

中国家用中央空调行业现状深度分析与发展前景 研究报告（2023-2030年）

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《中国家用中央空调行业现状深度分析与发展前景研究报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202307/639071.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

一、家用中央空调行业概述

中央空调是一种应用于大范围（区域）的空气温度调节系统，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。

根据应用场景，可以分为商用中央空调和家用中央空调两大类。商用中央空调主要应用于各种工业制冷场所以及写字楼、商场、轨道交通、机场、医院等各类公共建筑，家用中央空调主要应用于大中型住宅和中小型商用建筑。本文主要探讨中央空调在民用市场中的应用。

相较普通分体式空调，家用中央空调在装修美观、空间节约、舒适度、噪音、节能等方面具有明显优势。家用中央空调安装会充分结合室内装修设计，出风口一般隐藏在吊顶或天花板角落，解决了分体空调破坏装修风格以及柜式空调占用地面面积等问题，能与室内装修风格较好地融合。另外，家用中央空调的产品功能不断升级，各大品牌产品纷纷增加新风、空气净化、地暖及热水、智能控制等功能，极大地满足了消费者的健康生活和智能化生活需求。

家用中央空调相较于传统分体式空调的优势明显，逐渐受到更多消费者的青睐。数据显示，近三年家用中央空调产品(包括单元机及小多联)销售占到整体中央空调市场份额的52.2%。

家用中央空调	普通分体式空调	外观
出风口隐藏在吊顶，节省空间，且可融入室内装修风格，提升整洁度和美观性	出风口外露，占用空间	美观性
内机和管线外露，占用地面或墙面空间，整体较为突兀	内机和管线隐藏	整洁度
制冷量大	制冷量小	制冷量
安装要求需与室内装修统一设计	安装较为灵活便捷	安装便捷性
能效比高	能效比低	能效比
舒适度	舒适度	舒适度
送风均匀且气流清新，舒适度高	送风不均匀，且会出现骤冷骤热现象	送风均匀性
噪音较低	噪音较高	噪音
产品价格较高	产品价格较低	产品价格

资料来源：大金空调中国、观研天下数据中心整理

观研天下分析师观点：由于家用中央空调价格较高，且城市居民对生活品质和舒适度的要求较高，决定了其早期必须走城市化的发展路线，但随着高线城市逐渐饱和，低线城市城镇化建设加速，市场需求也随之释放，家用中央空调行业将迎来进一步发展，中长期增长依旧较为乐观。

二、多联机市场展现出较高的增长潜力，看好国产品牌市占率提升

1、多联机是行业增长的主要力量，近年来占比持续提升

1982年，全球第一台VRV智能化中央空调系统在大金集团诞生，开创了楼宇用多联空调系统的新时代。相对于冷水机组，多联机具有设备单价低、高效节能、制冷/制热速度快、安装维护难度低等特点。近四十多年来，得益于精装修楼盘配套市场和家装零售市场的增长，以及从定频到变频再到涡旋，从风冷到水冷，多联机技术的不断提高，多联机家用中央空调市场份额也在与日俱增。

当前多联机中央空调已成为家用中央空调中最受关注、占比最大的产品类型，是影响中央空

调行业增长的主要力量。据统计，多联机中央空调2014年内销占整体比重42.5%，2022年已提升至61.5%，较2021年提升0.8pct，23年预计将进一步提升到62%，占据绝对优势。同等的房间制冷需求情况下，家用中央空调对比分体空调在空间占用、全屋温度控制、运行效率、用户体验均具有优势，毫无疑问，在居民消费收入提升、产品价格更为亲民，同时家庭消费升级趋势下，未来几年我国家用中央空调市场中，多联机尤其是变频多联机在行业中的主导地位并不会发生太大改变，其发展势如破竹。

资料来源：观研天下整理

2、多品牌布局多联机市场，国产品牌市占率有望进一步提升

随着市场持续火热，多联机业务板块成为众多家用中央空调企业最重视的领域，当前无论是奥克斯、志高等非一线品牌，还是美的、格力等传统家电厂家，均已在多联机的“路口”正面相逢。伴随这些企业在中国市场中的优势与沉淀，其将会极大地推动多联机在国内市场的发展。此外，一些新品牌也开始加入多联机阵营，譬如拥有松下商用中央空调变频多联技术的国产品牌苏脉正式进军国内市场，新鲜血液的加入会极大提升多联机市场的活力。

