

# 2021年中国空调市场分析报告- 市场供需现状与发展战略规划

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国空调市场分析报告-市场供需现状与发展战略规划》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/536881536881.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

空调即空气调节器，是指用人工手段，对建筑或构筑物内环境空气的温度、湿度、流速等参数进行调节和控制的设备，主要包括，制冷主机、水泵、风机和管路系统。由于2019年我国空调市场遭遇寒流，其产量及销量增速均呈大幅下降，行业将由增量阶段向存量阶段过渡；2020年在疫情影响下空调产销量更是出现了明显的下降，并且预计未来“低增长”将成为常态。

根据国家统计局数据显示，2019年中国空调产量为21866.2万台，同比增长6.7%，销量达到2.14亿台，同比增长6.07%；2020年空调产量为21064.6万台，同比减少3.7%。

2014-2020年中国空调产量统计情况 数据来源：国家统计局

2014-2019年中国空调销量统计情况 数据来源：国家统计局

### 一、供应商的议价能力

供方主要通过提高投入要素价格和降低产品质量的方式来影响行业中现有企业的盈利能力与产品竞争力，供方力量的强弱主要取决于他们所提供给买主投入要素的重要性。目前，我国空调行业供应商主要是压缩机，冷凝器，蒸发器，四通阀，单向阀毛细管组件等生产商，这类企业数量较大且部分技术难度不大，所以国内厂商议价能力较弱。但是，由于我国空调企业针对关键部件变频控制器存在依赖，主要由国外企业控制，对供应商的讨价还价能力普遍较弱。

### 二、购买者的议价能力

购买者主要通过其压价与要求提供较高的产品或服务的质量的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力。随着居民生活水平的提升以及消费观念的不断转型，我国消费者对空调产品的各种要求也越来越高，市场上的空调产品更新速度不断加快。为了更好的占据市场，各大空调品牌也在不断加大研发投入，降低生产成本；国内和国外知名空调企业竞争的加剧，不仅推动了产业的发展，提升了产品质量，同时也给消费者带来了更多的选择因此，就整个行业而言，购买者的可选择性较大，议价能力较强。

消费需求升级促进产品技术升级，推进行业回归价值竞争。调研数据显示，被问及健康家电应包含哪些具体产品时，消费者能够准确地提及健康家电的品类别。其中健康空调(74.9%)、保鲜冰箱(73.0N%)的消费认知度最高。

消费者心中的健康家电所包含的品类 数据来源：公开资料整理

空调产品技术升级 数据来源：公开资料整理

### 三、新进入者的威胁

新进入者在给行业带来新活力的同时，可能会与现有企业存在原材料与市场份额的竞争，最终导致行业中现有企业盈利水平降低，行业竞争更加激烈。一方面空调行业对技术和人才的要求较高，其进入门槛相比一般制造业而言较高。另一方面格力、海尔、美的等几大

主要品牌占据国内大部分空调市场，并且其品牌集中度和消费者的认知度越来越高，这些企业在产品研发、市场销售、售后服务方面已经形成了比较完善的产业链。

除此之外，随着国内消费者对于空调产品质量、能耗指标要求等方面的要求不断提高，进入门槛又进一步的提高，导致进入成本和退出成本都增加，这些都给拟进入空调行业的企业造成了结构性障碍。因此，我国空调行业新进入者的威胁整体较小。

#### 四、替代品的威胁

受技术水平限制，目前空调类产品的功耗以及安装使用成本相对其他产品而言依然较高；而且，空调的日常用途主要包括制冷和制热，在我国的夏季，消费者更加注重降温效果。但在降温方面目前市场上存在多种类型的产品，比如电风扇、加湿器等，这些产品功耗低，降温效果明显，安装成本低，使用方便。

除此之外，在制热方面，空调在我国南方地区冬季用来供暖，但随着电暖等制暖产品的出现，对空调的销售产生了一定的影响。而在我国北方地区，居民更倾向于冬季采用天然气地暖供暖，对空调供暖的需求并不是很大。

#### 五、同业竞争者的竞争程度

近年来，国内一批互联网、渠道商品品牌也纷纷加入空调市场，并且依托性价比优势蚕食着第二阵营品牌和长尾品牌的市场份额，进而导致行业竞争激烈，市场集中度不断提升。具体从品牌产量来看，2020年志高、TCL、春兰、格力、海尔、海信、美的、长虹八家企业空调产量总和占全国空调总产量的59.03%。其中，2020年格力空调产量为4139万台，占全国空调总产量的19.65%；海尔空调产量为1097.5万台，占全国空调总产量的5.21%；海信空调产量为726万台，占全国空调总产量的3.45%；美的空调产量为5025万台，占全国空调总产量的23.86%。

2015-2020年中国空调主要上市企业空调产量统计情况 数据来源：公开资料整理

2020年中国空调行业企业市场占有率（按产量）数据来源：公开资料整理

综上所述，通过五力模型分析可知，我国空调行业国外供应商以及购买者议价能力较强，替代品威胁较大，市场竞争激烈。因此，我国空调行业相关企业应加快推进实施创新驱动，促进互联网时代大数据、云计算、物联网等高新技术在制造业的充分应用。

我国空调行业未来发展策略

数据来源：公开资料整理（WYD）

中国报告网是观研天下集团旗下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。《2021年中国空调市场分析报告-市场供需现状与发展战略规划》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。

