

2008年中国空调行业市场分析及发展趋势展望报告

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《2008年中国空调行业市场分析及发展趋势展望报告》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/3199231992.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

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

摘要：

2008年全球家用空调的产量为8977万台，全球家用空调的生产集中于亚洲区域，该区域占据了总产量的94%。亚洲有95%的生产集中于中国、泰国、韩国和日本四个国家。此外，越南和印度等国的新兴的空调生产也在逐年增长。

数据显示，空调行业产能排名前五的企业为格力、美的、lg、三星和松下。这五家企业的产量均在500万台以上，五家企业的总产量占生产总量的54%。由于中国企业有很大份额的生产属于oem生产，因此虽然格力、美的的产量分别占据了总量的17%和15%，但全球品牌份额排名却逊于日韩的一线品牌。

本研究报告分十一章，从宏观环境，市场格局，产业政策，行业运行，产品与技术发展，市场动态等各个方面对空调行业进行了全景的与预测，并提出了对策与投资建议，是一份全面而权威的空调行业研究参考资料。

报告数据主要来源于国家统计局、国研数据中心、海关总署等权威机构，希望本报告能够帮助空调行业企业及相关投资机构把握行业发展、了解市场运行情况，做出正确的决策。

第一章 2009年中国空调行业发展环境 1

第一节 2009年我国宏观经济环境 1

一、2009年我国宏观经济运行情况 1

一、农业生产继续稳定发展，粮食再获丰收 2

二、工业生产增长加快，企业效益提高 3

三、固定资产投资快速增长，房地产开发投资明显加快 4

四、市场销售增长较快，增速呈现逐步提高的态势 5

五、消费价格上涨较快，房屋销售价格上涨较多 6

六、对外贸易快速增长，外商直接投资继续增长 7

七、居民收入快速增长，就业增加较多 8

八、货币供应量增长较快，贷款增加较多 10

第二节 2008年中国经济展望 10

第三节 2008-2009年空调政策 12

一、关于能效的政策法规 12

二、关于健康的政策法规 12

第四节 我国空调产业技术环境 13

一、空调产业技术现状 13

二、未来空调的技术革新 18

第二章 全球空调市场发展现状 20

第一节 全球空调市场发展概况 20

第二节 重点国家及地区空调市场形势 23

一、欧洲空调市场 23

二、美国空调市场 25

三、亚洲空调市场 26

四、中东、拉丁美洲及其他地区空调市场 27

第三章 2008-2009年我国空调行业市场状况 28

第一节 2008-2009年度空调市场整体状况 28

一、2008-2009年市场整体特点 28

二、2008-2009年空调市场整体产销量 31

三、2008-2009年我国空调市场变化趋势 46

第二节 2009年我国空调市场 47

一、2009年中国空调市场概述 47

二、2009年中国空调市场结构 49

（一）品牌结构 49

（二）产品结构 52

（三）区域结构 57

三、2009年中国空调价格走势 59

（一）整体市场价格指数走势 59

（二）细分市场均价 60

四、2008年中国空调发展趋势预测 67

第三节 2009年空调市场特点及发展趋势 68

一、2009年中国空调行业淡季市场状况 68

二、2009年健康空调占据高端市场 69

三、2009年我国空调市场特点 70

四、2009年我国空调市场呈现四大表征 71

五、2009年我国空调业面临洗牌 74

六、2008年我国空调消费趋势预测 76

第四章 2008-2009空调年度各区域市场 79

第一节 区域市场整体 79

第二节 各地市场 82

一、华北市场状况 82

二、东北市场状况 84

三、华东市场状况 84

四、华南市场状况 85

五、中南市场状况 87

六、西南市场状况 88

七、西北市场状况 89

第五章 2008-2009年我国空调上下游行业发展状况 90

第一节 2008-2009年我国空调行业原材料市场 90

一、我国铜行业发展状况 90

（一）我国铜工业的基本状况 90

（二）我国铜工业结构调整 93

（三）2009年中国铜企生产经营状况 94

（四）2009年铜工业供需预测 95

