

2020年中国空调行业分析报告- 产业竞争格局与未来动向研究

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《2020年中国空调行业分析报告-产业竞争格局与未来动向研究》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://baogao.chinabaogao.com/kongtiao/405673405673.html>

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

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

空调即空气调节器（Air Conditioner）。是指用人工手段，对建筑/构筑物内环境空气的温度、湿度、洁净度、流速等参数进行调节和控制的设备。空调主机常见形式如下：

1、水冷冷水机组：

水冷冷水机组属于中央空调系统中的制冷机组部分，其载冷剂为水，称为冷水机组，而冷凝器的冷却为利用常温水的换热降温来实现。故称为水冷机组，与水冷机组相对的称为风冷机组，风冷机组的冷凝器由与室外空气的强制通风换热达到制冷目的。

2、VRV系统：

是variable Refrigerant Volume系统的简称，即制冷剂流量可变式系统。其形式为一组室外机，由功能机和恒速机，变频机组成。通过并联室外机系统，将制冷管道集中进入一个管道系统，可以方便得根据室内机的容量的匹配，对室内机的合适的容量从122.5KW以1.5KW的级差进行选择，即最多一组室外机可连接30台室内机。室内机有天花板嵌入式、挂壁式、落地式等。型式不同的室内单机可连接到一个制冷回路上，并可进行单独控制。室内单机最小容量为0.6KW，最大为3.75KW，室内机的容量可在室外机容量的50%至130%内调节。

3、模块机

在VRV系统的基础上发展而来，它将传统的氟利昂管路改变为水路系统，将室内外机合并为制冷机组，室内机改为风机盘管。利用载冷剂水的换热来实现制冷过程。模块机由于能够根据冷负荷要求自动调节启动机组数量，实现灵活组合而此得名。

4、活塞式冷水机组：

活塞式冷水机组就是把实现制冷循环所需的活塞式制冷压缩机、辅助设备急附件紧凑地组装在一起的专供空调用冷目的使用的整体式制冷装置。活塞式冷水机组单机制冷从60至900KW，适用于中、小工程。

5、螺杆式冷水机组：

螺杆式冷水机组是提供冷冻水的大中型制冷设备。常用于国防科研、能源开发、交通运输、宾馆、饭店、轻工、纺织等部门的空气调节，以及水利电力工程用的冷冻水。螺杆式冷水机组是由螺杆制冷压缩机组、冷凝器、蒸发器以及自控元件和仪表等组成的一个完整制冷系统。它具有结构紧凑、体积小、重量轻、占地面积小、操作维护方便、运转平稳等优点，因而获得了广泛的应用，其单机制冷量从150至2200KW，适用于中、大型工程。

