

# 商用中央空调市场竞争态势及未来前景预测报告(2013-2017)

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《商用中央空调市场竞争态势及未来前景预测报告(2013-2017)》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/149604149604.html>

报告价格：电子版: 7000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

世界范围内商用中央空调已有百年的发展历史，而在中国市场应用时间较短，但发展态势迅猛。目前国内市场家用空调领域竞争已经进入白热化阶段，随着价格战连绵不断，在家用空调领域几乎已经无利可图的企业开始在中央空调领域寻找新的发展空间和利润增长点。商用中央空调市场空间迅速壮大，这使得由原来约克、大金、开利等国外品牌所占领的国内中央空调市场开始发生变化，国内一些品牌也纷纷进入这个领域。

中国报告网发布的《商用中央空调市场竞争态势及未来前景预测报告(2013-2017)》首先介绍了中国商用中央空调行业发展环境，然后对中国商用中央空调行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国商用中央空调行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国商用中央空调行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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

### 报告目录

#### 第一章 2012-2013年中国商用中央空调行业市场发展环境解析

##### 第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2013年中国宏观经济发展预测分析

##### 第二节 2012-2013年中国商用中央空调市场政策环境分析

- 一、轻型商用空调售后服务政策
- 二、房间空气调节器能效标识规则
- 三、制冷设备维修与安装管理办法

##### 第三节 2012-2013年中国商用中央空调节能补贴政策

- 一、《节能产品惠民工程高效节能房间空调器推广实施细则》
- 二、高效节能空调推广目录简析
- 三、节能补贴新政助力空调市场发展
- 四、节能空调补贴政策加速产业升级步伐
- 五、2010年高效节能空调推广补贴政策调整

