

2018年中国空调压缩机行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

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《2018年中国空调压缩机行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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/369275369275.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

在制冷产业链上，压缩机是代表性的产品。它是设备的关键部件。伴随着整机市场的增长和主流厂商的技术升级，上游核心部件压缩机产品细分化发展的趋势愈发明显，产品竞争格局也开始逐步演变。

我国自60年代起就自主研发压缩机，通过60年的技术创新、市场开拓，国产产品质量、全球信誉度都得到了大幅度提升。从最初的只能生产小型活塞式压缩机，发展如今可以生产所有压缩机类型，涵盖空调、制冷、小型、大型设备的全套产品系列，逐渐成为了全球压缩机生产的核心国家。近年来，全球压缩机制造也逐渐向中国转移，以三菱等为代表的国际主要的压缩机生产企业纷纷进入中国市场。全球主要的压缩机生产企业在中国均有生产基地。国际主要压缩机生产企业进入中国加剧了我国制冷压缩机行业的市场竞争，国内的制冷压缩机企业也投入巨资研发新技术、提升产品品质。这使得我国的空调压缩机产业开始逐步走向世界。

根据BSRIA统计，中国2017年家用空调市场飞速增长，2017年总产量约1.25亿台，其中，出口约4,250万台，内销超过八千万台。奥维云网发布的《2017冷年中国家用空调产业发展白皮书》指出，在多重利好因素支撑下，我国的家用空调产业2017年取得了相对较好的成绩，但对于2018年，由于利好因素的消失，2018年的家用空调市场逐步低迷。

压缩机方面，美芝、凌达、海立、松下和睿智为传统转子式压缩机龙头企业，5家共占超过80%的市场份额。其中美芝的最大客户是美的，志高和奥克斯分别是美芝第二、第三大客户；凌达专门为格力提供转子式压缩机，供应量每年在2000万台以上；海立为业内许多知名品牌供应压缩机，主要包括格力、科龙、海尔和志高；松下除了自产自销外，也为海尔、格力大量供应转子式压缩机，销量一直稳定在全国前五名；而行业排名第五的睿智主要为TCL供应压缩机。

2017年家用空调转子压缩机市场份额占比

数据来源：BSRIA、观研天下数据中心整理

2018年8月，各地气温突破近年新高，与火热的天气相比，空调市场却遇冷。8月家用空调行业排产约为1112万台，较上月1607万台的排产量来说下滑30.8%。

整体来看，2018年从3月份，整体家用空调行业的出货一直保持旺销。但家用空调5月份排产环比出现下降，而到7月份的排产总量依然呈现环比下降趋势。到8月份，家用空调排产总量下滑30.8%，显示家用空调压缩机在8月遇冷，这与空调的季节性周期相关。

通过格力、美的、海尔、海信、科龙、奥克斯、志高、TCL和长虹排产数据来看，8月份企业的生产谨慎度大幅提高，开始有意识地控制生产。

2018年3-8月家用空调排产情况

数据来源：观研天下数据中心整理

相较于家用空调压缩机增长趋势来看，多联机增长速度高于预期。得益于2017年的火

爆，各大厂商普遍对市场抱有乐观期待，提前出货布局，1月份暴增62%，之后即进入减速通道，6月份最终以同比10.6%的增速为上半年划上句号。上半年累计整体增速为16.4%，较家用空调压缩机有着较大的增长幅度。

2018年1-6月多联机销售月度走势（亿元）

数据来源：观研天下数据中心整理

2018年1-6月多联机销售情况

数据来源：观研天下数据中心整理

通过对于2018年上半年多联机的销售情况发现，2018年上半年多联机的销售增速放缓，其主要原因是受房地产调控的影响，使得2018年的家装零售市场持续乏力，导致上半年家装零售市场渠道发展低于预期，从而影响整体中央空调市场，使得其增长速度放缓，进而导致多联机市场也逐步微米，多联机市场也进入上升瓶颈期。

在整体增速放缓的大环境下，伴随着消费观念的升级和需求的多样化发展，中央空调近两年来得到了突飞猛进的发展，多联机依然有部分细分领域呈增长态势。这也表明，下半年的多联机市场或在这些领域找到突破点：

一，在国内精装修政策的大环境下，房地产项目的相关配套市场活跃。精装修楼盘对于中央空调系列产品的需求让各大厂商寻找到了家装零售市场乏力的“突破口”，越来越多的多联机厂商与房地产开发商在强强联合，深入合作，展开新布局，推出更多符合开发商需求的定制产品。

二，“棚改”政策进一步深化推进，使得三四线城市有了新的住房需求，部分地区商品房销售面积和增速因此不降反升，反映出居民较强的购买需求。上半年全国商品房销售统计数据销售，中部及西部的成交金额与销售面积增长迅猛，与中央空调市场占有率的发展走向趋同，预计下半年以华中、西南为代表的区域将成为多联机市场的突破口。（ZPP）

观研天下发布的《2018年中国空调压缩机行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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。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。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国空调压缩机行业发展概述

