

2017-2022年中国中央空调产业专项调查及市场竞争态势报告

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年中国中央空调产业专项调查及市场竞争态势报告》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/283589283589.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

中央空调系统由一个或多个冷热源系统和多个空气调节系统组成。采用液体汽化制冷的原理为空气调节系统提供所需冷量，用以抵消室内环境的热负荷；制热系统为空气调节系统提供所需热量，用以抵消室内环境冷负荷。制冷系统是中央空调系统至关重要的部分，其采用种类、运行方式、结构形式等直接影响了中央空调系统在运行中的经济性、高效性、合理性。

美国、日本、加拿大和欧洲等经济发达国家纷纷将冰蓄冷技术引入到建筑空调系统。国内各主要传统空调厂家也已开始进行冰蓄冷等“非电”制冷技术方面的研发和储备。冰蓄冷作为一种新型的节能环保技术，在中央空调领域有着广阔的发展前景，新建工程，可以在设计施工阶段将常规空调系统修改为冰蓄冷空调系统。全国现有几百家单位在使用。2016年，我国自主研发的首台板式制冰蓄冷空调在实际应用中，经过权威部门认定，比传统空调节能40%以上，达到国际领先水平。这也为降低费用，全面推开冰蓄冷空调打下良好的基础。冰蓄冷的优势主要体现在利用电价差来实现节省资金、达到供冷要求。实际上国家的电力是处于供应紧张的状况，有些省市不得不拉闸限电。我国任何一个电力紧张的城市，夜间的电力都是过剩的。而电能的发、供、用是同时同步的，发出来的电是不能储存的。晚上没有用户用电，发出来的电就白白浪费了。为此国家和各地区就采取了峰谷电价政策，即削峰添谷；核心就是白天用电价格高，晚上用电价格低。

2016年中国中央空调市场的整体容量约为750亿元，同比2015年度增长超过10%。不仅在增速方面创下近五年新高，在整体容量方面也创造了历年之最。

2012-2016年中国中央空调整体容量及其增长速度

资料来源：公开资料整理

在区域方面，由于家装零售市场整体容量的增长，华东地区在整体市场中的占比进一步提升，2016年度占比达到38.7%，占比提升的还有西南和华中。而华北则是降幅最大的地区，主要原因在于工程配套方面的巨大下滑以及家装零售市场增幅低于全国平均速度，此外，庞大的煤改电业务也耗费了众多品牌的精力。

2015-2016年度各大区域占比

资料来源：公开资料整理

2016年度，在整个行业以多联机为代表的氟系统产品更受关注的情况下，冷水机组市场已经连续几年增长缓慢甚至是出现下滑。以五大外资品牌(江森自控约克品牌、麦克维尔、开利、特灵、顿汉布什)在2015年度和2016年度的表现为例，2015年度其市场占有率为20.3%，到2016年度仅占18.8%，尽管这些品牌在2016年度都有所增长，但受各种因素影响其增幅要小于整体市场的平均增长率。

2015-2016年度三大阵营市场占有率对比

资料来源：公开资料整理

中国报告网发布的《2017-2022年中国中央空调产业专项调查及市场竞争态势报告》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。