当前多联机家用中央空调市场格局清晰，外资品牌大金、日立、东芝等一直以专业化品牌形象、销售渠道，以及服务体系等主导这个产业和市场的规则。美的、海信等品牌则多以合资形式师承日系产品。但伴随国牌产品的技术愈发成熟，且在安装售后与服务方面更受用户认可，两者之间的差距正在肉眼可见地缩小。近年来国牌市占率逐年提升，已由2015年的42.7%增长至2022年的48.6%，国产替代趋势日益明显。尤其是在新消费时代下，舒适健康与智能化的市场需求，为国产品牌在多联机赛道提供了弯道超车的可行路径。未来，随着中国制造向中国“智造”的全面转型，国产品牌市占率有望进一步提升。

资料来源：V客暖通网、观研天下整理

观研天下分析师观点：从当前市场格局来看，外资品牌主打品质、高端，国产则凭借口碑、信誉，以及市场认知度高，主要占据中低端市场。在新冠疫情的影响下，很多家庭的消费呈现保守、收缩、降级的趋势，同时家电主流消费市场的复苏缓慢，这给外资品牌带来很大的挑战，同时对于中产阶级的抢夺也遭遇强劲的对手，预计市场格局将快速分化。

三、家用中央空调地产关联度较高，2023年行业将迎来复苏

1、地产景气度是影响家用中央空调行业景气度的主要因素之一

家用中央空调与家装零售、精装配套、商业地产等房地产市场高度相关。一般而言，家用中央空调市场需求变化具有明显的地产后周期属性。

回顾2020年，疫情影响家用中央空调线下门店经营和安装服务，零售市场增速下滑，家用中央空调市场也迎来“寒冬”，但精装配套市场的安装施工工作受疫情影响较小，依然保持高速增长。2021年，“房住不炒”调控趋严，房地产贷款增速逐渐放缓，房地产去金融化加速进行

，楼市交易热度降温。相比于2020年，家用中央空调市场虽然遭遇高开低走、前热后冷，但整体表现依然呈现出增长态势。2022年尽管中央及地方频频发力，多城出台松绑政策，但在疫情冲击下，居民预期收入下降，部分购房需求延迟释放；另一方面，房企信用危机频频爆发，购房者观望情绪渐浓，销售端表现乏力，需求端仍然偏弱。根据国家统计局数据显示，2022年，全国商品房销售面积为135837万 m^2 ，与去年同期相比下降24.3%，创近7年来的新低；商品房销售额13.33万亿元，同比下降26.7%，创近6年来的新低。市场的低迷直接影响到家用中央空调的销售，据《中央空调市场》发布的市场总结报告显示，2022年中央空调行业同比下滑2.96%，行业仍未完全脱离寒冬状态。

资料来源：《中央空调市场》、观研天下整理

2、行业历经3年调整，销售额回暖迹象明显

进入2023年，在渠道下沉、新品推广及各企业开年经销政策刺激等利好促进下，家用中央空调市场显著回暖，但房地产市场复苏节奏缓慢、项目增量有限等因素仍对其整体需求产生一定制约。2023年一季度中央空调整体销售规模为309.2亿元，同比+16.8%，总体销售情况良好。分内外销来看，内销额276.7亿元，同比+14.9%，出口额为32.5亿元，同比+35.5%，内销区域市场内，各区域均实现了10%以上的增长，外销市场上，以非洲/大洋洲/欧洲增速最快，分别为124.3%/92.5%/67.1%，其他区域的增速也较快，出口市场维持较高韧性。

资料来源：观研天下整理

3、精装配套将成家用中央空调销售增长的重要支撑点

近几年，我国精装修市场规模不断发展，精装楼盘中央空调渗透率也在逐步提升。奥维云网推总数据显示，2021年精装修中，中央空调配套率为37.3%，2017-2021期间，中央空调的精装修配套率提升18.6pct，中央空调配套占整体空调配套的88%。精装配套更青睐中央空调，主要原因有两方面，一来，精装楼盘数量的增加，激活了楼盘配套市场。国家大力推行精装政策，且有部分在2020年因疫情延迟至2021年上半年方才建设完工，充足的精装楼盘数量为楼盘配套市场注入了活力。二来，各大品牌在楼盘配套市场不断加码，通过与房地产商保持密切合作、推出房地产专用机型等方式，在精装配套市场精耕细作取得成效。从各品牌在精装楼盘配套的布局来看，包括大金、东芝、格力、美的、日立、海尔、松下等在内的氟系统中央空调品牌，和江森自控约克、麦克维尔等水系统中央空调品牌，纷纷强化了对于这一市场的重视和布局，在2021上半年收获了一定的成绩。