二、我国铝行业发展状况 97

（一）2009年我国铝业发展现状 97

（二）2009年我国铝业进出口市场运行 97

（三）2009年电解铝与氧化铝市场 98

（四）2009年铝供需现状及预测 98

（五）“十一五”我国铝业发展展望 99

第二节 2008-2009年我国空调压缩机市场 99

一、空调压缩机概况 99

二、2008空调压缩机市场特点 101

三、2009年空调压缩机市场状况 104

第三节 2008-2009年我国房地产市场 108

一、2009年房地产市场现状 108

二、2008年房地产行业发展展望 112

第四节 2008-2009年我国汽车市场 114

一、2009年中国汽车市场 114

二、2009年汽车产销形势及发展趋势 119

第六章 我国空调热点子行业 121

第一节 中央空调 121

一、2008-2009年中央空调市场状况 121

（一）2008-2009年中央空调市场关注度情况 121

（二）2008-2009年中央空调市场供应情况 122

（三）2008-2009年中央空调市场需求情况 123

（四）2008-2009年中央空调供应商情况 124

（五）2009年中央空调市场全年发展 125

二、家用中央空调市场 129

（一）家用中央空调的类型及特点 129

(二) 家用中央空调与家用空调器的区别	133
(三) 家用中央空调发展现状	134
(四) 家用中央空调发展趋势	136
三、2008年中央空调市场前景	137
第二节 变频空调	139
一、2008年我国变频空调市场情况	139
二、2009年变频空调市场发展	141
三、变频空调的特点	142
四、变频空调发展的障碍	145
第三节 汽车空调	145
一、汽车空调市场进入发展新阶段	145
二、我国汽车空调发展状况	147
三、我国汽车空调发展策略	149
四、我国汽车空调发展前景	150
第七章 2008-2009年空调出口市场	152
第一节 2008-2009年我国空调出口市场	152
一、2008年我国空调出口市场状况	152
二、2009年我国空调出口市场状况	156
三、我国空调出口遭制冷剂专利追责	158
第二节 2008年空调出口市场发展趋势	159
一、2008年空调出口增长形势	159
二、空调出口市场未来发展方向	161
第八章 2008-2009年度空调销售渠道及消费者	165
第一节 2008-2009年度空调销售渠道特征	165
一、品牌重新审视渠道力量	165
二、连锁重组裂变令业界担忧	165
三、深耕三四级市场	166
四、商家经营更加谨慎	166
五、我国目前空调主要销售模式	166
第二节 2009年我国四大空调渠道商市场表现	168
一、国美：合资品牌走势强劲	168
二、大中：柜机销售上升明显	168
三、苏宁：品牌内部套餐促销增多	169
四、五星：平均单价趋势走高	170
第三节 2008-2009年中国空调消费者调查	170

- 一、健康概念深入人心 170
- 二、杀菌率不再是唯一卖点 171
- 三、消费对品牌的认知度 171
- 四、消费者对空调的购买类型 172
- 五、促销对消费者的影响 173
- 六、家电连锁商场和大型电器商场是主战场 173
- 七、报纸刊物、电视等仍然是信息传播的主渠道 174
- 八、调查启示 174
- 第九章 2008-2009年度我国空调行业竞争 176
 - 第一节 空调“后竞争时代”的竞争法则 176
 - 第二节 空调从规模竞争走向多重博弈 179
 - 第三节 空调竞争向价值战回归 更加趋向差异化 184
 - 第四节 空调业几大重点企业在竞争中的市场表现 190
- 第十章 空调行业重点企业 201
 - 第一节 格力电器 201
 - 一、公司概况 201
 - 二、2008-2009年公司经营状况 202
 - 三、2008年格力电器市场展望 204
 - 第二节 美的电器 205
 - 一、公司概况 205
 - 二、2008-2009年公司经营状况 206
 - 三、2008年美的电器市场展望 208
 - 第三节 海尔 213
 - 一、公司概况 213
 - 二、2008-2009年海尔经营状况 215
 - 第四节 志高 217
 - 一、公司概况 217
 - 二、2008年志高经营状况 218
 - 第五节 奥克斯 221
 - 一、公司概况 221
 - 二、奥克斯经营动态 222
 - 第六节 海信 224
 - 一、公司概况 224
 - 二、2008-2009年海信经营状况 225
 - 第七节 LG 227

