

2017-2022年中国商用空调行业运营现状及投资定位分析报告

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《2017-2022年中国商用空调行业运营现状及投资定位分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/kongtiao/282456282456.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

中国报告网发布的《2017-2022年中国商用空调行业运营现状及投资定位分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、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。

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。

第一章2014-2016年商用空调行业概述

第一节商用空调介绍

- 一、商用空调范围界定
- 二、商用空调类型划分
 - 1、风冷热泵型中央空调机组
 - 2、水冷螺杆式冷水机组
 - 3、离心式冷水机组

第二节商用空调相关知识介绍

- 一、商用中央空调系统
- 二、商用中央空调工作原理
- 三、商用空调新系统分析
- 四、其它

第二章2014-2016年中国商用空调市场运行环境分析

第一节2014-2016年中国宏观经济环境分析

- 一、中国gdp分析
- 二、中国工业发展形势
- 三、消费价格指数分析
- 四、城乡居民收入分析
- 五、社会消费品零售总额
- 六、全社会固定资产投资分析
- 七、进出口总额及增长率分析

四、存贷款利率变化

五、财政收支状况

第二节2014-2016年中国商用空调产业政策分析

一、标准规范

二、家电下乡政策

三、以旧换新政策

四、节能补贴政策

第三节2014-2016年中国商用空调行业技术状况

一、变频空调压缩机及变频调速系统技术

二、中央空调节能技术

第三章 2014-2016年国内外空调产业整体运行态势分析

第一节世界空调行业发展概况

一、世界空调产业链发展状况

二、国际空调市场格局面临调整

第二节中国空调行业发展概况

一、我国空调行业发展阶段

二、我国空调行业产能扩张加剧

三、国内空调市场主要品牌运作

四、我国空调消费市场趋于成熟

五、我国空调业内销保持平稳态势

六、我国空调出口贸易的基本特征

第三节中国空调行业技术研发进展状况

一、国内外空调产业专利技术竞争态势

二、我国制冷空调技术研发进展简析

三、中国空调节能技术取得重大突破

四、我国空调产业面临潜在技术危机

第四节空调行业存在的问题及发展对策

一、中国空调产业资金链面临的挑战

二、标识混乱制约我国空调行业良性发展

三、国内空调企业加快发展的对策思路

四、国内制冷空调行业发展重点及战略

五、国家政策引导解决空调行业结构性矛盾

六、加快中国空调行业发展的政策建议

第四章2016年中国中央空调产业运行状况分析

第一节2016年中国中央空调产业发展概述

- 一、中国中央空调行业总体特征
- 二、我国中央空调市场发展态势
- 三、中央空调市场民族品牌趁势崛起
- 四、我国中央空调市场发展面临的挑战
- 五、我国中央空调产业亟待整合升级
- 第二节2016年家用中央空调市场发展状况分析
 - 一、家用中央空调市场格局逐步明朗
 - 二、家用中央空调优势明显
 - 三、家用中央空调潜在需求巨大
- 第三节中央空调节能技术分析
 - 一、空调设计中关键环节的节能控制
 - 二、中央空调使用过程中的节能措施
 - 三、加强中央空调的日常节能管理
- 第四节近年来中国拟在建工程项目分析
 - 一、台湾东元集团在南昌建商用空调生产基地
 - 二、全球首台无氟变频物联网商用空调研制
 - 三、美的在合肥建中央空调生产基地
 - 四、格力电器欲建设中央空调生产线
- 第五章中国商用空调制造行业主要数据监测分析
 - 第一节中国商用空调制造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
 - 第二节中国商用空调制造所属行业产销与费用分析
 - 一、产成品分析
 - 二、销售收入分析
 - 三、负债分析
 - 四、利润规模分析
 - 五、产值分析
 - 六、销售成本分析
 - 七、销售费用分析
 - 八、管理费用分析
 - 九、财务费用分析
 - 十、其他运营数据分析
 - 第三节中国商用空调制造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2014-2016年中国商用空调相关产量统计分析

第一节2014-2016年全国商用空调产量分析

第二节2016年1-10月全国及主要省份商用空调产量分析

第三节2016年1-10月商用空调产量集中度分析

第七章2014-2016年中国商用空调市场深度剖析

第一节2014-2016年中国商用空调市场运行总况

一、商用空调成行业新的发展空间和利润增长点

二、近几年中国商用空调市场规模及容量分析

三、中国商用空调利润情况分析

第二节2014-2016年中国商用空调市场需求分析

一、商用空调需求总量高速增长

二、需求的地域范围合理扩大

三、需求层次呈现多样化发展的趋势

第三节2014-2016年中国商用空调重点市场需求及增长情况分析

一、北京

二、上海

三、广州

第八章2014-2016年中国商用空调细分市场透析

第一节燃气空调

一、燃气空调市场应用情况

二、我国燃气空调将可能迎来---式增长

三、市场竞争优势

四、生产企业规模

五、市场销售情况及所占市场份额

六、市场发展前景预测

第二节地温中央空调

第三节冰蓄冷中央空调

一、市场应用情况

二、经济效益超分析

第九章2014-2016年中国中央空调市场调查调研

第一节2014-2016年中央空调市场消费需求分析

一、价格分析

二、品牌倾向

三、售后服务

第二节2014-2016年中国中央空调市场消费区域分析

一、百货商场

二、写字楼

三、酒店饭店

四、家庭/别墅

五、医院

第十章中国商用空调进出口贸易数据监测

第一节中国商用空调制造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

第二节中国商用空调制造所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节中国商用空调制造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