资料来源：奥维云网、观研天下整理

考虑到现阶段我国精装房渗透率不足35%，相较于发达国家80%的渗透率，仍有一倍以上的提升空间。随着国家、地方精装修政策及绿色建筑的不断推行实施，中国逐步进入精装房时代，多省市相继出台精装修相关政策，并制定全装修实行量化指标。预计政策护航下地产精

装市场将稳健运行，加上“双碳”目标的推进以及《绿色高效制冷行动方案》等政策的持续带动，未来精装渗透率将逐步提升，市场空间广阔。与此同时，家装及精装修配套中央空调市场有望延续积极增长趋势，中央空调家装零售渗透率有望稳步提升。

资料来源：观研天下整理

观研天下分析师观点：总体来看，当前家用中央空调市场竞争早已白热化，利润空间也被压缩，在经营规模上，较传统的家用挂机、柜机也还有较大差距。但在家电圈看来，这却是部分空调企业以及经销商群体谋求经营差异化的重要赛道和机会。（LZC）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国家用中央空调行业现状深度分析与发展前景研究报告（2023-2030年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国家用中央空调行业发展概述

第一节 家用中央空调行业发展情况概述

- 一、家用中央空调行业相关定义
- 二、家用中央空调特点分析
- 三、家用中央空调行业基本情况介绍
- 四、家用中央空调行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式

五、家用中央空调行业需求主体分析

第二节中国家用中央空调行业生命周期分析

- 一、家用中央空调行业生命周期理论概述
- 二、家用中央空调行业所属的生命周期分析

第三节家用中央空调行业经济指标分析

- 一、家用中央空调行业的赢利性分析
- 二、家用中央空调行业的经济周期分析
- 三、家用中央空调行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球家用中央空调行业市场发展现状分析

第一节全球家用中央空调行业发展历程回顾

第二节全球家用中央空调行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲家用中央空调行业地区市场分析

- 一、亚洲家用中央空调行业市场现状分析
- 二、亚洲家用中央空调行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲家用中央空调行业市场前景分析

第四节北美家用中央空调行业地区市场分析

- 一、北美家用中央空调行业市场现状分析
- 二、北美家用中央空调行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美家用中央空调行业市场前景分析

第五节欧洲家用中央空调行业地区市场分析

- 一、欧洲家用中央空调行业市场现状分析
- 二、欧洲家用中央空调行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲家用中央空调行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界家用中央空调行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球家用中央空调行业市场规模预测

第三章 中国家用中央空调行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对家用中央空调行业的影响分析

第三节中国家用中央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
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对家用中央空调行业的影响分析

第五节中国家用中央空调行业产业社会环境分析

第四章 中国家用中央空调行业运行情况

第一节中国家用中央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

第二节中国家用中央空调行业市场规模分析

一、影响中国家用中央空调行业市场规模的因素

二、中国家用中央空调行业市场规模

三、中国家用中央空调行业市场规模解析

第三节中国家用中央空调行业供应情况分析

一、中国家用中央空调行业供应规模

二、中国家用中央空调行业供应特点

第四节中国家用中央空调行业需求情况分析

一、中国家用中央空调行业需求规模

二、中国家用中央空调行业需求特点

第五节中国家用中央空调行业供需平衡分析

第五章 中国家用中央空调行业产业链和细分市场分析

第一节中国家用中央空调行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、家用中央空调行业产业链图解

第二节中国家用中央空调行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对家用中央空调行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对家用中央空调行业的影响分析

