

2017-2022年中国空调行业市场发展现状及十三五 运营管理深度分析报告

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年中国空调行业市场发展现状及十三五运营管理深度分析报告》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/278922278922.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

新冷年开始以来，空调内销增速较去年同期出现较大幅度提升，8、9、10三个月内销量同比增速分别为22.90%、36.70%和58.90%。空调产业链投资价值凸显：一是空调去库存结束，低基数导致的高同比增速将持续到明年6月份，二是去库存结束，终端渠道补库存需求持续增强，三是终端零售端需求回暖，拉动出货。

2014-2016年中国空调产量及增速

资料来源：公开资料2014-2016年中国空调内销量及增速

资料来源：公开资料 空调产业的复苏也拉动上游零部件行业的回暖，空调电子膨胀阀、四通阀、截止阀9月份同比增速分别达到20.30%、43.40%和41.40%。

2014-2016年中国空调电子膨胀阀内销量及增速

资料来源：公开资料2014-2016年中国空调四通阀内销量及增速

中国报告网发布的《2017-2022年中国空调行业市场发展现状及十三五运营管理深度分析报告》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

1.3.5 电子膨胀阀

第二章2014-2016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2014-2016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 2014-2016年中国空调市场发展现状

3.2.1 2014年空调行业市场发展状况

3.2.2 2015年空调行业市场发展状况

3.2.3 2016年空调行业市场发展状况

3.3 2014年-2016年全国及主要省份房间空气调节器产量分析

3.3.1 2014年全国及主要省份房间空气调节器产量分析

3.3.2 2015年全国及主要省份房间空气调节器产量分析

3.3.3 2016年全国及主要省份房间空气调节器产量分析

3.4 2014-2016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 2014-2016年主要贸易国空调进出口情况分析

3.4.3 2014-2016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 2014-2016年家用空气调节器制造业销售规模

4.1.2 2014-2016年家用空气调节器制造业利润规模

4.1.3 2014-2016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 2014-2016年家用空气调节器制造业亏损面

4.2.2 2014-2016年家用空气调节器制造业销售毛利率

4.2.3 2014-2016年家用空气调节器制造业成本费用利润率

4.2.4 2014-2016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 2014-2016年家用空气调节器制造业应收账款周转率

4.3.2 2014-2016年家用空气调节器制造业流动资产周转率

4.3.3 2014-2016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 2014-2016年家用空气调节器制造业资产负债率

4.4.2 2014-2016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2014-2016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 2015年中国中央空调市场分析

5.2.1 总体特征分析

5.2.2 全年走势分析

5.2.3 品牌特征分析

5.2.4 区市场总体分析

5.3 2016年中国中央空调市场分析

5.3.1 整体特征分析

5.3.2 品牌格局分析

5.3.3 产品格局分析

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 中央空气能技术分析

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2014-2016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 2014-2016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2014-2016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 2014-2016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2014-2016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 2014-2016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2014-2016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2014-2016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2014-2016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 2015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2014-2016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 2014-2016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

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

13.2 美的集团股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

13.3 海信科龙电器股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

13.4 青岛海尔股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

13.5 志高控股有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

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 2017年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 2017-2022年家用空气调节器行业预测分析

14.5.1 2017-2022年家用空气调节器收入预测

14.5.2 2017-2022年家用空气调节器利润预测

14.5.3 2017-2022年家用空气调节器规模预测

第十五章2014-2016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 2014年空调行业标准发布实施情况

15.1.3 2015年空调行业标准发布实施情况

15.1.4 2016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

附录：

附录一：房间空气调节器能效标识规则

附录二：制冷设备维修与安装管理办法

图表目录：

图表1 2014年全国房间空气调节器产量数据

图表2 2014年广东省房间空气调节器产量数据

图表3 2014年安徽省房间空气调节器产量数据

图表4 2014年湖北省房间空气调节器产量数据

图表5 2014年重庆市房间空气调节器产量数据

图表6 2014年山东省房间空气调节器产量数据

图表7 2014年河北省房间空气调节器产量数据

图表8 2014年浙江省房间空气调节器产量数据

图表9 2015年全国房间空气调节器产量数据

图表10 2015年广东省房间空气调节器产量数据

图表11 2015年安徽省房间空气调节器产量数据

图表12 2015年湖北省房间空气调节器产量数据

图表13 2015年河北省房间空气调节器产量数据

图表14 2015年山东省房间空气调节器产量数据

图表15 2015年浙江省房间空气调节器产量数据

图表16 2016年全国房间空气调节器产量数据

图表17 2016年广东省房间空气调节器产量数据

图表18 2016年安徽省房间空气调节器产量数据

图表19 2016年重庆市房间空气调节器产量数据

图表20 2016年湖北省房间空气调节器产量数据

(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/278922278922.html>