6、离心式冷水机组：

是由离心式制冷压缩机和配套的蒸发器、冷凝器和节流控制装置以及电气表组成整台的冷水机组，单机制冷量从700至4200KW。其适用于大、特大型工程。

7、溴化锂吸收式冷水机组：

以热能为动力，以水为制冷剂，以溴化锂溶液为吸收剂，制取0℃以上的冷媒水，可用

作空调或生产工艺过程的冷源，溴化锂吸收式以热能为动力，常见的有直燃型、蒸汽型、热水型三类，其冷量范围为230至5800KW，适用于中型、大型、特大型工程。

空调按结构分为三类：一是整体式（窗机）；二是分体式（分体式又分为挂机和柜机，挂机一般安装在卧室，柜机一般安装在客厅）；三是中央空调。

按技术特点分为两类：一是定速空调，二是变频空调（变频又分交流变频和直流变频）

中国制冷、空调设备制造行业企业数量分析

年份

企业数量（个）

2014年

2015年

2016年

2017年

2018年

2019年

*** 数据来源：国家统计局

中国制冷、空调设备制造行业资产规模分析

年份

资产总额（千元）

2014年

2015年

2016年

2017年

2018年

2019年

*** 数据来源：国家统计局

中国制冷、空调设备制造行业产成品分析

年份

产成品（千元）

2014年

2015年

2016年

2017年

2018年

2019年

*** 数据来源：国家统计局

中国制冷、空调设备制造行业销售规模分析

年份

销售收入（千元）

2014年

2015年

2016年

2017年

2018年

2019年

*** 数据来源：国家统计局

中国制冷、空调设备制造行业负债规模分析

年份

负债总额（千元）

2014年

2015年

2016年

2017年

2018年

2019年

*** 数据来源：国家统计局

中国制冷、空调设备制造行业利润规模分析

年份

利润总额（千元）

2014年

2015年

2016年

2017年

2018年

2019年

*** 数据来源：国家统计局

2019-2023年冷空调内销量预测

资料来源：观研天下数据中心整理

当前我国空调保有量约为1.5台/户左右，而我国邻国日本的空调保有量约为3台/户，从中日空调保有量对比可以看出，我国空调市场的市场容量还有较大发展空间。

其次，从我国城镇化进程计算可以预计，虽然未来我国空调新增需求占内销比例会逐渐下降，房地产滞后和宏观经济下行对于空调新增市场的影响，将在2019年达到最大，但是空调更新需求比例将会对应上升，同时不断上升的空调保有量基数将会是我国每年空调需

求量保持稳定增长。长期来看，我国空调行业发展潜力较大。

1、变频空调的应用逐渐占据主流

变频空调作为整个空调行业的换代产品，其一直以超静音、节能、恒温等显著的优点被广大消费者所青睐。其对于直流变频压缩机的高效应用，再加上控制技术的优越性，极大的改善了空调产品在启动过程中的大电流冲击;其软件设计所具有的先进性，总体内部流量方面的自动优化以及精确控制，从而使整个系统当中的电子控制元件、压缩机和换热器等达到最为科学准确的运作以及配置，使产品的节能性得到明显的进步。

“变频空调”的有关概念是与传统之中“定频空调”的比较之下产生的。我国电网电压是220V，50Hz，在这种条件下进行工作的空调就叫做“定频空调”。相关的供电频率是无法改变的，传统方面定频空调之中的压缩机转速几乎不会改变，利用不停的“开、停”压缩机对室内温度进行调节，其开关之间极易导致室温忽冷忽热，同时还会消耗很多的电能。而对于变频空调来说，其变频器能够改变压缩机实际的供电频率，对压缩机的转速进行调节，凭借这种方法来完成室温的控制，其电能消耗少，并且室温波动也很小，从而使舒适度得到有效的提高。应用变频控制有关技术的空调，可以根据实际的环境温度主观选择制冷、制热以及除湿运转方式，进而使居室能够在短时间之内快速稳定到需要的温度，同时在低能消耗状态以及低转速之下凭借非常小的温差波动，切实实现了节能、快速以及舒适控温效果。

2、节能环保的发展趋势

如今建筑能耗飞速增加，有关建筑节能的问题逐渐成为我国在能源战略方面的重点，并且建筑节能所具有潜力很大，节能效果非常突出。我国在建筑节能方面如果想要切实实现跨越式的进步发展，就需要从标准、法规、政策、体制、管理以及技术等方面，进行综合的管理，构建并健全建筑节能方面的法规体系，对建筑节能实际的标准体系进行完善，加强执行监督，严格处罚、批评以及检查等。

基于我国社会经济在近代的快速发展，人们对于生活空间质量方面的要求越来越高。而对节能环保的重视，也是为了能够妥善解决因为人口基数乘数相关效应，所导致的资源稀缺和规模膨胀之间所具有的现实矛盾，同时也是有关能源供给集中化和能源需求集中化所产生的矛盾，就目前中国市场在需求上依然不断膨胀的情况来说，对于节能环保的重视势必会引起全行业在技术产品方面的变革，这也为整个产业结构上的变动带来了新的动力，因此，空调行业的也必须要迎合时代发展的趋势，妥善的做到节能环保，如此才能在未来的空调市场之中占据一席之地。

