

2018-2023年中国多联机空调行业市场现状分析与 投资风险研究报告

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《2018-2023年中国多联机空调行业市场现状分析与投资风险研究报告》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/296119296119.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

多联机近年来发展快速，已占据中央空调半壁江山

近十年来，多联机技术不断提升，价格持续下降(根据我们调研，部分品牌分别于2006年降价约20%，2010年降价约10%，2014年降价约10%)。随着居民收入的增加和工企业的持续发展，甲方（建设方或者投资方）对多联机不再望“价”却步，多联机由于其管理方便等突出特点愈发受欢迎，尤其在一些空调使用要求较高的单位，如医院、写字楼、高档公寓等。

数据显示，2002-2011年10年间，多联机市场容量年增长率均保持在25%以上；并且，在2007年多联机整体市场销售额首次超过冷水机组后，与冷水机组市场的差距正逐年拉大。进入2017年以来，多联机继续保持高歌猛进的势头，数据显示，第一季度多联机市场占比达48.41%，同比增长6.32%，另据产业在线数据显示，2017上半年多联机销售额为214.25亿元，同比增长33.4%，市场占比为50.9%，可以说多联机已经占据中央空调领域的半壁江山。

多联机之所有能够快速占领其他品类的市场份额，在于其制冷效果、管理方便等方面比其他品类空调更为优越。

数据来源：中国报告网整理

数据来源：中国报告网整理

优良的送风方式和舒适度，多联机开始挤占分体空调的市场。有数据显示，2016年家装市场增长超过40%以上，近年来多联机快速发展受益于家装零售市场，多联机增长20%，主要推动力是来自于多联机对分体空调的替代作用。

虽然相同制冷量情况下，多联机在价格和安装费要比普通分体空调高大约50%，但是多联机在制冷/制热、送风方式、环境效果、美观等方面明显均优于分体空调，在中国消费升级的背景下，越来越被消费者认可。

资料来源：中国报告网整理

2016年小型多联机维持30%-40%的增长，我们认为，主要原因在于在需求端——家装市场的持续快速发展势头发展，城镇居民可支配收入的提高，消费的不断升级，加上多联机

的价格也开始亲民。上述因素在未来会持续发生作用，推动行业小型多联机的对分体空调的替代作用。

数据来源：中国报告网整理

数据来源：中国报告网整理

多联机更加节能和方便管理，替代冷水机和单元机趋势明显。近年来冷水机组发展较为缓慢，一方面是由于公建大型大项目的减少，另外一个主要是在多联机对冷水机组替代作用，尤其在一些中小项目上，多联机呈现出替代冷水机组的实力和潜力，其主要优势在于：

1、与冷水机组中央空调相比,省去了主机房、冷却塔、水输配系统等设备,没有水管漏水隐患；与单元机相比,多联机既可单机单独控制、又可群组控制,克服了单元机只能整机运行、调节范围有限、低负荷时运行效率不高的弊病；

2、管理和后期维护上十分方便。由于冷水机组机房及水路系统复杂，时刻存在漏水隐患，需要专门一个班组24小时监控，一旦发生问题，会给公司或业主造成较大损失。新增加一个班组，增加工资开支、办公及住宿场所。多联机不存在水路系统，无需专人看守。

3、多联机制冷制热成本均低于冷水机组。冷水机制冷/制热时需要将冷量或者热量首先传递给水，水作为中间媒介，将冷量或者热量通过水路循环系统传递到室内风机盘管冷却空气，冷量由制冷媒传递到水、以及在冷水系统中传递时会发生损失。多联机直接是由通过氟管系统，将制冷剂传递到风机盘管冷却空气。

资料来源：中国报告网整理

多联机相比于水机组来说，设备费用高大约50%，但是后期运行和管理费用较低。下面以20000平方米的写字楼为例进行比较。应用场景：20000平方米写字楼、设计总冷量：2400KW、总耗电量：768KW（满负荷）

