

2022年中国智能燃气表市场分析报告- 行业格局现状与投资定位研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2022年中国智能燃气表市场分析报告-行业格局现状与投资定位研究》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/567578.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754—2017），智能燃气表行业属于“仪器仪表制造业（C40）”中“通用仪器仪表制造”之“供应用仪器仪表制造（C4016）”。

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订），智能燃气表行业属于“仪器仪表制造业（C40）”。

根据《国务院关于加快培育和发展战略性新兴产业的决定》（国发〔2010〕32号），智能燃气表行业属于“（四）高端装备制造产业”之“智能制造装备”。

根据《战略性新兴产业分类（2018）》，智能燃气表行业属于“2高端装备制造产业”之“2.1智能制造装备产业”之“2.1.3智能测控装备制造”之“4016供应用仪器仪表制造”。

1、行业主管部门

（1）行政主管部门

智能燃气表行业主管部门主要包括国家发展和改革委员会、国家住房和城乡建设部、国家市场监督管理总局、工业和信息化部。

国家发展和改革委员会，主要职责包括组织实施国民经济和社会发展战略、中长期规划和年度计划；组织拟订综合性产业政策，统筹工业发展计划，拟定加快发展先进制造业的政策措施；推动实施创新驱动发展战略，组织推动实施高技术产业和战略性新兴产业发展规划政策；审定能源发展战略、规划和政策，核准重大能源投资投资项目，审核国家天然气战略储备和使用规划。

国家住房和城乡建设部，主要职责包括城乡规划管理，承担规范城乡建设的责任；指导城市 and 市政公用事业的发展战略、中长期规划、改革措施，指导城市供水、节水、燃气、热力等公用事业工作；指导镇、乡、村庄规划的编制和实施，改善小城镇和村庄的人居生态环境。

国家市场监督管理总局，主要职责包括市场综合监督管理、产品质量安全监督管理等。国家市场监督管理总局下设计量司，负责统一管理计量工作。计量司承担国家计量基准、计量标准、计量标准物质和计量器具管理工作，组织量值传递溯源和计量比对工作；承担国家计量技术规范体系建立及组织实施工作；承担商品量、市场计量行为、计量仲裁检定和计量技术机构及人员监督管理工作；规范计量数据使用；国家市场监督管理总局下设国家标准化管理委员会，负责批准并下达国家标准计划，审议并发布标准化政策、管理制度、规划、公告等重要文件；开展强制性国家标准对外通报工作。

工业和信息化部，主要职责包括网络通讯相关工作，推动实施宽带发展，负责互联网行业管理（含移动互联网）；组织实施移动互联网、物联网、新一代移动通信等网络技术发展政策；推动实施传统产业技术改造相关政策；组织开展新技术新业务安全评估，加快推进信息化和工业化融合发展。

（2）其他监管组织

中国计量协会

中国计量协会负责宣传贯彻国家计量工作的方针政策，加强行业自律，维护行业权益，规范行业行为；开展计量行业现状、发展趋势的调查研究，总结交流计量管理工作经验，推动计量行业的发展；组织计量法规和业务培训，提供信息、咨询服务；组织开展国内外计量技术考察与交流合作。

中国城市燃气协会

中国城市燃气协会是从事城市燃气相关单位自愿结成的全国性、行业性、非营利性社会组织；其主要职能是协助政府推行燃气行业经济政策和组织实施有关法律法规；开展燃气调查研究，发布行业信息，推广燃气行业经验和成果；加强行业自律管理，促进燃气经营者提高服务质量和技术水平，促进燃气事业的发展。

中国软件行业协会

中国软件行业协会是由从事软件和信息服务业及其相关产业的企事业单位和个人自愿结成的全国性、行业性、非营利性社会组织，其主要职能是协助政府部门组织制定、修改本行业的国家标准和行业标准、团体标准以及推荐性标准；对软件行业发展的技术经济政策、法规的制定进行研讨、提出建议，贯彻落实行业内的优惠政策和发展举措。

国际法制计量组织

国际法制计量组织，英文全称为International Organization of Legal Metrology，简称“OIML”，1995年成立于法国，旨在为各成员国建立相互兼容并得到国际认可的有效法制计量基础设施，以达到促进贸易，建立相互信任和全球消费者保护的目。OIML主要职责是制定计量器具的统一规章、标准和相关文件，以供法定计量机构和组织成员国使用，提供各成员国认可的系统，以减少全球市场的贸易壁垒和贸易成本，促进全球法律计量界的管理和技术交流。

