

2021年中国空调行业分析报告- 行业现状调查与投资前景预测

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《2021年中国空调行业分析报告-行业现状调查与投资前景预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/kongtiao/550669550669.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

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。一般包括冷源/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。

空调行业有着较为庞大的产业链，产业链的上游为压缩机、冷凝器、四通阀、蒸发器；产业链的中游为挂壁式、立柜式、吊顶式、窗式空调，下游通过超市、品牌实体店、电商等平台最终销售给消费者。

我国空调行业产业链 数据来源：观研天下整理

1、空调行业上游

目前，我国空调行业上游产业链为压缩器、冷凝器、四通阀、蒸发机等空调部件。以压缩器为例，我国是全球最大的气体压缩机生产国之一，近五年来产品产量呈逐年上升态势，截至2019年为472939599台；2020年在疫情冲击下，产量有所回落，但仍维持高位，达459709182台。

2015-2020年我国气体压缩机产量及增长情况 数据来源：观研天下整理

现阶段，我国空调行业上游产业链代表企业有浙江开山、隆华科技、三花智控、久立特材等。

我国空调行业产业链上游代表企业优势分析

类别

企业名称

主要优势

压缩器

浙江开山

技术优势：公司螺杆技术全球领先,制造规模亚洲第一、全球第三,拥有完整的产业链,具有技术优势、规模优势和产业链完整的成本优势

产品优势：与目前以日本传统的汽轮机集中式地热发电为代表的技术路径比较,具有覆盖面广(不仅适合中高温也适合中低温)、投资省、建设周期短、热损失小、发电效率高、废井少等优点,

东亚机械

研发创新优势：截至2020年12月31日,公司共拥有实用新型专利40项,拥有螺杆式压缩机主机的自主设计、生产能力,掌握60余种型线,在螺杆式空压机型线设计、节能环保等方面形成了核心技术优势。

品牌优势：公司成立近30年来,始终重视品牌建设,1994年即注册了“捷豹JAGUAR”商标,从产品质量、品牌宣传、市场定价等方面着力,持续打造“捷豹JAGUAR”的国产高端空压机品牌形象。

冷凝器

隆华科技

人才优势：隆华公司在新材料专业领域引进、储备了一大批国内一流的专业技术人才,拥有行业领先的技术研发实力,为隆华公司旗下各新材料业务持续领跑行业奠定了坚实的基础。

市场优势：公司先后被认定为中国化工集团项目供应商、中国石化供应商、中国石油长庆油田物质供应商、赛鼎工程有限公司合格供应商,且公司已有数百个各行业工程项目经验积累。

三花智控

技术优势：公司产品拥有自主知识产权和核心技术,同时利用公司的国家级技术中心、博士后国家科研工作站等平台,加强对外产学研合作,为产品研发提供深层次学科知识支持。

规模优势：公司覆盖了除压缩机以外的主要制冷、空调控制元器件产品,公司电子膨胀阀、四通换向阀、微通道换热器等主要产品市场占有率位居全球第一,在行业内占有绝对的规模优势,并且公司产品目前已广泛分布于家用空调、冰箱部件领域和商用空调、商业制冷、热泵热水器、变频控制技术领域。

四通阀

盾安环境

技术创新优势：借助国家技术中心、国家级博士后科研工作站,建立产学研相结合的开放式技术经营平台,提升自主研发创新能力,研发前瞻性强、技术含量高和市场空间大的新产品,提高技术创新对产业、市场的反应能力、加快新技术产业化的步伐。

自主研发优势：公司是中国首家为核电站配套生产核级冷水机组且拥有自主知识产权的企业;实现国内首台套自主研发非能动核电站反应堆关键部件之一的AP1000堆顶风机,打破了国外技术垄断,公司是国内少数具备核电暖通总包资格的企业之一。

三花智控

规模优势：公司产品目前已广泛分布于家用空调、冰箱部件领域和商用空调、商业制冷、热泵热水器、变频控制技术领域,以及白色家电洗衣机、洗碗机、咖啡机等领域。

营销优势：公司着重开拓国际市场,在实践中培养了一批能够适应不同国家、地区业务拓展需要的营销人才队伍,并在日本、韩国、泰国、新加坡、美国、欧洲等地建立了海外子公司作为网点的全球性营销网络,并在美国、波兰、墨西哥、泰国等地建立了海外生产基地,各系列产品覆盖全球主要市场。

蒸发器

依米康

产品优势：公司已拥有信息、医疗、环保治理领域的核心产品,包括精密空调、净化空调、高压直流电源系统、智能监控管理系统以及除尘、脱硫、脱硝等全系列自主研发产品。

研发优势：公司拥有专业齐全、技术全面、经验丰富、忠诚度高、业绩显著以及创新能力强的研发团队,配备了软硬件处于行业领先水平、齐备的研发设施设备,建立健全了研发管理体

系及一系列激励措施,保证了公司各项产品、技术、工艺改进以及新产品、新工艺、新技术开发的研究开发计划顺利实施,依米康和亿金环保已经获得“省级技术中心”认证。

久立特材

客户优势：公司已与中石化，中石油，中海油，中国神华，英国石油公司，拜尔公司，巴西国家石油公司，沙特国家石油公司，东方电气，，上海电气，美国通用电气，美国阿尔斯通，韩国斗山重工，日本株式会社，广船国际，江南造船(集团)，玖龙纸业等国内外知名厂商和机构建立了良好的业务合作关系。