资料来源：中国报告网整理

根据以上计算，冷水机每年产生的维护费用比多联机69.6万元，多联机初始投资比冷水机多200万元，则经过2.87年多联机所节省费用就等于其多出来的初始投资，超过这个年份，冷水机花费更多。按使用年限20年计算，冷水机需要多花费1,192万元。因此从整个使

用寿命期来看，多联机比冷水机更加实惠。

尽管多联机目前呈现出替代冷水机的态势，但是并不是说多联机可以应用于一切工程项目。实际上在公用大型项目中采用多联机产品有几个很明显的弊端：

1、

随着配管长度的增加，其制冷效率随之下降，多联机的COP值远不及大型冷水机组系统管道太长，造成距离室外机远端较远的室内机反应速度不足，制冷/制热效果下降；

2、配管长度过长，控制将变得复杂；

3、多联机应用于大型项目，室外机太多，安放困难，安置不好还会互相影响。

4、北方地区集中供暖，成本低，因此水系统的优势在于可接入集中供暖。

我们认为，冷水机组在中小型工程中被多联机的替代的趋势不可逆转，但在机场、体育馆等公用大型建筑项目上，仍需要以冷水机为主。

互联网数据中心规模迅速扩大，机房空调市场将迎来快速发展。

互联网数据中心（IDC）的概念于上世纪90年代中期被提出，是一整套复杂的设施的总称，包括计算机系统及与之配套的设备（例如通信和存储系统）、数据通信连接、环境控制设备、监控设备以及各种安全装置，在互联网上提供各项增值服务，具体包括申请域名、租用虚拟主机空间、主机托管等业务。以前IDC存在的意义只是对大型主机进行维护和管理，如今伴随云计算、大数据、虚拟化等新兴技术的落地，数据中心流量和带宽成指数级增长，IDC的发展从服务器机房向大型超大规模部署演进，承载着向越来越多的网络设备及用户交付IT服务并提供存储、通信及网络的重任。

资料来源：中国报告网整理

数据来源：中国报告网整理

当前云计算、移动互联、物联网等技术融合发展，数据中心开始进入整合、升级、云化新阶段，中央和地方政府正大力发展云计算、大数据产业，数据中心建设需求将释放，机房空调市场或将迎来大发展。

中央空调行业在数据中心领域也不断树立起经典案例，成为中央空调市场新增长点。

大型数据中心机房建筑建设的规模大、采用大型的中央空调设备的数量多，对设备的要求高，对空调设备商的准入门槛高。

有数据显示，互联网数据中心市场规模从2007年的34.6亿元高速增长到2016年的714.5亿元，年复合增长率达35%。未来三年整体IDC市场增速仍将保持在35%以上,到2018年中国IDC市场规模将接近1,400亿元；我国数据中心机房面积从2011年的89万平方米增长到2015年的208万平方米，年复合增长率达23%。

数据来源：中国报告网整理

数据来源：中国报告网整理

根据IDC圈的300个样本，我们发现数据中心主要分布在沿海地区以及一线城市。在这300个样本中，53个数据中心属于北京，占总数的18%；广东有50个数据中心，占总数的17%；上海有31个数据中心，占总数的10%。数据中心的建设主体有政府机构、电信企业、互联网企业、金融企业，其中电信行业是数据中心主要建设者。在选取的300个样本中，三大运营商占据了主流机房的69%，第三方IDC运营商（政府机构、互联网企业、金融企业）占据主流机房的31%。