第十一章2017-2022年商用空调行业市场企业竞争格局分析

第一节2014-2016年中国商用空调竞争总况

一、商用空调市场成为国际家电巨头抢食的“新奶酪”

二、2014-2016年中国商用空调市场集中度分析

三、专业化的渠道将成为中央空调企业角逐的战场

第二节2014-2016年商用中央空调市场品牌竞争力及市场份额分析

一、国外品牌竞争竞争力分析

1、约克

2、大金

3、开利

二、国内品牌竞争竞争力分析

1、美的

2、海尔

3、格力

4、松下

5、lg

第三节2014-2016年中国商用中央空调其它竞争分析

一、技术竞争

二、价格竞争分析

三、服务竞争

第四节2017-2022年中国商用空调市场竞争趋势分析

第十二章2014-2016年中国商用空调市场外资品牌企业运营状况分析

第一节约克

第二节特灵

第三节大金

第四节日立

第五节三菱

第六节lg

第七节三星

第十三章、中国商用空调行业标杆企业研究

第一节美的电器

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二节格力电器

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第三节青岛海尔

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四节st春兰

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第五节广东志高空调有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第六节tcl集团

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十四章2017-2022年中国商用空调市场前景预测

第一节2017-2022年中国商用空调新产品趋势探析

一、远程控制成为技术趋势

二、健康升级大势所趋

三、厂家比拼节能技术

第二节2017-2022年中国商用空调行业发展方向

一、节能技术

二、绿色环保

三、健康舒适

第三节2017-2022年中国商用空调服务趋势分析

1、服务个性化

2、服务标准化

3、服务技术化

第四节2017-2022年中国商用空调市场前景预测分析

一、中国空调产量预测分析

二、中国商用空调市场供需预测分析

三、高效空调发展潜力巨大

四、燃气空调应用前景看好

五、太阳能空调市场发展前景广阔

第十五章2017-2022年中国商用空调行业投资潜力分析

第一节2014-2016年中国商用空调投资概况

- 一、中国40000亿扩大内需投资对空调市场产生一定影响
- 二、铁路、机场等基础设施建设拉动140亿元左右的商用空调市场
- 三、中国商用空调行业投资效益分析

第二节2017-2022年商用空调行业投资机会分析

- 一、2017-2022年商用空调行业区域投资机会
- 二、2017-2022年商用空调需求增长投资机会

第三节2017-2022年商用空调行业投资风险展望

- 一、宏观调控风险
- 二、竞争风险
- 三、供需波动风险
- 四、技术创新风险
- 五、经营管理风险
- 六、产品自身价格波动风险

第四节专家投资观点

第十六章2017-2022年商用空调行业营销策略和战略研究

第一节商用空调行业营销策略

- 一、商用空调4p分析
- 二、商用空调营销模式分析
- 二、商用空调行业品牌策略
- 四、商用空调行业价格策略
- 五、商用空调淡季营销策略
- 六、商用空调营销策略

第二节中国企业经营管理的战略建议

- 一、确定市场主导
- 二、推进渠道多元化
- 三、进军主导市场
- 四、转型方案提供商
- 五、企业品牌经营策略
- 六、企业产品经营策略
- 七、企业市场与经营定位策略

第三节中国商用空调行业企业的竞争战略建议

- 一、商用中央空调企业竞争策略
- 二、商用空调服务的竞争策略
- 三、商用空调流通渠道竞争策略
- 四、商用空调广告策略

部分图表目录：

图表12014-2016年中国国内生产总值及其增长速度

图表22011年i季度—2016年三季度国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表32014-2016年我国工业增加值及其增长速度

图表42012年10月—2016年10月工业增加值月度同比增长率（%）

图表52014-2016年居民消费价格涨幅度

图表62012年10月—2016年10月居民消费价格指数（上年同月=100）

图表72012年—2016年10月工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表82014-2016年我国农村居民人均纯收入及其增长速度

图表92014-2016年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度

图表102014-2016年我国社会消费品零售总额及其增长速度

图表112012年10月—2016年10月社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表122014-2016年我国全社会固定资产投资及其增长速度

图表132012年—2016年1-10月固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表142014-2016年我国货物进出口总额

图表152012年-2016年10月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）

图表16金融机构人民币存款基准利率变化一览表

图表17金融机构人民币贷款基准利率变化一览表

图表182014-2016年我国财政收入及其增长速度

图表192014-2016年中国商用空调制造行业企业数量分析

图表202014-2016年中国商用空调制造行业从业人员数分析
(GYZX)

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/kongtiao/282456282456.html>