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。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国空调行业发展概述

#### 第一节 空调行业发展情况概述

- 一、空调行业相关定义
- 二、空调行业基本情况介绍
- 三、空调行业发展特点分析
- 四、空调行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、空调行业需求主体分析

#### 第二节 中国空调行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、空调行业产业链条分析
- 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、中国空调行业产业链环节分析

##### 1、上游产业

##### 2、下游产业

#### 第三节 中国空调行业生命周期分析

##### 一、空调行业生命周期理论概述

##### 二、空调行业所属的生命周期分析

#### 第四节 空调行业经济指标分析

##### 一、空调行业的赢利性分析

##### 二、空调行业的经济周期分析

##### 三、空调行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国空调行业进入壁垒分析

##### 一、空调行业资金壁垒分析

##### 二、空调行业技术壁垒分析

##### 三、空调行业人才壁垒分析

##### 四、空调行业品牌壁垒分析

##### 五、空调行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球空调行业市场发展现状分析

### 第一节 全球空调行业发展历程回顾

### 第二节 全球空调行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲空调行业地区市场分析

#### 一、亚洲空调行业市场现状分析

#### 二、亚洲空调行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲空调行业市场前景分析

### 第四节 北美空调行业地区市场分析

#### 一、北美空调行业市场现状分析

#### 二、北美空调行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美空调行业市场前景分析

### 第五节 欧洲空调行业地区市场分析

#### 一、欧洲空调行业市场现状分析

#### 二、欧洲空调行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲空调行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界空调行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球空调行业市场规模预测

### 第三章 中国空调产业发展环境分析

#### 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、全社会消费品空调总额
- 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 中国空调行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

#### 第三节 中国空调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 中国空调行业运行情况

#### 第一节 中国空调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 中国空调行业市场规模分析

#### 第三节 中国空调行业供应情况分析

#### 第四节 中国空调行业需求情况分析

#### 第五节 我国空调行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

#### 第六节 中国空调行业供需平衡分析

#### 第七节 中国空调行业发展趋势分析

### 第五章 中国空调所属行业运行数据监测

## 第一节 中国空调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 中国空调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 中国空调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 2017-2020年中国空调市场格局分析

### 第一节 中国空调行业竞争现状分析

#### 一、中国空调行业竞争情况分析

#### 二、中国空调行业主要品牌分析

### 第二节 中国空调行业集中度分析

#### 一、中国空调行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国空调行业市场集中度分析

### 第三节 中国空调行业存在的问题

### 第四节 中国空调行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国空调行业钻石模型分析

#### 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 2017-2020年中国空调行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国空调行业消费市场动态情况

### 第二节 中国空调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 空调行业成本结构分析

第四节 空调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 中国空调行业价格现状分析

第六节 中国空调行业平均价格走势预测

一、中国空调行业价格影响因素

二、中国空调行业平均价格走势预测

三、中国空调行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国空调行业区域市场现状分析

第一节 中国空调行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区空调市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区空调市场规模分析

四、华东地区空调市场规模预测

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、华中地区空调市场规模分析

四、华中地区空调市场规模预测

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、华南地区空调市场规模分析

四、华南地区空调市场规模预测

第九章 2017-2020年中国空调行业竞争情况

第一节 中国空调行业竞争结构分析（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 中国空调行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国空调行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 空调行业企业分析（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 2021-2026年中国空调行业发展前景分析与预测

#### 第一节 中国空调行业未来发展前景分析

##### 一、空调行业国内投资环境分析

##### 二、中国空调行业市场机会分析

##### 三、中国空调行业投资增速预测

#### 第二节 中国空调行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国空调行业市场发展预测

##### 一、中国空调行业市场规模预测

##### 二、中国空调行业市场规模增速预测

##### 三、中国空调行业产值规模预测

##### 四、中国空调行业产值增速预测

##### 五、中国空调行业供需情况预测

#### 第四节 中国空调行业盈利走势预测

##### 一、中国空调行业毛利润同比增速预测

##### 二、中国空调行业利润总额同比增速预测

### 第十二章 2021-2026年中国空调行业投资风险与营销分析

#### 第一节 空调行业投资风险分析

##### 一、空调行业政策风险分析

##### 二、空调行业技术风险分析

##### 三、空调行业竞争风险分析

##### 四、空调行业其他风险分析

#### 第二节 空调行业应对策略

- 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 2021-2026年中国空调行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国空调行业品牌战略分析

- 一、空调企业品牌的重要性
- 二、空调企业实施品牌战略的意义
- 三、空调企业品牌的现状分析
- 四、空调企业的品牌战略
- 五、空调品牌战略管理的策略

### 第二节 中国空调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 中国空调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

### 第四节 空调行业竞争力提升策略

- 一、空调行业产品差异性策略
- 二、空调行业个性化服务策略
- 三、空调行业的促销宣传策略
- 四、空调行业信息智能化策略
- 五、空调行业品牌化建设策略
- 六、空调行业专业化治理策略

## 第十四章 2021-2026年中国空调行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国空调行业产品策略分析

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 中国空调行业营销渠道策略

一、空调行业渠道选择策略

二、空调行业营销策略

第三节 中国空调行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国空调行业重点投资区域分析

二、中国空调行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/kongtiao/536881536881.html>