数据来源：中国报告网整理

资料来源：中国报告网整理

数据来源：中国报告网整理

数据来源：中国报告网整理

数据来源：中国报告网整理

十二五以来，国家将信息化建设视作我国经济发展的重要推动力，作为信息化建设重要组成部分，国家出台多项政策加快数据中心建设：

一、2012年6月，工信部发布《鼓励和引导民间资本进一步进入电信业的实施意见》，鼓励民间资本参与、电信建设；

二、2012年12月，工信部又发布《关于进一步规范因特网数据中心业务和因特网接入

服务业务市场准入工作的通告》，重新开启了暂停4年的IDC和ISP许可证的申请工作；

三、2013年工信部又在2013年联合国家5部委发布《关于数据中心建设布局的指导意见》。

四、今年国务院又发布《关于促进云计算创新发展培育信息产业新业态的意见》。这些指导性文件都在推动国内数据中心和云计算产业的稳健发展方面起着积极作用。

除了国家层面的政策以外，各省市也根据自身的建设发展需求，针对信息化、大数据、互联网+等方面出台了许多政策。

我国数据中心数量众多，不过大型的数据中心并不是很多。拥有超过3000个机柜的大型数据中心2012年有164个，现在超过300个，这些大型数据中心有近1/3都集中在北上广三地，经济发达的地方也是数据中心最为集中的地方。

随着数据中心规模的迅速扩大，在东部建设数据成本的将增加。另外，很多地方政府加大了引入数据中心的力度，推出了很多优惠的减税减负政策，吸引到当地建设数据中心，寄期望于通过数据中心拉动地方经济。因此，近年来建设方开始选择在低价便宜，温度较低的中西部建设数据中心。

在大型数据中心建筑中，IT设备的能耗约占46%，制冷和空调能耗占到35%。2016年，中共中央办公厅、国务院相继出台和印发了《国家信息化发展战略纲要》、《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》和《“十三五”国家信息化规划》等一系列相关政策要求，到2018年，新建大型云计算数据中心电能使用效率(PUE)值不高于1.5；到2020年，形成具有国际竞争力的云计算和物联网产业体系，新建大型云计算数据中心PUE值不高于1.4。因此，大型数据中心中制冷空调选型上将节能性考虑为首要因素。

我们估算，2017至2019年数据中心投资规模仍将保持在35%以上的增速，上游需求端市场规模保持30%以上的增速。2013年至2015年机房建设面积分别为150万平方米、179万平方米、208万平方米，年复合增长率为23.6%，2016至2019年数据中心机房面积增长率将达到30%，分别为270万平方米、352万平方米、457万平方米、594万平方米。数据中心节能和安全性能要求，我们综合考虑配置多联机和水机，并按50%的备用比例计算，因此可按600元/平方米市场均价计，由此带来16.2亿元、21.1亿元、27.4亿元、35.6亿元的中央空调市场增量。