3、产品高级化以及智能化的发展趋势

在全球同步上市有关自动清洁滤网方面的机器人空调之后不久，松下空调如今再次高调的推出了能够支持“泛网智控”有关远程遥控功能的一种全线新品。而在这之前，LG空调卷土重来之后一次性又发布了六大系列空调新品，其旗帜鲜明的表现了从“本土化”战略朝着“高端”进行转型，全面杜绝有关特价产品方面的投放。而进入中国十多年之后的三洋空调，也一同推出了二十多个新品。除此之外，三菱电机、大金、三菱重工等，也全都推出了各自研发的高端产品。各个企业之间的竞争已经逐渐渗透到了产品之中的所有方面，包括产品的造型，其中美的空调对于这方面做得非常成功，其创意性的将水钻镶嵌到了空调的面板上，由此吸引了大量的新锐消费者们的眼球与注意力，我国空调商家由于利润率的下降，更需要重视核心技术上的开发，从而挖掘潜在的在高端市场方面的需求。

【报告大纲】第一章 空调行业相关概述

1.1 空调简介

1.1.1 空调定义及分类

1.1.2 空调的主要功能

1.1.3 空调的工作原理

1.2 空调能效比及认证标志

1.2.1 空调器能效比

1.2.2 空调的认证标志

1.2.3 空调的命名标准

1.3 空调系统的主要组件

1.3.1 压缩机

1.3.2 换热器

1.3.3 节流部件

1.3.4 气液分离器

第二章 2015-2018年国际空调行业发展状况

2.1 世界空调行业发展概况

2.1.1 市场发展分析

2.1.2 市场并购状况

2.1.3 市场未来走向

2.2 欧洲市场

2.2.1 欧洲市场总况

2.2.2 英国

2.2.3 法国

2.2.4 德国

2.2.5 俄罗斯

2.2.6 意大利

2.2.7 西班牙

2.2.8 希腊

2.2.9 土耳其

2.3 北美市场

2.3.1 北美市场总况

2.3.2 美国

2.3.3 加拿大

2.4 东南亚市场

2.4.1 东南亚市场总况

2.4.2 印度尼西亚

2.4.3 泰国

2.4.4 马来西亚

2.4.5 新加坡

2.4.6 越南

2.4.7 菲律宾

2.5 其他地区及国家

2.5.1 非洲市场

2.5.2 拉美市场

2.5.3 中东市场

2.5.4 澳大利亚

第三章 2015-2018年中国空调行业发展分析

3.1 中国空调行业发展概况

3.1.1 我国空调行业发展阶段

3.1.2 我国空调行业总体状况

3.1.3 我国空调消费市场趋于成熟

3.1.4 国内空调市场品牌集中度提升

3.1.5 我国制冷空调行业总体发展状况

3.2 2015-2018年中国空调市场发展现状

3.2.1 2018年空调行业市场发展状况

- 3.2.2 2018年空调行业市场发展状况
- 3.2.3 2018年空调行业市场发展状况
- 3.3 2015-2018年全国房间空气调节器产量分析
 - 3.3.1 2015-2018年全国房间空气调节器产量趋势
 - 3.3.2 2018年全国房间空气调节器产量情况
 - 3.3.3 2018年全国房间空气调节器产量情况
 - 3.3.4 2018年全国房间空气调节器产量情况
 - 3.3.5 2018年房间空气调节器产量分布情况
- 3.4 2015-2018年中国空调进出口数据分析
 - 3.4.1 中国空调进出口总量数据分析
 - 3.4.2 2015-2018年主要贸易国空调进出口情况分析