##### 第三节 2012-2013年中国商用中央空调市场技术环境分析

#### 第二章 2012-2013年中国商用中央空调产业运行新形势分析

##### 第一节 中国空调产业运行总况

- 一、中国空调产业链发展状况

## 二、企业群体主导中国空调业升级

## 三、我国空调消费市场趋于成熟

### 第二节 2012-2013年中国商用中央空调产业发展新格局分析

### 第三节 中国空调行业技术研发进展状况

## 第三章 2007-2012年中国商用中央空调设备制造所属行业数据监测分析

### 第一节 2010-2012年中国商用中央空调设备制造所属行业总体数据分析

#### 一、2010年中国商用中央空调设备制造所属行业全部企业数据分析

#### 二、2011年中国商用中央空调设备制造所属行业全部企业数据分析

#### 三、2012年中国商用中央空调设备制造所属行业全部企业数据分析

### 第二节 2010-2012年中国商用中央空调设备制造所属行业不同规模企业数据分析

#### 一、2010年中国商用中央空调设备制造所属行业不同规模企业数据分析

#### 二、2011年中国商用中央空调设备制造所属行业不同规模企业数据分析

#### 三、2012年中国商用中央空调设备制造所属行业不同规模企业数据分析

### 第三节 2010-2012年中国商用中央空调设备制造所属行业不同所有制企业数据分析

#### 一、2010年中国商用中央空调设备制造所属行业不同所有制企业数据分析

#### 二、2011年中国商用中央空调设备制造所属行业不同所有制企业数据分析

#### 三、2012年中国商用中央空调设备制造所属行业不同所有制企业数据分析

## 第四章 2010-2012年中国商用中央空调产量数据统计分析

### 第一节 2010年中国商用中央空调产量数据分析

### 第二节 2011年中国商用中央空调产量数据分析

### 第三节 2012年中国商用中央空调产量数据分析

## 第五章 2012-2013年中国商用中央空调市场深度剖析

### 第一节 2012-2013年中国商用中央空调市场特点分析

### 第二节 2012-2013年中国商用中央空调市场综述

#### 一、中国商用中央空调市场普及应用情况

#### 二、中国商用中央空调招标采购项目分析

#### 三、中国商用中央空调市场规模及发展空间分析

### 第三节 2012-2013年中国商用中央空调品牌市场份额

## 第六章 2012-2013年中国商用中央空调市场深度剖析

### 第一节 2012-2013年中央空调市场消费需求分析

#### 一、价格分析

#### 二、品牌倾向

#### 三、售后服务

### 第二节 2012-2013年中国中央空调市场消费区域分析

## 第七章 2006-2012年中国商用中央空调进出口态势分析

## 第一节 2006-2012年中国商用中央空调进口数据分析

### 一、进口数量分析

### 二、进口金额分析

## 第二节 2006-2012年中国商用中央空调出口数据分析

### 一、出口数量分析

### 二、出口金额分析

## 第三节 2006-2012年中国商用中央空调进出口平均单价分析

## 第四节 2006-2012年中国商用中央空调进出口国家及地区分析

### 一、进口国家及地区分析

### 二、出口国家及地区分析

## 第八章 2012-2013年中国商用中央空调市场营销探究

### 第一节 空调营销渠道分析

#### 一、家电连锁卖场

#### 二、专业经销商

#### 三、百货商场

#### 四、专卖店

#### 五、新型营销渠道趋向扁平化

### 第二节 空调营销中存在的不足

#### 一、营销渠道竞争无序

#### 二、营销效率低下

#### 三、目标市场同质化

#### 四、渠道创新不足

### 第三节 中国空调行业营销策略

#### 一、空调行业产品营销策略

#### 二、空调营销的合作思路

#### 三、中小空调企业营销策略

#### 四、空调厂商须全方位提升服务水平

### 第四节 空调营销案例介绍

#### 一、格力空调

#### 二、美的

#### 三、海信空调

#### 四、海尔中央空调

## 第九章 2012-2013年中国商用中央空调竞争态势

### 第一节 国内外品牌商用中央空调竞争分析

#### 一、大金

二、约克

三、麦克维尔

四、海尔

五、格力

第二节 技术竞争

一、燃气空调

二、地温中央空调

三、冰蓄冷中央空调

第十章 2012-2013年中国商用中央空调重点企业分析

第一节 格力GREE——珠海格力电器股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第二节 美的Midea——美的集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第三节 海尔Haier——海尔集团公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第四节 志高——广东志高空调有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 海信-科龙 (海信集团有限公司)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、公司发展战略分析

##### 第六节 春兰——春兰集团公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2011-2012年经营状况分析

###### 四、公司发展战略分析

##### 第七节 奥克斯——宁波奥克斯集团有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2011-2012年经营状况分析

###### 四、公司发展战略分析

##### 第八节 松下Panasonic——松下电器（中国）有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2011-2012年经营状况分析

###### 四、公司发展战略分析

##### 第九节 三菱——上菱空调机电器有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2011-2012年经营状况分析

###### 四、公司发展战略分析

#### 第十一章 中国商用中央空调市场投资前景分析

##### 第一节 2012-2013年中国商用中央空调投资环境分析

###### 一、中国40000亿扩大内需投资对空调市场产生一定影响

###### 二、铁路、机场等基础设施建设拉动140亿元左右的商用空调市场

###### 三、中国商用空调行业投资效益分析

##### 第二节 2012-2013年中国商用中央空调行业投资周期分析

###### 一、经济周期

###### 二、增长性与波动性

###### 三、成熟度分析

##### 第三节 中国商用中央空调行业投资机会分析

###### 一、商用空调行业区域投资机会

###### 二、商用空调需求增长投资机会

###### 三、商用中央空调成企业新的发展空间和利润增长点

##### 第四节 中国商用中央空调行业投资风险预警

一、市场运营机制风险

二、市场竞争风险

三、技术风险

四、进退入风险

第五节 专家投资建议

第十二章 中国商用中央空调市场发展趋势预测

第一节 中国商用中央空调行业发展方向

一、节能技术

二、绿色环保

三、健康舒适

第二节 中国商用中央空调未来发展趋势

一、市场趋势

二、品牌竞争趋势

三、远程控制成为技术趋势

四、渠道规范化趋势

第三节 中国商用中央空调市场前景预测

一、中国商用中央空调市场规模预测

二、中国商用中央空调产销量预测

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/149604149604.html>