工艺优势：公司是国内少数几家能同时采用国际先进的挤压工艺和国内先进的穿孔工艺进行生产的企业，先进的装备和工艺提高了原材料成材率和产品。数据来源：观研天下整理

2、空调行业产业链中游

空调行业产业链中游为空调制造。自2019年开始，由于我国空调市场遭遇寒流，其产量及销量增速下降，行业将由增量阶段向存量阶段过渡；根据国家统计局数据显示，2019年中国空调产量为21866.2万台，同比增长6.7%，销量达到2.14亿台，同比增长6.07%；2020年叠加疫情影响，空调产量为21064.6万台，同比减少3.7%。同时，我国空调制造企业主要分布在区域经济发达、工业发展成熟、空调处理需求较大的华东沿海地区以及华南沿海地区。

2015-2020年我国空调行业产销量统计情况 数据来源：观研天下整理

2020年我国空调行业产量区域分布情况 数据来源：观研天下整理

现阶段，我国空调行业产业链中游代表企业包括格力电器、美的集团、海尔、海信等。

空调行业产业链中游代表企业优势分析

企业名称

优势分析

美的集团

规模优势：美的集团是国内唯一全产业链、全产品线的家电生产企业,公司以行业领先的压缩机、电控、磁控管等家电核心部件研发制造技术为支撑,结合强大的电机等上游零部件生产及物流服务能力,形成了包括关键部件与整机研发、制造和销售为一体的完整产业链。

技术创新优势：美的着力于构建具有全球竞争力的全球研发布局和多层级研发体系,具备以用户体验及产品功能为本位的世界一流研发技术投入及实力,过去5年投入研发资金超过200亿元,已在全球8个国家设立了17个研究中心,研发人员整体超过10,000人,外籍资深专家超过300人,并保持与清华、浙大、华中科技大学、美国MIT,UCB,Stanford在内的30多个国内外科研机构的紧密合作,通过引进外部团队进行产业孵化,进一步提升美的研发实力。

格力电器

规模优势：公司是目前全球最大的集研发,生产,销售,服务于一体的专业化空调企业。公司旗下的“格力”品牌空调,业务遍及全球100多个国家和地区。格力电器大步挺进全球500强企业

阵营,位居“福布斯全球2000强”第385名,排名家用电器类全球第一位。

创新研发优势：公司目前拥有近300个专业实验室，2000多人的研发队伍，每年研发经费超过10亿，已累计申请专利3000多项，平均每两天推出3项专利，是中国空调行业拥有技术专利最多，单项专利推出周期最短的企业。

海尔智家

规模优势：权威市场调查机构欧睿国际2015年全球大型家用电器品牌零售量数据显示,海尔大型家用电器2015年品牌零售量占全球市场的9.8%,第7次蝉联全球第一,冰箱、洗衣机、酒柜、冷柜继续蝉联全球第一。

技术优势：技术专利与工业设计引领:截至目前,公司在全球累计专利申请5.3万余项,其中发明专利3.3万余项,占比超过60%,中国家电行业第一,体现领先的专利质量;海外发明专利1.1万余项,覆盖28个国家,是在海外布局专利最多的中国家电企业

海信科龙

技术优势：公司始终秉承“技术立企”的发展战略,以“节能变频”和“绿色环保”为核心,通过技术产品的不海信科龙电器股份有限公司 2015 年年度报告全文10断创新打造公司的核心竞争力

品牌优势：公司冰箱、空调产品使用的“海信”、“容声”及“科龙”三个品牌拥有良好的品牌美誉度和市场基础,其中,“海信”牌变频空调市场占有率曾连续十三年位居全国第一、“容声”牌冰箱市场占有率曾十一年获得全国第一。数据来源：观研天下整理

3、空调行业下游

目前，我国空调行业产业链下游为空调市场销售，整体分为线上销售和线下销售。整体上来看，空调销售市场的集中度较高：空调线下市场的82.84%由格力、美的、海尔、海信、惠而浦五个企业占领；而空调线上市场被美的、奥克斯、格力、海尔、TCL瓜分了83.89%。

具体来看，我国空调行业线下市场：以格力、美的为第一梯队（市占率 > 50%），海信、海尔、惠而浦为第二梯队（市占率在15%~25%之间），其余分散品牌为第三梯队（市占率 < 20%）。

2019年空调线下市场主要企业所占份额百分比 数据来源：观研天下整理

而在空调线上市场：美的份额领先（市占率 > 30%），奥克斯、格力为第二梯队（市占率 > 30%），海尔、TCL为第三梯队（市占率 < 15%）。

2019年空调线上市场主要企业所占份额百分比 数据来源：观研天下整理

同时，根据空调销售途径来，2020年美的、格力、海尔空调的内销量出货最多的是格力，销售量居全国第一；外销量出货最多的是美的，；从总销量来看，美的的出货量最多。数据显示，2020年美的内销出货2563万台，同比增长3.9%；外销出货2241万台，同比增长25.6%。格力内销出货2963万台，同比减少12.4%；外销出货1068万台，同比减少15.8%。海尔内销出货806万台，同比减少5.7%；外销出货295万台，同比增长12.6%。

2020年美的，格力，海尔空调销售数据对比 数据来源：观研天下整理（WYD）

观研报告网发布的《2021年中国空调行业分析报告-行业现状调查与投资前景预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/kongtiao/550669550669.html>