一、公司概况 227

二、LG空调的发展 227

三、2008-2009年LG空调市场状况 228

第八节 格兰仕空调 230

一、公司概况 230

二、逆势而上的空调黑马 232

三、在争鸣中实现战略转型 234

四、品牌经营的壮丽蝶变 234

第十一章 我国空调行业投资前景及投资策略 236

第一节 我国空调行业投资前景 236

一、垄断格局进一步走向集中 236

二、自建渠道寻求突破 236

三、价格继续上涨 237

四、国际市场需求增加，出口前景看好 237

五、家电市场并未真正饱和 238

第二节 空调行业投资发展策略 239

一、提供品牌知名度，争取品牌溢价 239

二、开拓新的盈利渠道，向服务要利润 239

三、通过高端产品涨价：众厂家齐打“彩色牌” 240

四、再造营销架构，寻求成本节约 240

五、投资热点：持续发展能力取胜 240

第三节 竞争过度和依赖出口是行业存在的主要风险 241

表目录

表格 1：1995年-2009年全国粮食总产量 2

表格 2：1995年-2009年全国工业增加值 3

表格 3：1995年-2009年全国固定资产投资 4

表格 4：1995年-2009年社会消费品零售总额 5

表格 5：2009年1-12月CPI指数表 6

表格 6：1995年-2009年进出口总额 7

表格 7：1995年-2009年农民人均纯收入 8

表格 8：1995年-2009年城镇居民人均可支配收入 9

表格 9：2008、2009年度中国空调市场整体运营指标 30

表格 10：1999-2008年度国内空调市场产量表 31

表格 11：2004-2008年度三年每月生产量表 32

表格 12：1996-2008年度空调企业年度内销出货量对比表 33

表格 13 : 1999-2008年度国内空调市场内销出货量增长率走势	34
表格 14 : 1999-2008年度国内空调市场总体销售额统计	35
表格 15 : 1999-2008年度国内空调市场销售额增长情况	36
表格 16 : 1999-2008年度国内空调市场销量与销售额增长对比	37
表格 17 : 1999-2008年度国内空调市场整体价格表	38
表格 18 : 2004-2008年度每月内销出货量分布对比	39
表格 19 : 1999-2009年度国内空调市场产量变化	41
表格 20 : 2005-2009年度三年每月生产量分布	41
表格 21 : 1996-2009年度空调企业年度内销出货量对比	42
表格 22 : 1999-2009年度国内空调市场内销出货量增长率走势	42
表格 23 : 1999-2009年度国内空调市场总体销售额统计-	43
表格 24 : 1999-2009年度国内空调市场销售额增长对比	44
表格 25 : 1999-2009年度国内空调市场销量与销售额增长对比	44
表格 26 : 2005-2009年度每月内销出货量分布对比	45
表格 27 : 2009年Q4中国市场最受用户关注的十大空调品牌分布表	49
表格 28 : 主流空调品牌区域市场关注度排名	58
表格 29 : 本报告定量划定的区域市场	80
表格 30 : 2003-2009年度全国南、北市场总体销售额对比	80
表格 31 : 2003-2009年度5年全国各大区市场销售额对比	81
表格 32 : 2005-2009年度全国主要省份销售额分布	81
表格 33 : 2005-2009年度华北各省、市销售额一览表	83
表格 34 : 2005-2009年度华东各省、市销售额及占有率对比	85
表格 35 : 2005-2009年度华南各省、市销售额一览表	86
表格 36 : 2005-2009年度中南各省、市销售额一览表	87
表格 37 : 2005-2009年度西南各省、市销售额一览表	88
表格 38 : 中国精铜供求表	95
表格 39 : 中国原铝市场平衡表 (万吨、元/吨)	98
表格 40 : 2008年度压缩机每月生产量分布表 (万台)	100
表格 41 : 2008冷冻年度国内各主要压缩机品牌生产量分布	102
表格 42 : 2008冷冻年度国内压缩机企业市场占有率分布表	102
表格 43 : 2004-2008年度三年空调压缩机进、出口量及年末库存增量对比	104
表格 44 : 2008、2009冷冻年度国内各主要压缩机品牌生产量分布	106
表格 45 : 2009、2008冷冻年度国内压缩机企业市场占有率	106
表格 46 : 2008、2009年度压缩机每月生产量分布图	107
表格 47 : 2005-2009年度三年空调压缩机综合运行数据对比	108