【报告目录】

第1章：中国制冷、空调设备行业发展综述

1.1行业定义及分类

1.1.1行业概念及定义

1.1.2行业主要产品大类

1.2行业统计标准

1.2.1行业统计部门

1.2.2行业统计口径

1.2.3行业统计方法

1.2.4行业数据种类

1.3行业市场环境分析

1.3.1行业政策环境

(1) 《多联机空调系统工程技术规程》解读

(2) 《中国消耗臭氧层物质逐步淘汰国家方案》解读

(3) 中央空调系列标准发布情况

(4) 节能减排的相关政策分析

1) 新《房间空气调节器能效限定值及能效等级》

2) 《节能产品惠民工程高效节能单元式空气调节机和冷水机组推广实施细则》解读

3) 住建部：全力推动建筑产业“绿色”化

(5) 行业进出口相关政策分析

1.3.2行业经济环境分析

(1) 国际宏观经济环境分析与预测

1) 全球经济形势预测

2) 美国经济形势预测

3) 欧盟经济形势预测

4) 日本经济形势预测

5) 其他国家经济形势预测

(2) 国内宏观经济环境分析与预测

1) 国内宏观经济现状

2) 国内宏观经济预测

1.3.3行业技术环境分析

(1) 行业技术水平发展现状

(2) 行业技术与国外的差距

(3) 造成技术差距的原因

(4) 缩小技术差距的建议

(5) 行业技术的发展趋势

1.3.4行业社会环境分析

(1) 能源紧缺问题

(2) 地区差距问题

(3) 环境保护问题

1.3.5行业市场环境总结

1.4行业原材料及配件市场分析

1.4.1行业产业链简介

1.4.2主要原材料及配件市场分析

(1) 钢材市场

1) 市场发展现状

2) 市场供给分析

3) 市场区域分析

4) 价格走势分析

(2) 有色金属市场

1) 行业需求分析

2) 市场供给分析

3) 价格走势分析

(3) 电子元器件市场

1) 市场发展现状

2) 行业采购特点

3) 市场供给分析

4) 价格走势分析

1.4.3制冷四大部件市场分析

(1) 制冷压缩机市场

1) 市场发展现状

2) 市场供给分析

3) 主要供应商

(2) 电子膨胀阀市场

1) 市场发展现状

2) 市场供给及供应商

3) 未来发展对行业的影响

(3) 冷凝器和蒸发器市场

1) 市场发展现状

2) 市场供给及供应商

第2章：中国制冷、空调设备行业发展与供需平衡分析

2.1行业发展状况分析

2.1.1行业发展的总体概况

2.1.2行业发展的主要特点

- (1) 国内供应商分布
- (2) 国产品牌发展趋势
- (3) 产品质量和技术水平

2.1.3影响行业发展的因素

- (1) 原材料的价格
- (2) 下游行业需求
- (3) 技术水平程度

2.1.4行业经营情况分析

- (1) 行业经营效益分析
- (2) 行业盈利能力分析
- (3) 行业运营能力分析
- (4) 行业偿债能力分析
- (5) 行业发展能力分析

2.2行业供需平衡分析

2.2.1行业供给情况分析

- (1) 行业总产值分析
- (2) 行业产成品分析

2.2.2行业需求情况分析

- (1) 行业销售产值分析
- (2) 行业销售收入分析
- (3) 行业需求特征分析
- (4) 行业需求趋势分析

2.2.3行业产销率分析

2.3行业进出口分析

2.3.1进出口状况综述

2.3.2进出口产品结构

- (1) 进口产品结构
- (2) 出口产品结构

2.3.3进出口前景及建议

- (1) 进口前景及建议
- (2) 出口前景及建议

第3章：中国制冷、空调设备行业主要产品市场分析

3.1行业主要产品结构分析

3.1.1主要产品品牌

3.1.2主要产品类别

3.2行业主要产品市场分析

3.2.1多联机组产品市场

(1) 区域市场占有率

(2) 市场占有率

(3) 品牌占有率

3.2.2冷水机组产品市场

(1) 风冷螺杆机组

1) 市场占有率

2) 品牌占有率

(2) 水冷螺杆机组

1) 市场占有率

2) 区域市场占有率

3) 品牌占有率

(3) 模块机组

1) 市场占有率

2) 区域市场占有率

3.2.3离心机组产品市场

(1) 市场占有率

(2) 区域市场占有率

(3) 品牌占有率

3.2.4溴化锂机组产品市场

(1) 市场占有率

(2) 区域市场占有率

(3) 品牌占有率

3.2.5水地源热泵产品市场

(1) 市场占有率和增长率

