划
- 第五节 2019年行业其他环境

第三章 中国燃气具生产现状分析

- 第一节 燃气具行业总体规模
- 第二节 燃气具产能概况
 - 一、产量分析

2014年我国燃气具行业产量5667.4万台，到2019年增长到了6826万台，近几年我国燃气具行业产量情况如下图所示：

2014-2019年中国燃气具行业产量情况

资料来源：智研咨询整理

- 二、产量预测
- 第三节 燃气具市场容量概况

一、市场容量分析

2019年我国燃气具零售规模713亿元，其中，燃气灶零售规模284.7亿元；燃气热水器零售规模275.9亿元；燃气壁挂炉零售规模140.7亿元；其他燃气具规模11.7亿元。

2014-2019年中国燃气具细分市场规模情况

资料来源：智研咨询整理

- 二、产能配置与产能利用率调查
 - 三、市场容量预测
 - 第四节 燃气具产业的生命周期分析
 - 第五节 燃气具产业供需情况
- ### 第四章 燃气具国内产品价格走势及影响因素分析
- 第一节 国内产品价格回顾
 - 第二节 国内产品当前市场价格及评述
 - 第三节 国内产品价格影响因素分析

第四节 国内产品未来价格走势预测

第五章 我国燃气具行业发展现状分析

第一节 我国燃气具行业发展现状

一、燃气具行业品牌发展现状

二、燃气具行业需求市场现状

三、燃气具市场需求层次分析

四、我国燃气具市场走向分析

第二节 中国燃气具产品技术分析

一、燃气具产品技术变化特点

二、燃气具产品市场的新技术

三、燃气具产品市场现状分析

第三节 中国燃气具行业存在的问题

一、燃气具产品市场存在的主要问题

二、国内燃气具产品市场的三大瓶颈

三、燃气具产品市场遭遇的规模难题

第四节 对中国燃气具市场的分析及思考

一、燃气具市场特点

二、燃气具市场分析

三、燃气具市场变化的方向

四、中国燃气具行业发展的新思路

五、对中国燃气具行业发展的思考

第六章 中国燃气具行业发展概况

第一节 中国燃气具行业发展态势分析

第二节 中国燃气具行业发展特点分析

第三节 中国燃气具行业市场供需分析

第七章 燃气具行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 燃气具市场竞争策略分析

一、燃气具市场增长潜力分析

二、燃气具产品竞争策略分析

三、典型企业产品竞争策略分析

第三节 燃气具企业竞争策略分析

一、我国燃气具市场竞争趋势

二、燃气具行业竞争格局展望

三、燃气具行业竞争策略分析

第八章 燃气具行业投资与发展前景分析

第一节 燃气具行业投资情况分析

一、总体投资结构

二、投资规模情况

三、投资增速情况

四、分地区投资分析

第二节 燃气具行业投资机会分析

一、燃气具投资项目分析

二、可以投资的燃气具模式

三、燃气具投资机会

四、燃气具投资新方向

第三节 燃气具行业发展前景分析

第九章 中国燃气具行业发展前景预测分析

第一节 中国燃气具行业发展预测分析

一、未来燃气具发展分析

二、未来燃气具行业技术开发方向

三、总体行业整体规划及预测

第二节 中国燃气具行业市场前景分析

一、产品差异化是企业发展的方向

二、渠道重心下沉

第十章 燃气具上游原材料供应状况分析

第一节 主要原材料

第二节 主要原材料价格及供应情况

第三节 主要原材料未来价格及供应情况预测

第十一章 燃气具行业上下游行业分析

第一节 上游行业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、行业新动态及其对燃气具行业的影响

四、行业竞争状况及其对燃气具行业的意义

第二节 下游行业分析

- 一、发展现状
- 二、发展趋势预测
- 三、市场现状分析
- 四、行业新动态及其对燃气具行业的影响
- 五、行业竞争状况及其对燃气具行业的意义

第十二章 燃气具行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前燃气具存在的问题

第二节 燃气具未来发展预测分析

- 一、中国燃气具发展方向分析
- 二、中国燃气具行业发展规模
- 三、中国燃气具行业发展趋势预测

第三节 中国燃气具行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、原材料压力风险分析
- 三、技术风险分析
- 四、政策和体制风险
- 五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第十三章 国内部分重点生产品牌厂家分析

第一节 华帝

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析

第二节 帅康

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析

第三节 樱花

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析

第四节 方太

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

第五节 美的

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

第六节 海尔

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

第十四章 燃气具地区销售分析

第一节 中国燃气具区域销售市场结构变化

第二节 燃气具“东北地区”销售分析

一、东北地区销售规模

二、东北地区“规格”销售分析

三、东北地区“规格”销售规模分析

第三节 燃气具“华北地区”销售分析

第四节 燃气具“中南地区”销售分析

第五节 燃气具“华东地区”销售分析

第六节 燃气具“西北地区”销售分析

第十五章 中国燃气具行业投资战略研究

第一节 中国燃气具行业投资策略分析

一、燃气具投资策略

二、燃气具投资筹划策略

三、燃气具品牌竞争战略

第二节 中国燃气具行业品牌建设策略

一、燃气具的规划

二、燃气具的建设

三、燃气具业成功之道

第十六章 市场指标预测及行业项目投资建议（ZYYW）

第一节 中国燃气具行业市场发展趋势预测

第二节 燃气具产品投资机会

第三节 燃气具产品投资趋势分析

第四节 投资建议

一、行业投资环境考察

二、投资风险及控制策略

三、产品投资方向建议

四、项目投资建议

第十七章 燃气具企业制定发展战略研究分析

第一节 企业转型升级的需要

第二节 企业强做大做的需要

第三节 企业可持续发展需要

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202007/882971.html>