第一部分产业环境透视

第一章中央空调企业兼并重组背景分析

第一节中央空调行业兼并重组意义

第二节中央空调行业兼并重组背景分析

第三节中央空调企业兼并重组特点分析及整体趋势分析

第四节中央空调行业兼并重组方式分析

第五节中央空调行业兼并重组一般程序分析

第六节中央空调行业兼并重组趋势分析

第七节中央空调企业兼并重组的障碍

一、政策障碍

二、组织结构障碍

三、资金障碍

四、技术障碍

第二章中国企业并购重组政策及总体规模

第一节中国企业并购环境分析

一、全球资本市场发展环境分析

二、中国企业并购资本市场环境

三、中国企业并购重组经济环境

第二节中国企业并购重组政策环境分析

一、《关于进一步优化企业兼并重组市场环境的意见》

二、《上市公司重大资产重组管理办法》

三、国企改革酝酿并购重组大潮

四、证监会促进上市公司并购重组

第三节中国并购市场规模及案例

一、中国并购市场宣布规模

二、中国并购市场进行案例

三、中国并购市场完成规模

四、中国并购市场完成案例

五、中国企业并购类型结构

六、中国企业并购行业分布

第三章上市公司并购重组与操作策略

第一节上市公司并购重组相关概述

一、上市公司并购重组主要形式

二、上市公司并购重组类型分析

三、上市公司重大资产重组分析

（一）重大资产重组定义

（二）重大资产重组制度

（三）重大资产重组特征对比

第二节2016年上市公司并购重组统计分析

一、上市公司并购重组案例数量

二、上市公司并购重组金额分析

三、上市公司并购重组地区分布

第三节2016年上市公司并购重组业务类型

一、多元化战略并购重组规模分析

二、横向整合并购重组规模分析

三、借壳上市并购重组规模分析

四、行业整合并购重组规模分析

五、业务转型并购重组规模分析

第四节2016年重点行业公司并购重组分析

一、制造行业并购重组规模分析

二、中央空调业并购重组规模分析

三、建筑行业并购重组规模分析

四、金融行业并购重组规模分析

五、文化娱乐行业并购重组规模

六、交通运输行业并购重组规模

七、电子信息行业并购重组规模

八、金属采矿行业并购重组规模

第五节上市公司产业并购流程及要素

一、上市公司产业并购特点分析

二、上市公司产业并购审核要点

三、上市公司产业并购案例分析

第二部分行业深度分析

第四章中央空调行业国际市场分析

第一节国际中央空调行业发展分析

一、中央空调行业发展现状分析

二、中央空调行业发展规模分析

三、中央空调行业发展趋势分析

第二节中央空调行业区域发展分析

一、发达国家发展分析

二、发展中国家发展分析

三、中央空调行业发展重点企业介绍

四、中央空调行业发展成功案例分析

第五章中国中央空调行业整体运行现状分析

第一节中央空调行业产业链概况

一、中央空调行业上游发展现状

二、中央空调行业上游发展趋势

三、中央空调行业下游发展现状

四、中央空调行业下游发展趋势

第二节中央空调行业市场供需情况分析

一、市场供给情况分析

二、行业供给趋势分析

三、国内市场需求情况分析

四、市场需求发展情况分析

第三节2017-2022年国内中央空调行业发展现状

一、中央空调行业价格现状

二、中央空调行业产销状况分析

三、中央空调行业市场盈利能力分析

第三部分竞争格局分析

第六章2016年中国中央空调行业竞争格局分析

第一节中央空调行业竞争结构分析

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

第二节中央空调行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节2017-2022年中央空调行业竞争格局分析