2、行业主要政策、法律法规和标准

(1) 行业主要法律法规

序号

法规名称

发布时间

颁发单位

主要内容

1

中华人民共和国计量法

2018年10月修正

全国人大常委会

加强计量监督管理，保障国家计量单位制的统一和量值的准确可靠。

2

中华人民共和国计量法实施细则

2018年3月修订

国务院

对计量器具使用条件、计量检定、计量器具的制造和修理、销售、计量监督、产品质量检验机构的计量认证等进行了规定。

3

中华人民共和国强制检定的工作计量器具检定管理办法

1987年4月

国务院

对《实施强制管理的计量器具目录》的计量器具实行定点定期检定。

4

中华人民共和国无线电管理条例

2016年11月

国务院国防部

本条例适用于在境内使用无线电频率，设置、使用无线电台（站），研制、生产、进口、销售和维修无线电发射设备，以及使用辐射无线电波的非无线电设备。

5

能源计量监督管理办法

2010年9月

国家质检总局

本办法适用于境内用能单位从事能源计量活动以及实施能源计量的监督管理，各级质量技术监督部门应当鼓励和支持能源计量新技术的开发、研究和应用，推广经济、适用、可靠性高、带有自动数据采集和传输功能、具有智能和物联网功能的能源计量器具，促进用能单位完善能源计量管理和检测体系。

资料来源：观研天下整理

（2）主要产业政策

序号

时间

发布单位

文件名

相关主要内容

1

2018年11月

国家统计局

《战略性新兴产业分类（2018）》

智能测控装备制造为战略性新兴产业，列入战略新兴产业重点产品和服务目录。

2

2019年1月

市场监管总局、住建部

《市场监管总局住房和城乡建设部关于加强民用“三表”管理的指导意见》

各供电、供水、供气企业2019年6月底前完成对在用的民用“三表”的产品信息、安装和使用时间、是否超期使用、轮换情况等方面进行登记造册，摸清在用民用“三表”的详细情况，及时做好计量失准的计量器具的更换工作。

3

2021年3月

全国人大

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年（2021 - 2025年）规划和2035年远景目标纲要》

构建现代能源体系，加快建设天然气主干管道，完善油气互联互通网络；深入开展污染防治行动，持续改善京津冀及周边地区、汾渭平原、长三角地区空气质量，因地制宜推动北方地区清洁取暖；提升乡村基础设施和公共服务水平，推动市政公用设施向郊区乡村和规模较大中心镇延伸，完善乡村水、电、路、气、邮政通信、广播电视、物流等基础设施；大力发展绿色经济，壮大节能环保、清洁生产、清洁能源、生态环境、基础设施绿色升级、绿色服务等产业；加快建设新型基础设施，推动物联网全面发展；“十四五”时期常住人口城镇化率提高到65%；展望2035年，广泛形成绿色生产生活方式，碳排放达峰后稳中有降，生态环境根本好转，美丽中国建设目标基本实现。

4

2018年6月

国务院

《打赢蓝天保卫战三年行动计划》

抓好天然气产供储销体系建设，力争2020年天然气占能源消费总量比重达到10%；新增天然气量优先用于城镇居民和大气污染严重地区的生活和冬季取暖散煤替代，实现“增气减煤”；限时完成天然气管网互联互通，加快储气设施建设步伐。

5

2017年5月

发改委、能源局

《中长期油气管网规划》

到2020年，全国油气管网规模达到16.9万公里，其中天然气管道里程10.4万公里；到2025年，全国油气管网规模达到24万公里，天然气管网里程达到16.3万公里，50万人口以上的城市天然气管道基本接入，用户大规模增长，逐步实现天然气入户入店入厂，全国城镇用天

然气人口达到5.5亿，天然气消费规模不断扩大，在能源消费结构中的比例达到12%左右；展望2030年，天然气利用逐步覆盖至小城市、城郊、乡镇和农村地区，基本建成现代油气管网体系。

6

2016年12月

发改委、能源局

《关于印发<能源发展“十三五”规划>的通知》

天然气消费比重力争达到10%，煤炭消费比重降低到58%以下，推进重点城市“煤改气”工程，增加用气450亿立方米，替代燃煤锅炉18.9万蒸吨；提高天然气发电利用比重，支持发展燃气调峰电站；实施能源生产和利用设施智能化改造，能量计量体系建设，扩大智能计量设施、智能信息系统。

7

2016年12月

发改委

《天然气发展“十三五”规划》

“十三五”期间新增常规天然气探明地质储量3万亿立方米，到2020年累计探明地质储量16万亿立方米，2020年国内天然气综合保供能力达到3600亿立方米以上，2020年天然气管道总里程达到10.4万公里