(2) 区域市场占有率

(3) 品牌占有率

3.2.6单元机组产品市场

(1) 市场占有率

(2) 区域市场占有率

(3) 品牌占有率

3.2.7 末端产品市场

(1) 市场占有率

(2) 区域市场占有率

(3) 品牌占有率

(4) 市场发展前瞻

第4章：中国制冷、空调设备行业市场需求分析

4.1 行业下游需求分布

4.1.1 行业区域市场分布

4.1.2 产品用户地域分布

4.1.3 产品购买渠道分析

4.2 冷链物流对制冷、空调设备的需求分析

4.2.1 中国冷链物流发展现状

4.2.2 发达国家冷链物流与中国对比

4.2.3 制冷、空调设备在冷链物流的应用现状

(1) 冷库应用现状

(2) 冷藏车应用现状

4.2.4 冷链物流主要采购商

4.2.5 冷链物流主要采购模式

4.2.6 冷链物流领域需求分析

(1) 医药冷链需求分析

1) 医药冷链物流发展现状

2) 制冷、空调设备市场规模

(2) 肉制品冷链物流市场分析

1) 肉制品冷链物流发展现状

2) 制冷、空调设备市场规模

(3) 速冻食品冷链物流市场分析

1) 速冻食品冷链物流发展现状

2) 制冷、空调设备市场规模

(4) 乳制品冷链物流市场分析

1) 乳制品冷链物流市场发展现状

2) 制冷、空调设备市场规模

(5) 果蔬产品冷链物流市场分析

1) 果蔬产品冷链物流发展现状

2) 制冷、空调设备市场规模

4.2.7政策规划对冷链物流行业的影响

- (1) 《农产品冷链物流发展规划》
- (2) 《全国药品流通行业发展规划纲要》
- (3) 《肉类工业“十三五”发展规划》

4.3石化行业对制冷、空调设备的需求分析

4.3.1制冷、空调设备在石化行业的应用现状

4.3.2石化行业主要采购商

4.3.3石化行业主要采购模式

4.3.4行业需求规模及前景分析

4.4冶金工业对制冷、空调设备的需求分析

4.4.1制冷、空调设备在冶金工业应用现状

4.4.2行业需求规模及前景分析

4.5制药行业对制冷、空调设备的需求分析

4.5.1制冷、空调设备在制药行业应用现状

4.5.2行业需求规模及前景分析

4.6公共以及商用建筑对制冷、空调设备的需求分析

4.6.1餐饮酒店行业的需求分析

- (1) 固定资产投资状况
- (2) 新增星级餐饮酒店数量
- (3) 采购商对供应商产品资质要求
- (4) 行业需求特点及前景分析

4.6.2市政工程建设行业的需求分析

- (1) 固定资产投资状况
- (2) 新增市政工程项目数量
- (3) 采购商对供应商产品资质要求
- (4) 行业需求规模及前景分析

4.6.3医疗卫生行业的需求分析

- (1) 固定资产投资状况
- (2) 新增医疗卫生机构数量
- (3) 采购商对供应商产品资质要求
- (4) 行业需求规模及前景分析

4.6.4体育场馆建设的需求分析

- (1) 投资建设现状
- (2) 采购商对供应商产品资质要求
- (3) 行业需求规模及前景分析

4.6.5 商用办公写字楼建设的需求分析

- (1) 中国写字楼市场投资建设现状
- (2) 新增大中型商用办公写字楼数量
- (3) 采购商对供应商产品资质要求
- (4) 采购商需求特点与采购模式

第5章：全球制冷、空调设备行业市场竞争状况分析

5.1 行业总体竞争状况分析

5.2 国际市场竞争状况分析

5.2.1 市场发展现状

5.2.2 市场竞争状况

5.2.3 市场发展趋势

5.2.4 全球领先企业分析

(1) 美国开利 (Carrier) 公司

- 1) 企业发展简况
- 2) 企业经营情况分析
- 3) 企业经营模式分析
- 4) 企业主营产品及新产品动向
- 5) 企业市场区域及行业地位分析
- 6) 企业在中国市场投资布局情况

(2) 美国约克 (YORK) 公司

- 1) 企业发展简况
- 2) 企业经营模式分析
- 3) 企业主营产品及新产品动向
- 4) 企业市场区域及行业地位分析
- 5) 企业在中国市场投资布局情况

(3) 日本大金工业株式会社 (DaikinIndustries)

- 1) 企业发展简况
- 2) 企业经营情况分析
- 3) 企业经营模式分析
- 4) 企业主营产品及新产品动向
- 5) 企业市场区域及行业地位分析
- 6) 企业在中国市场投资布局情况

(4) 三菱电机株式会社 (MITSUBISHIELECTRIC)