第三节我国家用中央空调行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国家用中央空调行业市场竞争分析

第一节中国家用中央空调行业竞争现状分析

- 一、中国家用中央空调行业竞争格局分析
- 二、中国家用中央空调行业主要品牌分析
- 第二节中国家用中央空调行业集中度分析
 - 一、中国家用中央空调行业市场集中度影响因素分析
 - 二、中国家用中央空调行业市场集中度分析
- 第三节中国家用中央空调行业竞争特征分析
 - 一、企业区域分布特征
 - 二、企业规模分布特征
 - 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国家用中央空调行业模型分析

第一节中国家用中央空调行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国家用中央空调行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国家用中央空调行业SWOT分析结论

第三节中国家用中央空调行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国家用中央空调行业需求特点与动态分析

第一节中国家用中央空调行业市场动态情况

第二节中国家用中央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

第三节家用中央空调行业成本结构分析

第四节家用中央空调行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国家用中央空调行业价格现状分析

第六节中国家用中央空调行业平均价格走势预测

一、中国家用中央空调行业平均价格趋势分析

二、中国家用中央空调行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国家用中央空调行业所属行业运行数据监测

第一节中国家用中央空调行业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

第二节中国家用中央空调行业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

第三节中国家用中央空调行业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

第十章 2019-2023年中国家用中央空调行业区域市场现状分析

第一节中国家用中央空调行业区域市场规模分析

一、影响家用中央空调行业区域市场分布的因素

二、中国家用中央空调行业区域市场分布

第二节中国华东地区家用中央空调行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区家用中央空调行业市场分析

(1) 华东地区家用中央空调行业市场规模

(2) 华东地区家用中央空调行业市场现状

(3) 华东地区家用中央空调行业市场规模预测

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、华中地区家用中央空调行业市场分析

(1) 华中地区家用中央空调行业市场规模

(2) 华中地区家用中央空调行业市场现状

(3) 华中地区家用中央空调行业市场规模预测

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、华南地区家用中央空调行业市场分析

(1) 华南地区家用中央空调行业市场规模

(2) 华南地区家用中央空调行业市场现状

(3) 华南地区家用中央空调行业市场规模预测

第五节华北地区家用中央空调行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区家用中央空调行业市场分析

(1) 华北地区家用中央空调行业市场规模

(2) 华北地区家用中央空调行业市场现状

(3) 华北地区家用中央空调行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区家用中央空调行业市场分析

(1) 东北地区家用中央空调行业市场规模

(2) 东北地区家用中央空调行业市场现状

(3) 东北地区家用中央空调行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区家用中央空调行业市场分析

(1) 西南地区家用中央空调行业市场规模

(2) 西南地区家用中央空调行业市场现状

(3) 西南地区家用中央空调行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区家用中央空调行业市场分析

(1) 西北地区家用中央空调行业市场规模

(2) 西北地区家用中央空调行业市场现状

(3) 西北地区家用中央空调行业市场规模预测

第十一章 家用中央空调行业企业分析（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、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国家用中央空调行业发展前景分析与预测

第一节中国家用中央空调行业未来发展前景分析

一、家用中央空调行业国内投资环境分析

二、中国家用中央空调行业市场机会分析

三、中国家用中央空调行业投资增速预测

第二节中国家用中央空调行业未来发展趋势预测

第三节中国家用中央空调行业规模发展预测

一、中国家用中央空调行业市场规模预测

二、中国家用中央空调行业市场规模增速预测

三、中国家用中央空调行业产值规模预测

四、中国家用中央空调行业产值增速预测

五、中国家用中央空调行业供需情况预测

第四节中国家用中央空调行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国家用中央空调行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国家用中央空调行业进入壁垒分析

一、家用中央空调行业资金壁垒分析

二、家用中央空调行业技术壁垒分析

三、家用中央空调行业人才壁垒分析

四、家用中央空调行业品牌壁垒分析

五、家用中央空调行业其他壁垒分析

第二节家用中央空调行业风险分析

一、家用中央空调行业宏观环境风险

二、家用中央空调行业技术风险

三、家用中央空调行业竞争风险

四、家用中央空调行业其他风险

第三节中国家用中央空调行业存在的问题

第四节中国家用中央空调行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国家用中央空调行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国家用中央空调行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国家用中央空调行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 家用中央空调行业营销策略分析

一、家用中央空调行业产品策略

二、家用中央空调行业定价策略

三、家用中央空调行业渠道策略

四、家用中央空调行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202307/639071.html>