 - 3.4.3 2015-2018年主要省市空调进出口情况分析
- 3.5 农村空调市场
 - 3.5.1 中国农村空调市场潜力巨大
 - 3.5.2 我国农村空调市场发展特征
 - 3.5.3 农村市场支撑空调业持续增长
 - 3.5.4 空调企业争抢农村市场份额
 - 3.5.5 拓展农村空调市场的策略措施
 - 3.5.6 我国农村空调市场潜力巨大
- 3.6 中国空调行业技术研发进展状况
 - 3.6.1 国内外空调产业专利技术竞争态势
 - 3.6.2 我国制冷空调技术研发进展简析
 - 3.6.3 我国空调产业面临潜在技术危机
- 3.7 中国空调行业存在的问题问题
 - 3.7.1 中国空调行业存在的主要问题
 - 3.7.2 制约我国空调行业发展的因素
 - 3.7.3 标识混乱制约行业良性发展
- 3.8 促进空调行业发展的策略建议
 - 3.8.1 国内空调企业加快发展的对策思路
 - 3.8.2 国内制冷空调行业发展重点及战略
 - 3.8.3 国家政策引导解决空调行业结构性矛盾
 - 3.8.4 加快中国空调行业发展的政策建议

第四章 中国家用空气调节器制造行业财务状况

- 4.1 中国家用空气调节器制造行业经济规模

- 4.1.1 2015-2018年家用空气调节器制造业销售规模
- 4.1.2 2015-2018年家用空气调节器制造业利润规模
- 4.1.3 2015-2018年家用空气调节器制造业资产规模
- 4.2 中国家用空气调节器制造行业盈利能力指标分析
 - 4.2.1 2015-2018年家用空气调节器制造业亏损面
 - 4.2.2 2015-2018年家用空气调节器制造业销售毛利率
 - 4.2.3 2015-2018年家用空气调节器制造业成本费用利润率
 - 4.2.4 2015-2018年家用空气调节器制造业销售利润率
- 4.3 中国家用空气调节器制造行业营运能力指标分析
 - 4.3.1 2015-2018年家用空气调节器制造业应收账款周转率
 - 4.3.2 2015-2018年家用空气调节器制造业流动资产周转率
 - 4.3.3 2015-2018年家用空气调节器制造业总资产周转率
- 4.4 中国家用空气调节器制造行业偿债能力指标分析
 - 4.4.1 2015-2018年家用空气调节器制造业资产负债率
 - 4.4.2 2015-2018年家用空气调节器制造业利息保障倍数
- 4.5 中国家用空气调节器制造行业财务状况综合评价
 - 4.5.1 家用空气调节器制造业财务状况综合评价
 - 4.5.2 影响家用空气调节器制造业财务状况的经济因素分析

第五章 2015-2018年中国中央空调发展分析

- 5.1 中央空调概述
 - 5.1.1 中央空调的工作原理
 - 5.1.2 家用中央空调
 - 5.1.3 商用中央空调
- 5.2 2018年中国中央空调市场分析
 - 5.2.1 整体特征分析
 - 5.2.2 品牌格局分析
 - 5.2.3 产品格局分析
- 5.3 2018年中国中央空调市场分析
 - 5.3.1 总体特征分析
 - 5.3.2 全年走势分析
 - 5.3.3 品牌特征分析
 - 5.3.4 区市场总体分析
- 5.4 我国中央空调业SWOT分析
 - 5.4.1 优势 (Strength)

5.4.2 劣势 (Weakness)

5.4.3 机会 (Opportunity)

5.4.4 威胁 (Threaten)

