

2021年中国空调行业分析报告- 市场深度分析与盈利前景预测

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国空调行业分析报告-市场深度分析与盈利前景预测》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：<https://baogao.chinabaogao.com/kongtiao/550205550205.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

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。一般包括冷热源设备,冷热介质输配系统,末端装置等几大部分和其他辅助设备。主要包括,制冷主机、水泵、风机和管路系统。末端装置则负责利用输配来的冷热量,具体处理空气状态,使目标环境的空气参数达到一定的要求。

从国际品牌层面来看,国产品牌市场份额逐年增长,2019年达到47.92%,控制着绝对的市场份额。

2017-2019年空调行业品牌竞争格局 数据来源:观研天下整理

现阶段,我国空调行业主要上市企业有TCL科技、格力电器、海尔智家、美的集团等。

我国空调行业主要上市企业情况

企业名称

企业情况

TCL科技

CL科技集团股份有限公司致力于成为智能产品制造和互联网服务的全球领先企业,2004年1月整体在深交所上市。近年来,TCL集团主营业务经营取得稳步增长,连续4年营收超过千亿。为了适应移动互联网的高速发展和跨界竞争的需要,集团2014年初提出“智能+互联网”、“产品+服务”的“双+”战略转型;为了尽快实现下一个千亿目标,2015年初TCL集团制定了“双+”转型和全球化的双轮驱动发展战略:通过“双+”转型建立新的业务能力;通过全球化完善全球业务布局,提升海外市场份额。

格力电器

上海格力电器股份有限公司,珠海格力电器股份有限公司成立于1991年,1996年11月在深交所挂牌上市。公司成立初期,主要依靠组装生产家用空调,现已发展成为多元化的工业集团,产业覆盖空调、高端装备、生活品类、通信设备等领域,产品远销160多个国家和地区。公司现有9万名员工,其中有12000多名科研人员和近3万名技术工人,在国内外建有14个生产基地,5个再生资源基地,覆盖了从上游生产到下游回收全产业链,实现了绿色、循环、可持续发展。

海尔智家

海尔智家股份有限公司于1984年,成长在改革开放的时代浪潮中。30年来,海尔始终以创造用户价值为目标,一路创业创新,历经名牌战略、多元化发展战略、国际化战略、全球化品牌战略四个发展阶段,2012年进入第五个发展阶段——网络化战略阶段,海尔目前已发展为全球白色家电领先品牌。

美的集团

美的集团股份有限公司是一家消费电器、暖通空调、机器人与自动化系统、智能供应链的科技集团,提供多元化的产品种类,包括以厨房家电、冰箱、洗衣机、及各类小家电的消费电器

业务;以家用空调、中央空调、供暖及通风系统的暖通空调业务;以库卡集团、安川机器人合资公司等为核心的机器人及工业自动化系统业务;以安得智联为集成解决方案服务平台的智能供应链业务。美的坚守“为客户创造价值”的原则,致力创造美好生活。美的专注于持续的技术革新,以提升产品及服务质量,令生活更舒适、更美好。资料来源:观研天下整理

从国内企业营收情况来看,2019年,我国空调行业主要上市企业中,美的集团营业收入最高,为2794亿元,其次是海尔智家,营业收入为2008亿元,格力电器紧随其后,营业收入为2005亿元,TCL科技营业收入为751亿元。

2019年我国空调行业主要上市企业营业收入情况

数据来源:观研天下整理

总的来说,我国空调行业优秀企业层出不穷,市场竞争激烈。各企业只有不断进行技术创新与产品迭代更新,才能在未来空调市场竞争中占据有利地位。(CT)

观研报告网发布的《2021年中国空调行业分析报告-市场深度分析与盈利前景预测》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。

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。

本研究报告数据主要采用国家统计数据,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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021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 2017-2021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、全社会消费品零售总额

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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

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

1、细分市场一

2、细分市场二

3、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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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
- 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

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/kongtiao/550205550205.html>