- 1) 企业发展简况
- 2) 企业经营情况分析

3) 企业经营模式分析

4) 企业主营产品及新产品动向

5) 企业在中国市场投资布局情况

(5) 美国特灵 (Trane) 公司

1) 企业发展简况

2) 企业经营模式分析

3) 企业主营产品及新产品动向

4) 企业在中国市场投资布局情况

(6) 美国麦克维尔 (Mcquay) 集团

1) 企业发展简况

2) 企业主营产品及新产品动向

3) 企业市场区域及行业地位分析

4) 企业在中国市场投资布局情况

5.2.5 跨国公司在华竞争策略

5.2.6 国内企业与全球领先企业差距分析

5.3 国内市场竞争状况分析

5.3.1 国内市场规模

5.3.2 议价能力分析

(1) 上游议价能力

(2) 下游议价能力

5.3.3 潜在威胁分析

(1) 新进入者潜在威胁

(2) 替代品潜在威胁

5.3.4 市场竞争格局分析

(1) 竞争格局概述

(2) 市场集中度分析

5.4 行业投资兼并与重组分析

5.4.1 投资兼并与重组整合概况

5.4.2 企业投资兼并与重组整合

5.4.3 投资兼并与重组趋势判断

(1) 倾向于横向并购

(2) 整合进程将持续

第6章：中国重点区域制冷、空调设备市场发展分析

6.1 行业总体区域结构特征分析

6.1.1 区域总体结构分析

- (1) 从资产规模看
- (2) 从企业数量看
- (3) 从销售收入看
- 6.1.2区域集中度分析
- 6.1.3区域分布特点分析
- 6.1.4行业规模指标区域分布分析
- 6.1.5行业企业数量区域分布分析
- 6.1.6行业效益指标区域分布分析
- 6.2浙江省制冷、空调设备行业发展分析及预测
 - 6.2.1在行业中的地位变化
 - 6.2.2全省行业经济运行状况
 - 6.2.3全省行业发展趋势预测
- 6.3上海市制冷、空调设备行业发展分析及预测
 - 6.3.1在行业中的地位变化
 - 6.3.2全市行业经济运行状况
 - 6.3.3全市行业发展趋势预测
- 6.4江苏省制冷、空调设备行业发展分析及预测
 - 6.4.1在行业中的地位变化
 - 6.4.2全省行业经济运行状况
 - 6.4.3全省行业发展趋势预测
- 6.5广东省制冷、空调设备行业发展分析及预测
 - 6.5.1在行业中的地位变化
 - 6.5.2全省行业经济运行状况
 - 6.5.3全省行业发展趋势预测
- 6.6山东省制冷、空调设备行业发展分析及预测
 - 6.6.1在行业中的地位变化
 - 6.6.2全省行业经济运行状况
 - 6.6.3全省行业发展趋势预测
- 6.7辽宁省制冷、空调设备行业发展分析及预测
 - 6.7.1在行业中的地位变化
 - 6.7.2全省行业经济运行状况
 - 6.7.3全省行业发展趋势预测
- 6.8北京市制冷、空调设备行业发展分析及预测
 - 6.8.1在行业中的地位变化
 - 6.8.2全市行业经济运行状况

6.8.3全市行业发展趋势预测

第7章：中国制冷、空调设备行业主要企业生产经营分析

7.1制冷、空调设备企业发展总体状况

7.2制冷、空调设备行业领先企业个案分析

7.2.1大连冷冻机股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

7.2.2双良节能系统股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

7.2.3大金空调（上海）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.4浙江盾安人工环境股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析

- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

7.2.5长沙远大空调有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.6上海一冷开利空调设备有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.7特灵空调系统（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

7.2.8三菱电机空调影像设备（上海）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析
- (5) 企业最新发展动向分析

7.2.9烟台冰轮股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

7.2.10 约克（无锡）空调冷冻设备有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.11 松下制冷（大连）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业产品技术分析
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析

7.2.12 广东申菱环境系统股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.13 约克广州空调冷冻设备有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.14 深圳麦克维尔空调有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.15浙江春晖集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.16斯必克冷却技术（天津）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.17比泽尔制冷技术（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.18广州日立冷机有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.19哈尔滨空调股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析