5.5 中国中央空调升级改造分析

5.5.1 能耗分析

5.5.2 噪音分析

5.5.3 舒适度分析

5.5.4 使用寿命分析

5.5.5 升级改造现状

5.5.6 效果及发展趋势

5.6 中央空调节能技术分析

5.6.1 空调设计中关键环节的节能控制

5.6.2 中央空调使用过程中的节能措施

5.6.3 加强中央空调的日常节能管理

第六章 2015-2018年户式中央空调发展分析

6.1 户式中央空调简述

6.1.1 户式中央空调的型式

6.1.2 户式中央空调的特点

6.1.3 户式中央空调的应用

6.1.4 与家用分体空调的区别

6.2 主要户式中央空调系统

6.2.1 冷、热水系统

6.2.2 多联机系统

6.2.3 风管式系统

6.3 2015-2018年户式中央空调行业总体分析

6.3.1 发展动因剖析

6.3.2 国外应用状况

6.3.3 市场规模分析

6.3.4 市场运行特点

6.3.5 市场关注热点

6.3.6 行业发展思路

6.4 户式中央空调的安装及维护

6.4.1 户式中央空调的选择原则

6.4.2 户式中央空调的安装

6.4.3 户式中央空调的安装验收

6.4.4 户式中央空调的维护管理

6.5 户式中央空调市场需求前景

6.5.1 需求的地域范围合理扩大

6.5.2 需求层次呈现多样化发展趋势

6.5.3 潜在市场发展空间巨大

6.5.4 户式中央空调发展趋势分析

第七章 2015-2018年家用空调行业发展分析

7.1 中国家用空调市场概况

7.1.1 市场发展历程

7.1.2 产品外观演变

7.1.3 市场推动因素

7.1.4 淘汰落后产能

7.1.5 家用中央空调趋势

7.2 2015-2018年中国家用空调业发展分析

7.2.1 行业发展态势

7.2.2 行业运行情况

7.2.3 出口市场规模

7.2.4 电商渠道格局

7.2.5 线上市场规模

7.2.6 提高保修年限

7.3 住宅家用空调运行分析

7.3.1 空调房间室温变化分析

7.3.2 住宅家用空调的运行方式

7.3.3 空调启动温度和空调控制温度

7.4 家用空调行业发展存在的问题及对策

7.4.1 市场需求放缓

7.4.2 能源环境问题

7.4.3 拓展家用空调市场对策

7.4.4 改进家用空调产品设计

第八章 2015-2018年中国变频空调行业发展分析

8.1 变频空调概述

8.1.1 变频空调的概念

- 8.1.2 变频空调的特点
- 8.1.3 变频空调的工作原理
- 8.2 中国变频空调行业总体分析
 - 8.2.1 行业发展历程
 - 8.2.2 市场份额提升
 - 8.2.3 行业发展现状
 - 8.2.4 行业新标准发布
- 8.3 2015-2018年中国变频空调市场发展分析
 - 8.3.1 变频空调市场扩容
 - 8.3.2 行业产销规模
 - 8.3.3 市场发展特点
 - 8.3.4 市场竞争格局
 - 8.3.5 重点企业动态
- 8.4 变频空调技术
 - 8.4.1 变频空调技术发展
 - 8.4.2 变频空调技术原理
 - 8.4.3 技术水平不断升级
 - 8.4.4 美的公司技术升级
- 8.5 变频空调发展前瞻
 - 8.5.1 行业发展前景
 - 8.5.2 技术发展方向
 - 8.5.3 行业发展趋势
 - 8.5.4 产品能效发展趋势

第九章 2015-2018年中国空调行业竞争分析

- 9.1 空调行业竞争现状
 - 9.1.1 空调流通渠道竞争环境分析
 - 9.1.2 迈入产业价值链竞争时代
 - 9.1.3 企业群体主导中国空调业升级
 - 9.1.4 行业售后服务竞争
 - 9.1.5 竞争差异化显现
 - 9.1.6 标准之争成重点
- 9.2 中国空调市场中外竞争分析
 - 9.2.1 中外品牌发展模式比较
 - 9.2.2 外资空调品牌竞争现状

