

2018年中国中央空调行业分析报告- 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年中国中央空调行业分析报告-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：<https://baogao.chinabaogao.com/kongtiao/361035361035.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: 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

据《中央空调市场》监测的数据显示，2017年中国中央空调市场首次突破900亿元大关，增长率高达19.6%，再次创造新的历史记录。

其中，家装零售市场依然受人瞩目，引领行业高速增长。

近几年来，在中央空调行业迅猛发展的同时，品牌格局也在发生着一些微妙的变化。

据《中央空调市场》监测的50多家市场主流品牌来看，2017年国产品牌再次引领行业快速发展，市场占有率已经超过45%，以美的、格力、海尔、天加为主导的“国产四大品牌”的格局已经稳固。

另外，以大金、日立、东芝为首的日系品牌增长飞速，市场占有率稳定攀升，尤其在家装零售市场上，日系品牌拥有着相当高的市场地位和影响力。

由于冷水机组市场表现不佳，从而导致欧美品牌的市场占有率基本保持稳定，不少欧美品牌也纷纷调整市场方向,以期获得更大的突破。

2017年3大阵营品牌占有率对比 图表来源：观研天下整理

中国中央空调行业“十强”品牌的市场占有率之和已经超越75%，它们分别是：美的、格力、大金、日立、海尔、江森自控约克、麦克维尔、东芝、开利、天加。

可以发现，如今市场的品牌集中度越来越高，这一趋势在未来也将会愈来愈明显

2017年中国中央空调市场主要品牌占有率分布 图表来源：观研天下整理

观研天下发布的《2018年中国中央空调行业分析报告-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 中央空调行业相关界定