表格 48 : 2001-2009年汽车进口情况	117
表格 49 : 2009年上半年全国各大区域市场销售情况一览	123
表格 50 : 2009年上半年全国各省份中央空调销售总量	123
表格 51 : 国内市场2009年份额排名 (前8位)	127
表格 52 : 中央空调品牌认知度 (前8位)	127
表格 53 : 1999-2008年度空调市场总出口量走势表	152
表格 54 : 1999-2008年度空调销售内、外销对比表 (万台)	153
表格 55 : 2008年度国内各主要品牌出口销量统计	154
表格 56 : 1999-2009年度空调市场总出口量走势	157
表格 57 : 1999-2009年度空调销售内、外销对比	157
表格 58 : 2009、2008年度国内各主流品牌内外销总量对比	198
表格 59 : 2009、2008年度国内主流品牌内销量统计	199
表格 60 : 2009、2008年度国内各主要品牌内销金额统计	199
表格 61 : 2008-2008年一季度格力电器每股指标	202
表格 62 : 2008-2008年一季度格力电器获利能力	202
表格 63 : 2008-2008年一季度格力电器经营能力	202
表格 64 : 2008-2008年一季度格力电器偿债能力	203
表格 65 : 2008-2008年一季度格力电器资本结构	203
表格 66 : 2008-2008年一季度格力电器发展能力	203
表格 67 : 2008-2008年一季度格力电器现金流量	203
表格 68 : 2008-2008年一季度美的电器每股指标	206
表格 69 : 2008-2008年一季度美的电器获利能力	206
表格 70 : 2008-2008年一季度美的电器经营能力	207
表格 71 : 2008-2008年一季度美的电器偿债能力	207
表格 72 : 2008-2008年一季度美的电器资本结构	207
表格 73 : 2008-2008年一季度美的电器发展能力	207
表格 74 : 2008-2008年一季度美的电器现金流量	208
表格 75 : 2008-2008年一季度海尔每股指标	215
表格 76 : 2008-2008年一季度海尔获利能力	215
表格 77 : 2008-2008年一季度海尔经营能力	215
表格 78 : 2008-2008年一季度海尔偿债能力	216
表格 79 : 2008-2008年一季度海尔资本结构	216
表格 80 : 2008-2008年一季度海尔发展能力	216
表格 81 : 2008-2008年一季度海尔现金流量	217
表格 82 : 2008年广东志高空调有限公司经营情况	218