- (6) 企业发展能力分析
 - (7) 企业产品结构及新产品动向
 - (8) 企业销售渠道与网络
 - (9) 企业经营状况优劣势分析
 - (10) 企业最新发展动向分析
- 7.2.20 麦克维尔空调制冷（武汉）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

第8章：中国制冷、空调设备行业前景预测与投资建议

8.1 行业发展趋势及前景预测

8.1.1 行业发展趋势分析

8.1.2 行业发展前景预测

8.2 行业投资价值与机会

8.2.1 行业投资特性分析

(1) 行业进入壁垒分析

(2) 行业盈利模式分析

8.2.2 行业投资价值分析

(1) 行业盈利水平分析

(2) 行业抗风险能力分析

(3) 行业投资价值综合评判

8.2.3 行业投资机会分析

(1) 行业重点投资领域

(2) 行业重点投资产品

8.2.4 行业投资风险分析

(1) 政策风险

(2) 技术风险

(3) 宏观经济波动风险

8.2.5 行业其他风险

(1) 人力资源风险

(2) 市场竞争风险

(3) 产品出口风险

(4) 汇率变动风险

(5) 关联行业风险

8.3行业投资动向及建议

8.3.1行业最新投资动向

8.3.2行业企业投资建议

(1) 投资方向建议

(2) 投资方式建议

图表目录

图表1：制冷、空调设备行业产品分类

图表2：《多联机空调系统工程技术规程》解读

图表3：《中国消耗臭氧层物质逐步淘汰国家方案》解读

图表4：部分中央空调系列标准

图表5：新《房间空气调节器能效限定值及能效等级》解读

图表6：《节能产品惠民工程高效节能单元式空气调节机和冷水机组推广实施细则》解读

图表7：2015-2017年全球经济增速（单位：%）

图表8：2015-2017年美国GDP（不变价）同比变化情况（单位：%）

图表9：2015-2017年欧盟失业率及CPI走势图（单位：%）

图表10：2010-2017年日本GDP（现价）同比变化情况（单位：%）

图表11：2015-2017年中国GDP增长趋势图（单位：%）

图表12：2017年我国主要工业产品产量（亿米，万吨，万台，万辆，万千瓦，亿块，%）

图表13：2010-2017年中国社会消费品零售总额走势图（单位：亿元，%）

图表14：2006-2017年宏观经济景气指数走势图（单位：%）

图表15：1995-2017年全国居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表16：2017年主要经济指标增长及预测（单位：%）

图表17：制冷、空调设备制造技术发展趋势

图表18：中国制冷、空调设备行业的区域分布情况（按总资产统计）（单位：%）

图表19：蒙特利尔议定限量

图表20：按国家列出的二氧化碳排放量

图表21：制冷、空调设备行业上下游关系图

图表22：2010-2017年中国钢材生产情况（单位：亿吨，%）

图表23：2015-2017年中钢协国内钢铁价格综合指数走势图（单位：点）

图表24：2010-2017年我国铜材产量情况（单位：万吨，%）

图表25：2010-2017年中国铝材产量情况（单位：万吨，%）

图表26：2015-2017年铜材价格指数走势（单位：点）

图表27：2015-2017年铝材价格指数走势（单位：点）

图表28：2015-2017年电子元器件销售收入和产销率（单位：万元，%）

图表29：2015-2017年电子元器件价格指数走势图（单位：点）

图表30：我国旋转压缩机和涡旋压缩机产销量增减情况（单位：%）

图表31：中国制冷压缩机主要生产企业

图表32：中国冷凝器、蒸发器市场规模（单位：亿元）

图表33：中国冷凝器、蒸发器产品及其供应商分析

图表34：2009-2017年制冷、空调设备行业销售收入及增长情况（单位：亿元，%）

图表35：2013-2017年中央空调市场占有率变化（单位：%）

图表36：2013-2017年制冷、空调设备行业经营效益分析（单位：个，人，万元，%）

图表37：2013-2017年中国制冷、空调设备行业盈利能力分析（单位：%）

更多图表详见正文（GY GSL）

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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/kongtiao/296119296119.html>