8

2021年1月

中共中央国务院

关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见

加强乡村公共基础设施建设，推进燃气下乡，支持建设安全可靠的乡村储气罐站和微管网供气系统；实施数字乡村建设发展工程。推动移动物联网与城市同步规划建设。

9

2020年7月

国务院

《国务院办公厅关于全面推进城镇老旧小区改造工作的指导意见》

改造提升市政配套基础设施，改造提升小区内部及与小区联系的供水、排水、供电、弱电、道路、供气、供热等基础设施，有效对接供气、供热等专业经营单位的相关管线改造计划。

10

2020年4月

发改委

《2020年新型城镇化建设和城乡融合发展重点任务》

推进以县城为重要载体的新型城镇化建设，促进大中小城市和小城镇协调发展；推进城乡融

合发展；推进市政供水供气供热向城郊村延伸等城乡联动建设项目。

11

2018年9月

中共中央、国务院

《乡村振兴战略规划（2018 - 2022年）》

构建农村现代能源体系，优化农村能源供给结构；推动供气设施向农村延伸，推进农村能源消费升级；加快实施北方农村地区冬季清洁取暖，积极稳妥推进散煤替代，大力发展“互联网+”智慧能源，探索建设农村能源革命示范区

12

2019年11月

生态环境部、发改委、工信部、公安部、财政部、住建部、交通运输部、商务部、市场监管总局、能源局、江浙沪皖人民政府

《长三角地区2019-2020年秋季大气污染防治攻坚行动方案》

抓好天然气产供储销体系建设；加快建设2019年天然气基础设施互联互通重点工程，确保按计划建成投产；地方政府、城镇燃气企业和不可中断大用户、上游供气企业要加快储气设施建设步伐。

13

2019年10月

生态环境部、发改委、工信部、公安部、财政部、自然资源部、住建部、交通运输部、商务部、应急部、市场监管总局、能源局

《京津冀及周边地区2019-2020年秋季大气污染防治攻坚行动方案》

各地应根据签订的采暖期供气合同气量以及实际供气供电能力等，合理确定“煤改气”、“煤改电”户数，根据各地上报情况，2019年10月底前，“2+26”城市完成散煤替代524万户。

14

2017年12月

发改委、能源局、财政部、环境保护部、住建部、国资委、质检总局、银监会、证监会、军委后勤保障部

《北方地区冬季清洁取暖规划（2017-2021年）》

“2+26”城市天然气供暖发展目标为2017-2021年累计新增天然气供暖面积18亿平方米，新增用气230亿立方米；新增清洁取暖“煤改气”需求主要集中在城镇地区，新增146亿立方米，占比63%；农村地区新增85亿立方米，占比37%。

资料来源：观研天下整理（YZX）

观研报告网发布的《2022年中国智能燃气表市场分析报告-行业格局现状与投资定位研究》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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章2018-2022年中国智能燃气表行业发展概述

第一节 智能燃气表行业发展情况概述

一、智能燃气表行业相关定义

二、智能燃气表行业基本情况介绍

三、智能燃气表行业发展特点分析

四、智能燃气表行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、智能燃气表行业需求主体分析

第二节 中国智能燃气表行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、智能燃气表行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国智能燃气表行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国智能燃气表行业生命周期分析

一、智能燃气表行业生命周期理论概述

二、智能燃气表行业所属的生命周期分析

第四节 智能燃气表行业经济指标分析

一、智能燃气表行业的赢利性分析

二、智能燃气表行业的经济周期分析

三、智能燃气表行业附加值的提升空间分析

第五节 中国智能燃气表行业进入壁垒分析

一、智能燃气表行业资金壁垒分析

二、智能燃气表行业技术壁垒分析

三、智能燃气表行业人才壁垒分析

四、智能燃气表行业品牌壁垒分析

五、智能燃气表行业其他壁垒分析

第二章2018-2022年全球智能燃气表行业市场发展现状分析

第一节 全球智能燃气表行业发展历程回顾

第二节 全球智能燃气表行业市场区域分布情况

第三节 亚洲智能燃气表行业地区市场分析

一、亚洲智能燃气表行业市场现状分析

二、亚洲智能燃气表行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲智能燃气表行业市场前景分析

第四节 北美智能燃气表行业地区市场分析

一、北美智能燃气表行业市场现状分析

二、北美智能燃气表行业市场规模与市场需求分析

三、北美智能燃气表行业市场前景分析

第五节 欧洲智能燃气表行业地区市场分析

一、欧洲智能燃气表行业市场现状分析

二、欧洲智能燃气表行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲智能燃气表行业市场前景分析

第六节2022-2027年世界智能燃气表行业分布走势预测

第七节2022-2027年全球智能燃气表行业市场规模预测

第三章 中国智能燃气表产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国智能燃气表行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国智能燃气表产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国智能燃气表行业运行情况