9.2.3 本土空调海外市场发展

9.3 空调行业波特五力竞争模型分析

9.3.1 现有企业竞争分析

9.3.2 潜在进入者分析

9.3.3 供应商议价能力

9.3.4 购买者议价能力

9.3.5 替代品的威胁

9.4 空调行业其他竞争模型分析

9.4.1 SWOT模型

9.4.2 SCOR模型

9.5 空调行业竞争策略分析

9.5.1 目标市场选择

9.5.2 市场切入点

9.5.3 集中资源优势

9.5.4 培训及组织变革

9.5.5 切换竞争新模式

第十章 2015-2018年中国空调市场营销分析

10.1 空调营销面临的市场现状分析

10.1.1 消费者趋于理性

10.1.2 潜规则基础动摇

10.1.3 流通格局改变

10.1.4 市场增长点转移

10.1.5 可支配资源减少

10.2 空调行业营销渠道分析

10.2.1 家电连锁卖场

10.2.2 专业经销商

10.2.3 百货商场

10.2.4 专卖店

10.2.5 新型营销渠道

10.3 空调行业分销渠道模式分析

10.3.1 美的模式

10.3.2 海尔模式

10.3.3 格力模式

10.3.4 志高模式

10.4 空调营销中存在的不足

10.4.1 渠道竞争无序

10.4.2 营销效率低下

10.4.3 目标市场同质化

10.4.4 渠道创新不足

10.5 中国空调行业营销策略

10.5.1 产品营销策略

10.5.2 营销合作思路

10.5.3 中小企业营销策略

10.5.4 提升服务策略

10.6 空调营销案例介绍

10.6.1 格力空调“简单化”营销

10.6.2 美的空调品牌营销

10.6.3 海信空调“诚信”营销

10.6.4 奥克斯空调的差异化营销

10.6.5 格兰仕空调的植入营销

第十一章 2015-2018年空调行业部分区域发展分析

11.1 山东

11.1.1 市场活跃成因分析

11.1.2 中央空调市场特征

11.1.3 中央空调市场格局

11.2 江苏

11.2.1 江苏市场概况

11.2.2 市场发展成因

11.2.3 市场发展特征

11.2.4 市场竞争格局

11.3 上海

11.3.1 2018年市场发展走势

11.3.2 推广燃气中央空调

11.3.3 推广节能性空调

11.4 浙江

11.4.1 市场发展特征

11.4.2 市场竞争格局

11.4.3 项目投资动态

11.5 广东

11.5.1 区域市场情况

11.5.2 区域行业地位

11.5.3 市场发展特征

11.5.4 市场竞争格局

第十二章 2015-2018年中国空调压缩机行业发展分析

12.1 空调压缩机概述

12.1.1 空调压缩机定义及特点

12.1.2 空调压缩机的分类

12.1.3 空调压缩机的工作原理

12.2 中国压缩机行业发展概况

12.2.1 行业发展历程

12.2.2 空调压缩机节能要求

12.2.3 空调压缩机技术要求

12.2.4 压缩机行业标准体系

12.2.5 行业面临的挑战及策略

12.3 2015-2018年中国空调压缩机行业发展分析

12.3.1 行业发展现状

12.3.2 行业销售规模

12.3.3 市场销售模式

12.3.4 出口市场规模

12.3.5 行业盈利能力

12.3.6 技术发展动态

12.4 汽车空调压缩机

12.4.1 汽车空调压缩机的概念及分类

12.4.2 汽车空调压缩机行业发展历程

12.4.3 中国汽车空调压缩机市场分析

12.4.4 乘用车空调压缩机行业特点

12.4.5 汽车企业布局压缩机市场

12.4.6 重点企业并购动态

第十三章 国内空调行业重点企业介绍

13.1 珠海格力电器股份有限公司

13.1.1 企业发展简况分析

- 13.1.2 企业经营情况分析
- 13.1.3 企业经营优劣势分析
- 13.2 美的集团股份有限公司
 - 13.2.1 企业发展简况分析
 - 13.2.2 企业经营情况分析
 - 13.2.3 企业经营优劣势分析
- 13.3 海信科龙电器股份有限公司
 - 13.3.1 企业发展简况分析
 - 13.3.2 企业经营情况分析
 - 13.3.3 企业经营优劣势分析
- 13.4 青岛海尔股份有限公司
 - 13.4.1 企业发展简况分析
 - 13.4.2 企业经营情况分析
 - 13.4.3 企业经营优劣势分析
- 13.5 志高控股有限公司
 - 13.5.1 企业发展简况分析
 - 13.5.2 企业经营情况分析
 - 13.5.3 企业经营优劣势分析