第一节 空调压缩机行业发展情况概述

一、空调压缩机行业相关定义

二、空调压缩机行业基本情况介绍

三、空调压缩机行业发展特点分析

第二节 中国空调压缩机行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、空调压缩机行业产业链条分析

三、中国空调压缩机行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国空调压缩机行业生命周期分析

一、空调压缩机行业生命周期理论概述

二、空调压缩机行业所属的生命周期分析

第四节 空调压缩机行业经济指标分析

一、空调压缩机行业的赢利性分析

二、空调压缩机行业的经济周期分析

三、空调压缩机行业附加值的提升空间分析

第五节 中国空调压缩机行业进入壁垒分析

一、空调压缩机行业资金壁垒分析

二、空调压缩机行业技术壁垒分析

三、空调压缩机行业人才壁垒分析

四、空调压缩机行业品牌壁垒分析

五、空调压缩机行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球空调压缩机行业市场发展现状分析

第一节 全球空调压缩机行业发展历程回顾

第二节 全球空调压缩机行业市场区域分布情况

第三节 亚洲空调压缩机行业地区市场分析

- 一、亚洲空调压缩机行业市场现状分析
- 二、亚洲空调压缩机行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲空调压缩机行业市场前景分析

第四节 北美空调压缩机行业地区市场分析

- 一、北美空调压缩机行业市场现状分析
- 二、北美空调压缩机行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美空调压缩机行业市场前景分析

第五节 欧盟空调压缩机行业地区市场分析

- 一、欧盟空调压缩机行业市场现状分析
- 二、欧盟空调压缩机行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟空调压缩机行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界空调压缩机行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球空调压缩机行业市场规模预测

第三章 中国空调压缩机产业发展环境分析

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、全社会消费品空调压缩机总额
- 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 中国空调压缩机行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国空调压缩机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 中国空调压缩机行业运行情况

第一节 中国空调压缩机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 中国空调压缩机行业市场规模分析

第三节 中国空调压缩机行业供应情况分析

第四节 中国空调压缩机行业需求情况分析

第五节 中国空调压缩机行业供需平衡分析

第六节 中国空调压缩机行业发展趋势分析

第五章 中国空调压缩机所属行业运行数据监测

第一节 中国空调压缩机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 中国空调压缩机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 中国空调压缩机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 2016-2018年中国空调压缩机市场格局分析

第一节 中国空调压缩机行业竞争现状分析

一、中国空调压缩机行业竞争情况分析

二、中国空调压缩机行业主要品牌分析

第二节 中国空调压缩机行业集中度分析

一、中国空调压缩机行业市场集中度分析

二、中国空调压缩机行业企业集中度分析

第三节 中国空调压缩机行业存在的问题

第四节 中国空调压缩机行业解决问题的策略分析

第五节 中国空调压缩机行业竞争力分析

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 2016-2018年中国空调压缩机行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国空调压缩机行业消费特点

第二节 中国空调压缩机行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 空调压缩机行业成本分析

第四节 空调压缩机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 中国空调压缩机行业价格现状分析

第六节 中国空调压缩机行业平均价格走势预测

一、中国空调压缩机行业价格影响因素

二、中国空调压缩机行业平均价格走势预测

三、中国空调压缩机行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国空调压缩机行业区域市场现状分析

第一节 中国空调压缩机行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地空调压缩机市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区空调压缩机市场规模分析

四、华东地区空调压缩机市场规模预测

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、华中地区空调压缩机市场规模分析

四、华中地区空调压缩机市场规模预测

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、华南地区空调压缩机市场规模分析

第九章 2016-2018年中国空调压缩机行业竞争情况

第一节 中国空调压缩机行业竞争结构分析（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 中国空调压缩机行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国空调压缩机行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 空调压缩机行业企业分析（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

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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国空调压缩机行业发展前景分析与预测

第一节中国空调压缩机行业未来发展前景分析

- 一、空调压缩机行业国内投资环境分析
- 二、中国空调压缩机行业市场机会分析
- 三、中国空调压缩机行业投资增速预测

第二节中国空调压缩机行业未来发展趋势预测

第三节中国空调压缩机行业市场发展预测

- 一、中国空调压缩机行业市场规模预测
- 二、中国空调压缩机行业市场规模增速预测
- 三、中国空调压缩机行业产值规模预测
- 四、中国空调压缩机行业产值增速预测
- 五、中国空调压缩机行业供需情况预测

第四节中国空调压缩机行业盈利走势预测

- 一、中国空调压缩机行业毛利润同比增速预测
- 二、中国空调压缩机行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国空调压缩机行业投资风险与营销分析

第一节 空调压缩机行业投资风险分析

- 一、空调压缩机行业政策风险分析
- 二、空调压缩机行业技术风险分析
- 三、空调压缩机行业竞争风险分析
- 四、空调压缩机行业其他风险分析

第二节 空调压缩机行业企业经营发展分析及建议

- 一、空调压缩机行业经营模式
- 二、空调压缩机行业销售模式
- 三、空调压缩机行业创新方向

第三节 空调压缩机行业应对策略

- 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2018-2024年中国空调压缩机行业发展策略及投资建议

第一节 中国空调压缩机行业品牌战略分析

- 一、空调压缩机企业品牌的重要性
- 二、空调压缩机企业实施品牌战略的意义
- 三、空调压缩机企业品牌的现状分析
- 四、空调压缩机企业的品牌战略

五、空调压缩机品牌战略管理的策略

第二节中国空调压缩机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

第三节中国空调压缩机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

第十四章 2018-2024年中国空调压缩机行业发展策略及投资建议

第一节中国空调压缩机行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节中国空调压缩机行业定价策略分析

第三节中国空调压缩机行业营销渠道策略

- 一、空调压缩机行业渠道选择策略
- 二、空调压缩机行业营销策略

第四节中国空调压缩机行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国空调压缩机行业重点投资区域分析
- 二、中国空调压缩机行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/kongtiao/369275369275.html>