第一节 中国智能燃气表行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国智能燃气表行业市场规模分析

第三节 中国智能燃气表行业供应情况分析

第四节 中国智能燃气表行业需求情况分析

第五节 我国智能燃气表行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国智能燃气表行业供需平衡分析

第七节 中国智能燃气表行业发展趋势分析

第五章 中国智能燃气表所属行业运行数据监测

第一节 中国智能燃气表所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国智能燃气表所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国智能燃气表所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2018-2022年中国智能燃气表市场格局分析

第一节 中国智能燃气表行业竞争现状分析

一、中国智能燃气表行业竞争情况分析

二、中国智能燃气表行业主要品牌分析

第二节 中国智能燃气表行业集中度分析

一、中国智能燃气表行业市场集中度影响因素分析

二、中国智能燃气表行业市场集中度分析

第三节 中国智能燃气表行业存在的问题

第四节 中国智能燃气表行业解决问题的策略分析

第五节 中国智能燃气表行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章2018-2022年中国智能燃气表行业需求特点与动态分析

第一节 中国智能燃气表行业消费市场动态情况

第二节 中国智能燃气表行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 智能燃气表行业成本结构分析

第四节 智能燃气表行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国智能燃气表行业价格现状分析

第六节 中国智能燃气表行业平均价格走势预测

一、中国智能燃气表行业价格影响因素

二、中国智能燃气表行业平均价格走势预测

三、中国智能燃气表行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国智能燃气表行业区域市场现状分析

第一节 中国智能燃气表行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区智能燃气表市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区智能燃气表市场规模分析

四、华东地区智能燃气表市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区智能燃气表市场规模分析

四、华中地区智能燃气表市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区智能燃气表市场规模分析

四、华南地区智能燃气表市场规模预测

第五节 华北地区智能燃气表市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区智能燃气表市场规模分析

四、华北地区智能燃气表市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区智能燃气表市场规模分析

四、东北地区智能燃气表市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、西部地区智能燃气表市场规模分析

四、西部地区智能燃气表市场规模预测

第九章2018-2022年中国智能燃气表行业竞争情况

第一节 中国智能燃气表行业竞争结构分析（波特五力模型）

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 中国智能燃气表行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国智能燃气表行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 智能燃气表行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2022-2027年中国智能燃气表行业发展前景分析与预测

第一节 中国智能燃气表行业未来发展前景分析

一、智能燃气表行业国内投资环境分析

二、中国智能燃气表行业市场机会分析

三、中国智能燃气表行业投资增速预测

第二节 中国智能燃气表行业未来发展趋势预测

第三节 中国智能燃气表行业市场发展预测

一、中国智能燃气表行业市场规模预测

二、中国智能燃气表行业市场规模增速预测

三、中国智能燃气表行业产值规模预测

四、中国智能燃气表行业产值增速预测

五、中国智能燃气表行业供需情况预测

第四节 中国智能燃气表行业盈利走势预测

一、中国智能燃气表行业毛利润同比增速预测

二、中国智能燃气表行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国智能燃气表行业投资风险与营销分析

第一节 智能燃气表行业投资风险分析

一、智能燃气表行业政策风险分析

二、智能燃气表行业技术风险分析

三、智能燃气表行业竞争风险分析

四、智能燃气表行业其他风险分析

第二节 智能燃气表行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2022-2027年中国智能燃气表行业发展战略及规划建议

第一节 中国智能燃气表行业品牌战略分析

一、智能燃气表企业品牌的重要性

二、智能燃气表企业实施品牌战略的意义

三、智能燃气表企业品牌的现状分析

四、智能燃气表企业的品牌战略

五、智能燃气表品牌战略管理的策略

第二节 中国智能燃气表行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国智能燃气表行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章2022-2027年中国智能燃气表行业发展策略及投资建议

第一节 中国智能燃气表行业产品策略分析

一、服务/产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国智能燃气表行业营销渠道策略

一、智能燃气表行业渠道选择策略

二、智能燃气表行业营销策略

第三节 中国智能燃气表行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国智能燃气表行业重点投资区域分析

二、中国智能燃气表行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/567578.html>