表格 83：2008-2008年一季度海信每股指标 225

表格 84：2008-2008年一季度海信获利能力 225

表格 85：2008-2008年一季度海信经营能力 225

表格 86：2008-2008年一季度海信偿债能力 226

表格 87：2008-2008年一季度海信资本结构 226

表格 88：2008-2008年一季度海信发展能力 226

表格 89：2008-2008年一季度海信现金流量 227

表格 90：LG简况 227

图目录

图表 1：1999-2009年投资、消费与进出口 1

图表 2：1997-2009年GDP增长趋势 2

图表 3：2009年1-12月CPI指数图 6

图表 4：1999-2008年度国内空调市场产量变化图 32

图表 5：2004-2008年度三年每月生产量分布图 33

图表 6：1996-2008年度空调企业年度内销出货量对比图 34

图表 7：1999-2008年度国内空调市场内销出货量增长率走势图 35

图表 8：1999-2008年度国内空调市场总体销售额走势图 36

图表 9：1999-2008年度国内空调市场销售额增长走势图 37

图表 10：1999-2008年度国内空调市场销量与销售额增长对比图 38

图表 11：1999-2008年度国内空调市场整体价格走势图 39

图表 12：2004-2008年度每月内销出货量分布对比图 40

图表 13：2009年Q4中国市场最受用户关注的十大空调品牌关注分布图 49

图表 14：2009年1-12月三大空调品牌关注度走势 51

图表 15：2009年1-12月中国市场挂式空调与立式空调的关注度走势 52

图表 16：2009年Q4不同功率空调关注比例分布 53

图表 17：2009年Q4变频与非变频空调关注比例分布 54

图表 18：2009年1-12月变频与非变频空调关注度走势 54

图表 19：2009年Q4不同冷暖类型空调关注比例分布 55

图表 20：2009年1-12月不同冷暖类型空调关注度走势 56

图表 21：2009年Q4不同价位段空调关注比例分布 56

图表 22：2009年Q4七大区域市场空调关注比例分布 57

图表 23：2009年1-12月中国空调市场价格指数走势 59

图表 24：2009年Q4中国空调市场平均价格走势 60

图表 25：2009年Q4主流品牌挂式空调市场均价对比 61

图表 26：2009年Q4主流品牌立式空调市场均价对比 61

- 图表 27：2009年Q4主流品牌1匹空调市场均价对比 62
- 图表 28：2009年Q4主流品牌1.5匹空调市场均价对比 63
- 图表 29：2009年Q4主流品牌2匹空调市场均价对比 63
- 图表 30：2009年Q4主流品牌3匹空调市场均价对比 64
- 图表 31：2009年Q4主流品牌冷暖型空调市场均价对比 64
- 图表 32：2009年Q4主流品牌冷暖电辅型空调市场均价对比 65
- 图表 33：2009年Q4主流品牌变频空调市场均价对比 66
- 图表 34：2009年Q4主流品牌非变频空调市场均价对比 66
- 图表 35：本报告所划定的全国南北市场示意图 79
- 图表 36：2009年1-8月中国铜产品产量（万吨） 90
- 图表 37：中国精炼铜供需平衡表（万吨） 90
- 图表 38：2009年1-8月铜行业固定资产投资完成情况表（亿元） 92
- 图表 39：2009年1-8月22户铜镍企业利润情况 94
- 图表 40：2009年1-8月未锻轧铜进出口统计数据 94
- 图表 41：1997-2008年中国精炼铜消费趋势 95
- 图表 42：2009年我国铜产量与精铜进口量 96
- 图表 43：2008年度压缩机每月生产量分布曲线图 101
- 图表 44：2008冷冻年度国内压缩机企业市场占有率分布图 103
- 图表 45：2003-2009年国内房地产月度投资额 109
- 图表 46：1990-2009年汽车产量及增长率变化情况 114
- 图表 47：2009年各月汽车生产量及同比增减变化情况（万辆、%） 115
- 图表 48：2000-2009年我国汽车销量 119
- 图表 49：2009年乘用车及商用车月度销量变化情况 120
- 图表 50：2009年汽车各主要品种市场占有率 120
- 图表 51：2008年3-11月中央空调关注度 121
- 图表 52：2008年中央空调供应商机趋势图 122
- 图表 53：2008年全国中央空调供应商分布图（%） 125
- 图表 54：2008年全国中央空调供应商属性结构（%） 125
- 图表 55：变频空调与非变频空调运转性能比较坐标 144
- 图表 56：2001-2008年我国汽车空调压缩机产量与汽车产量产量增长比较 148
- 图表 57：2001-2005年我国部分汽车空调压缩机企业平均配套价格下降情况 149
- 图表 58：1999-2008年度空调市场总出口量走势图 152
- 图表 59：1999-2008年度空调销售内、外销对比图 153
- 图表 60：1998-2008年冷冻年度家用空调销量变化图 184
- 图表 61：2001-2008冷冻年度特价机销量占有率变化图 185

图表 62：高端家用空调市场比重变化图 186

图表 63：2002-2008年冷冻年度家用空调业产销情况 186

图表 64：空调业高增长和低盈利背离图 188

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/kongtiao/3199231992.html>