第十四章 空调行业发展趋势及前景分析

- 14.1 我国空调行业未来发展趋势分析
 - 14.1.1 空调行业的发展趋势
 - 14.1.2 销售渠道趋向多元化
 - 14.1.3 空调室外机小型化转变
- 14.2 中国空调行业未来主要发展方向
 - 14.2.1 节能技术
 - 14.2.2 绿色环保
 - 14.2.3 健康舒适
- 14.3 中国空调行业发展前景分析
 - 14.3.1 智慧空调发展迅速
 - 14.3.2 高能效空调前景广阔
 - 14.3.3 燃气空调前景向好
 - 14.3.4 太阳能空调潜力巨大
- 14.4 中国空调行业发展预测
 - 14.4.1 市场规模预测

14.4.2 产品设计预测

14.4.3 渠道销售预测

14.4.4 电商渠道预测

14.5 2019-2025年家用空气调节器行业预测分析

14.5.1 2019-2025年家用空气调节器收入预测

14.5.2 2019-2025年家用空气调节器利润预测

14.5.3 2019-2025年家用空气调节器规模预测

第十五章 2015-2018年影响中国空调行业发展的相关政策

15.1 标准规范

15.1.1 中央空调节能国标获颁布实施

15.1.2 2018年空调行业标准发布实施情况

15.1.3 2018年空调行业标准发布实施情况

15.1.4 2018年空调行业标准发布实施情况

15.2 家电下乡政策

15.2.1 《家电下乡操作细则》

15.2.2 家电下乡政策对空调行业的影响

15.2.3 空调受家电下乡政策退潮影响严峻

15.2.4 家电下乡政策的综合效益评估

15.3 以旧换新政策

15.3.1 《促进扩大内需 鼓励汽车、家电“以旧换新”实施方案》

15.3.2 《家电以旧换新实施办法》

15.3.3 家电以旧换新政策的影响分析

15.3.4 空调业重启“以旧换新”政策

15.4 节能补贴政策

15.4.1 《节能产品惠民工程高效节能房间空调器推广实施细则》

15.4.2 节能家电补贴政策实施情况

15.4.3 国家发布空调节能补贴政策

15.4.4 空调政采须满足节能环保要求

15.4.5 中央空调节能改造政策利好

15.4.6 空调或受惠节能扶持新政

15.5 其他相关政策分析

15.5.1 宏观调控政策对行业的影响

15.5.2 公积金政策调整对空调的影响

15.5.3 空调企业推行六年包修政策

图表目录：

图表 2015-2018年全国房间空气调节器产量趋势图

图表 2018年全国房间空气调节器产量数据

图表 2018年主要省份房间空气调节器产量占全国产量比重情况

图表 2018年全国房间空气调节器产量数据

图表 2018年主要省份房间空气调节器产量占全国产量比重情况

图表 2018年全国房间空气调节器产量数据

图表 2018年主要省份房间空气调节器产量占全国产量比重情况

图表 2018年房间空气调节器产量集中程度示意图

图表 2015-2018年中国空调进口分析

图表 2015-2018年中国空调出口分析

图表 2015-2018年中国空调贸易现状分析

图表 2015-2018年中国空调贸易顺逆差分析

图表详见报告正文.....（GY SYL）

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国空调行业分析报告-产业竞争格局与未来动向研究》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

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。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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/kongtiao/405673405673.html>