第一节 中央空调行业概述

一、中央空调简介

二、工作原理

三、分类

第二节 中央空调节能已成为建筑节能减排的工作重心

一、将中央空调节能成为建筑节能工作重心

二、绿色建筑节能赋予中央空调行业新的机遇

三、国内中央空调推行节能化产业

第二章 中央空调行业发展环境及影响因素分析

第一节 2018年我国经济运行分析及预测

一、2018年经济形势分析

二、2018年经济运行主要问题

三、未来经济运行分析与政策展望

四、“十三五”我国经济增长潜力分析

第二节 2016-2018年中央空调政策环境分析

一、利好政策对中央空调行业的复苏起到了重要作用

二、大型中央空调机组有望获补贴

第三节 2018年节能惠民政策到期对中央空调的影响

一、两类产品境遇不同

二、制约因素犹存

三、推动产业升级

第三章 中国中央空调行业发展分析

第一节 中国中央空调行业发展现状分析

一、我国中央空调的发展形式

二、2018年我国中央空调行业发展分析

三、2018年我国中央空调发展分析

四、我国中央空调行业面临节能机遇与挑战

第二节 2018年中国传统中央空调升级改造分析

一、能耗分析

二、噪音分析

三、舒适度分析

四、使用寿命分析

五、国内外现状分析

六、效果及发展趋势预测

第三节 2018年我国中央空调行业面临四大变革

一、节能减排成为主导

二、节能替换市场考验可持续发展能力

三、人性化体验感将促成消费主力

四、服务将进入云平台智能化时代

第四章 中国中央空调行业整体运行状况

第一节 2018年中央空调市场调研

一、开局艰难，后市回暖

二、品牌格局有变

三、2018年度市场

第二节 2018年中央空调市场调研

一、价格下降销量攀升

二、产品舒适度在提高

三、售后服务不断改进

四、2018年政府空调采购市场观察

第三节 2018年中央空调多联机市场调研

一、多联机在户式中央空调市场占比持续攀升

二、2018年多联机实现快速增长

三、多联机成我国中央空调市场整体规模最大产品系列

第四节 2018年中央空调磁悬浮技术市场调研

一、又爱又恨的磁悬浮

二、又强又大的新海尔

第五章 中国主要区域中央空调市场调研

第一节 2018年中国主要区域中央空调市场调研

一、江苏市场

二、上海市场

三、浙江市场

四、广东市场

五、北京市场

第二节 2018年中国主要区域中央空调市场调研

一、江苏市场

二、上海市场

三、浙江市场

四、广东市场

五、北京市场

第三节 山东中央空调市场调研

一、2018年山东中央空调市场运营状况分析

二、2018年山东中央空调采购情况分析

第四节 青岛区域中央空调市场评估

一、总体特征分析

二、品牌特征

三、机型特征

四、渠道特征

五、专家、设计院

第六章 我国中央空调行业市场竞争分析

第一节 中央空调行业竞争格局

第二节 2018年我国商用空调市场格局特征分析

一、韩资品牌在华市场转战高端商用

二、日资品牌在华空调市场受冲击

三、欧美品牌或迎来新机遇

四、国产品牌话语权增大

第三节 外资品牌淘金中国家用中央空调市场

一、中国市场吸引力依然存在

二、策略调整是必然

三、节能减排凸显政策商机

第四节 中央空调市场：国内品牌逆势突破

一、变频多联机表现突出

二、单元机能效升级

三、冷水机组取得突破

第五节 国内中央空调行业派系之争愈演愈烈

一、本土品牌：提高产能务实求进

二、日系品牌：瞄准家用抢占高端

第六节 中央空调细分市场竞争格局

一、冷水机发展多元化，内资开始与美资正面交锋

二、多联机潜力巨大，内资品牌逆势崛起

三、单元机市场已为内资品牌垄断

四、末端产品市场稳定

第七节 未来中央空调行业竞争格局展望

一、内资企业从追赶到领跑的产业背景

二、内资企业从追赶到领跑的对手背景

三、内资企业从追赶到领跑的自身背景

四、内资品牌未来有望主导中央空调市场

五、格力、美的、海尔等内资品牌赶超潜力巨大

第七章 中国中央空调行业重点企业分析

第一节 格力电器中央空调

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 美的中央空调

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 海尔中央空调

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 亿利达

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第八章 中央空调行业相关行业发展概况

第一节 2016-2018年中国商业地产发展现状

一、2018年中国商业地产发展现状

二、外资青睐布局商业地产投资

三、私募房产基金偏爱商业地产

四、2018年中国海外商业地产投资预计

第二节 2018年商业地产运行数据分析

一、2018年房地产企业整体景气状况判断

二、2018年商业地产开发情况分析

三、2018年商业地产销售情况分析

第三节 2016-2018年中国一线、二三线城市商业地产发展分析

一、一线城市商业地产进入“存量时代”

二、商业地产项目扎堆二三线市场

三、需防二三线城市商业地产泡沫风险

第四节 2018-2024年中国商业地产发展趋势

一、商业地产的发展方兴未艾

二、城市综合体开发火热，高端商业地产成开发的主流模式

三、体验型商业物业成为主体业态

四、盈利模式发生变化，自主持有商业地产物业将成主流

第九章 2018-2024年中国中央空调行业趋势预测及趋势分析

第一节 2018-2024年中国中央空调行业趋势预测

一、中央空调市场前景广阔

二、建筑耗能高，空调是关键

三、政策推动建筑节能改造，中央空调更新需求看涨

四、城镇化推进，新增需求空间巨大

五、中央空调长期有井喷空间

六、国内中央空调需求将进入快速释放期

第二节 我国中央空调正迎来广阔的替代市场

第三节 2018-2024年中国磁悬浮中央空调行业趋势预测

一、首批出口磁悬浮中央空调下线

二、节能成磁悬浮中央空调推手

三、海尔剑指国内2000亿替代市场

第四节 家用中央空调或成空调制冷业发展趋势

第十章 2018-2024年中国中央空调行业投资策略

第一节 中央空调企业新蓝海战略分析

一、从单纯制冷走向供暖、制冷全系列产品

二、冷链设备行业前景广阔

三、军用空调市场高增长可期

四、机房空调市场

第二节 打造新蓝海的可行性分析

一、蓝海产品和原产品是相通的

二、竞争对手弱，胜出容易

三、兼做更合算：商业模式对

四、顺手牵羊做：失败了损失也有限

第三节 中央空调的投资前景研究分析

一、中央空调企业投资逻辑

二、收入大幅增长

三、综合利润率提升

第十一章 2018-2024年中国中央空调行业经营管理策略

第一节 中央空调企业4P营销组合策略简析

一、产品策略

二、价格策略

三、渠道策略

四、促销策略

第二节 中央空调企业关系营销战略分析

一、中央空调关系营销的基本内容

二、关系营销与中央空调企业特性

三、中央空调企业的关系营销战略

第三节 中央空调企业服务营销策略

一、营销管理中存在的问题

二、服务营销措施的建议

第四节 中央空调售后服务创新策略

一、新服务概念设计

二、客户服务界面设计

三、服务传递系统设计

四、新技术设计

图表目录：

图表：家用空调与中央空调特点对比家用空调商用空调（中央空调）

图表：中央空调制冷循环原理

图表：中央空调制热循环原理

图表：中央空调（冷水机组）工作原理图

图表：中央空调按使用功能分类类别子类特点
图表：格力户式中央空调示例
图表：商用中央空调室外机示例
图表：家用中央空调布局结构
图表：家用普通空调布局结构
图表：2016-2018年国内生产总值同比增长率
图表：2016-2018年三次产业增加值季度同比增长率
图表：2016-2018年工业增加值及其构成月度累计同比增长率
图表：2016-2018年城镇固定资产月度累计投资同比增长率
图表：2017-2018年按地区分城镇固定资产月度累计投资同比增长率
图表：2016-2018年社会消费零售总额及其同比增长率
图表：2016-2018年社会消费品零售总额构成月度同比增长率
图表：2016-2018年CPI、PPI月度变化
图表：2016-2018年企业商品价格月度指数
图表：2016-2018年月度进出口同比增长率
图表：2016-2018年月度累积货币供应量
图表：2017-2018年本外币信贷月度收支
图表：2016-2018年人民币月度新增贷款量
图表：2016-2018年累计外汇储备总额及同比增长率
图表：1978-2018年我国经济发展主要指标变化趋势
图表：2006-2018年我国城乡居民收入消费总趋势
图表：2006-2018年城镇和农村居民消费支出结构
图表：多联机在户式中央空调市场占比持续攀升（GYZQJP）
图表详见正文

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/kongtiao/361035361035.html>