一、国内外中央空调竞争分析

二、我国中央空调市场竞争分析

三、国内主要中央空调企业动向

四、国内行业竞争趋势发展分析

第七章中央空调行业企业竞争格局分析

第一节远大科技集团有限公司

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

第二节深圳麦克维尔空调有限公司

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

第三节特灵空调系统(中国)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

第四节开利空调销售服务(上海)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

第五节约克(中国)商贸有限公司

- 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

第六节日立(中国)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

第七节海尔集团公司

- 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

第八节大金(中国)投资有限公司

- 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

第九节美的集团股份有限公司

- 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

第十节珠海格力电器股份有限公司

- 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

第四部分行业发展前景分析

第八章“十三五”期间我国中央空调市场供需形势分析

第一节我国中央空调市场供需分析

一、2017-2022年我国中央空调行业供给情况

1、我国中央空调行业供给分析

2、重点企业供给及占有份额

二、2017-2022年我国中央空调行业需求情况

1、中央空调行业需求市场

2、中央空调行业客户结构

3、中央空调行业需求的地区差异

三、2017-2022年我国中央空调行业供需平衡分析

第二节中央空调产品（服务）市场应用及需求预测

一、中央空调产品（服务）应用市场总体需求分析

1、中央空调产品（服务）应用市场需求特征

2、中央空调产品（服务）应用市场需求总规模

二、“十三五”期间中央空调行业领域需求量预测

1、“十三五”期间中央空调行业领域需求产品（服务）功能预测

2、“十三五”期间中央空调行业领域需求产品（服务）市场格局预测

三、重点行业中央空调产品（服务）需求分析预测

第九章中央空调行业并购市场分析

第一节2017-2022年并购市场综述

一、2017-2022年并购市场回顾

二、2017-2022年海外并购分析

三、2017-2022年中国并购市场监测

第二节2017-2022年并购市场发展前景预测

一、2017-2022年并购市场前景分析

二、2017-2022年并购基金市场前景分析

三、2017-2022年民营企业海外并购前景分析

第三节2017-2022年并购市场发展趋势预测

一、2017-2022年后并购时代的市场趋势

二、2017-2022年中国企业并购发展趋势

三、2017-2022年外资并购发展趋势预测

第五部分兼并重组机会

第十章中央空调行业区域性兼并重组机会分析

第一节环渤海经济区

一、中央空调行业发展特征与竞争力分析

二、中央空调行业兼并重组可行性与趋势分析

第二节长三角经济区

一、中央空调行业发展特征与竞争力分析

二、中央空调行业兼并重组可行性与趋势分析

第三节珠三角经济区

一、中央空调行业发展特征与竞争力分析

二、中央空调行业兼并重组可行性与趋势分析

第四节新兴地区

一、中央空调行业发展特征与竞争力分析

二、中央空调行业兼并重组可行性与趋势分析

第十一章中央空调行业产业链兼并重组机会分析

第一节中央空调企业与上下游企业兼并重组背景分析

第二节中央空调企业与上下游企业兼并重组案例分析

第三节中央空调企业与上下游企业兼并重组趋势分析

第四节中央空调企业与上下游企业兼并重组机会分析

第五节中央空调企业与其他行业兼并重组机会分析

第十二章中央空调行业规模性兼并重组机会分析

第一节大型规模企业兼并重组机会分析

第二节中型规模企业兼并重组机会分析

第三节小型规模企业兼并重组机会分析

第六部分兼并重组方案

第十三章目标公司调查基本流程

第一节被调查对象主体资格

第二节资产、负债、所有者权益

第三节重大合同

第四节诉讼及行政处罚情况

第五节保险

第六节职工

第七节税务

第八节环保

第九节外汇

第十节财政

第十一节经营存在的问题

第十二节调查结论

第十四章项目并购重组研究

第一节中央空调项目投资环境分析

第二节中央空调行业竞争格局分析

第三节中央空调行业财务指标分析参考

第四节中央空调行业市场分析与项目投入规模

第五节项目所属的细分市场的市场现状、未来市场空间

第六节项目应用技术方案（产品原料、制造成本、销售成本、利润预期）

第七节目标企业经营状况及经营运作上存在的主要问题

第八节项目运作后的价值预估、成长预期

第九节投资估算与资金筹措

第十节财务与敏感性分析

第十一节收购项目的价值及风险分析

第十二节中央空调行业及项目发展趋势预测

第十三节项目调整所需的主要整改措施、投入

第十四节收购成功所需注意的关键要点

第十五节并购项目研究结论与建议

第七部分兼并重组策略

第十五章中国中央空调行业兼并重组风险分析

第一节资产重组风险分析

第二节品牌组合风险分析

第三节技术变动风险分析

第四节生产整合风险分析

第五节人事变动情况分析

第六节企业管理情况分析

第七节销售管理情况分析

第八节企业文化情况分析

第九节企业战略情况分析

第十六章中央空调企业兼并重组中的竞争战略分析

第一节差异化战略分析

第二节成本领先战略分析

第三节市场集中战略分析

第四节并购策略研究

一、企业并购注意的问题研究

二、企业并购决策的基本原则

三、目标公司分析

四、目标公司价值估算

第五节企业并购发展策略分析

一、企业并购资金的筹集策略

二、企业并购后的整合策略

三、并购建议

第十七章新形势下并购财务操作及资产评估处理

第一节目标企业价值评估的必要性以及存在的问题

- 一、目标企业价值评估的必要性
- 二、中国目标企业价值评估存在的问题

第二节国内外企业并购中目标企业价值评估理论与方法述评

- 一、国外企业并购中目标企业价值评估理论与方法述评
- 二、国内企业并购中目标企业价值评估理论与方法研究述评

第三节并购及其对目标企业价值的影响

- 一、企业并购及其效应的产生
- 二、协同效应及其对目标企业价值的影响

第四节目标企业价值的识别

- 一、目标企业价值识别的内容和范围
- 二、目标企业价值识别的步骤

第五节目标企业价值影响因素的分析

- 一、影响目标企业价值的外部因素
- 二、影响目标企业价值的内部诸因素

第六节目标企业价值评估中成本法的运用

- 一、运用成本法对目标企业价值的评估
- 二、成本法评估并购中目标企业价值的优、缺点分析

第七节目标企业价值评估中市场法的运用

- 一、市场法的两种具体方法
- 二、运用市场法对目标企业价值评估的局限性

第八节目标企业价值评估中收益法的运用

- 一、运用收益法时参数的估算
- 二、运用收益法对目标企业价值评估应注意的问题

第九节目标企业价值评估中实物期权法的运用

- 一、知识经济和实物期权法
- 二、运用实物期权法对目标企业价值评估的可行性分析
- 三、实物期权法在目标企业价值评估中的具体应用

第十节目标企业价值评估方法的比较与选择

- 一、各种评估方法运用条件的比较
- 二、评估方法的选择

第十八章中央空调行业兼并重组建议

第一节买方建议

第二节卖方建议

第三节研究结论

图表目录

图表：中央空调产业链分析

图表：中央空调行业生命周期

图表：2017-2022年中国中央空调行业市场规模

图表：2017-2022年全球中央空调产业市场规模

图表：2017-2022年中央空调重要数据指标比较

图表：2017-2022年中国中央空调行业利润情况分析

图表：2017-2022年中国中央空调行业资产情况分析

图表：2017-2022年中国中央空调竞争力分析

图表：2017-2022年中国中央空调市场前景预测

图表：2017-2022年中国中央空调市场价格走势预测

图表：2017-2022年中国中央空调发展前景预测

图表：2017-2022年中央空调行业行业集中度分析

图表：2017-2022年中央空调行业区域集中度分析

图表：2017-2022年中央空调行业企业集中度分析

图表：2017-2022年我国GDP分析

图表：2017-2022年我国固定资产投资分析

图表：2017-2022年中央空调行业资产分析

图表：2017-2022年中央空调行业负债分析

图表：2017-2022年中央空调行业偿债能力分析

图表：2017-2022年国内生产总值及其增长速度

图表：2017-2022年居民消费价格涨跌幅度

图表：2016年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2017-2022年行业发展规模分析

（GYX）

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/283589283589.html>