

中国空调行业现状深度分析与投资前景研究报告 (2025-2032)

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《中国空调行业现状深度分析与投资前景研究报告（2025-2032）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202505/752444.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

前言：

得益于终端需求激活以及国补政策拉动产品结构上行，我国空调行业产销实现双增长，头部空调品牌优势更为明显。而小米等新玩家来搅局，我国空调行业竞争加剧，海外市场或许是巨头寻找增量的新战场。未来，在空调行业竞争中，能否准确把握新趋势，将直接决定未来行业地位。

1、我国空调行业产销实现双增长

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。在2017年-2018年国内空调市场高速脉冲式发展后，2020年国内空调行业遭遇规模增长挑战，主要原因是全国范围内疫情造成上游供应链环节部分产品短缺，生产端供给不足，同时开工装修节奏放缓，包含空调在内的家电产品的安装都受到影响。2021-2024年，在一系列消费政策刺激下，我国空调产量、销量回升。根据国家统计局数据显示，2024年1-12月，我国空调行业累计产量26598.4万台，同比增长9.7%；2024年中国家用空调销量为18977万台，同比增长20.9%，其中内销9652万台，同比增长6.6%。

数据来源：国家统计局

从月度出货节奏分析，2024年开年，企业对市场前景充满信心，国家适时发布的以旧换新政策更是极大地鼓舞市场各方，1-5月市场呈现良好增长态势；然而，2024年6-7月空调内销出货出现大幅回落，核心在于零售端增长乏力；2024年8月，随着以旧换新政策逐步落地并加大宣传力度，空调零售市场重焕生机，终端需求的持续向好逐渐传导至企业出货端；2024年第四季度，得益于终端需求的激活以及国补政策拉动产品结构上行，为出货增长提供有力支撑，我国空调行业内销保持高增长态势。

数据来源：观研天下整理

2、存量竞争叠加国补政策，头部空调品牌优势更为明显

从市场竞争角度而言，由于头部品牌长期深耕市场，搭建起庞大且完善的销售渠道网络，大规模的生产和采购量使得成本下降，2024年我国空调行业品牌虹吸效应显著，头部品牌和高端品牌表现更为强劲，线上Top3份额为61.8%，相较于去年增长了4个百分点。线下在国补政策实施后，头部品牌份额提升也较为明显。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

3、新玩家来搅局，我国空调行业竞争加剧

具体从企业份额占比来看，海信、海尔、TCL等传统家电企业依然占据着市场前列，但小米作为新玩家入局，正成为一个不可忽视的新变量。数据显示，2025年1-4月，空调市场市占率线下渠道，前五名分别是美的、格力、海尔、海信和卡萨帝，小米位居第17名。但线上渠道，小米已跃居第三，仅次于美的和格力。财报数据显示，2024年小米空调全渠道出货量达到680万台，同比增长超过50%，位列行业第四。

数据来源：观研天下整理

然而，小米的入局，给空调行业老玩家带来危机感，有些企业选择暂时观望，有些企业则直接宣战。例如，格力在国内市场选择深度布局线下，2025年2月，“董明珠健康家”发布，计划年内在全国建设3000家、累计建设1万家左右，标志着格力终端SI（店铺终端形象系统）全面升级，这或许是格力希望依靠格力空调和董事长董明珠的影响力，为其他电器引流，从而带动销量增长；在2025年电商生态伙伴旺季启动大会上，美的表示要从节能、舒适、健康三大维度出发，聚焦不同场景下的用途差异，推出适合家庭、母婴、大空间等场景的产品。

而小米的战略方向可以概括为：强化自研概念，通过智能生态体验吸引消费者。2024年10月24日，小米集团大家电部在武汉新增小米智能家电实验中心。本次小米智能家电实验中心总投资1.2亿元人民币，旨在打造集研发、测试、办公为一体的综合性产品开发基地。此外，小米智能家电实验中心携手中国家用电器研究院、威凯检测技术有限公司以及华中科技大学，共同建立了联合实验室以及联合技术中心，通过产学研的深度融合，为小米大家电业务的未来发展注入新动能。不过，与美的、格力相比，小米在空调业务上的基础较为薄弱，但凭借其智能家居生态和小米品牌影响力、技术实验室加成，具备一定的突围潜力。由此可见，我国空调行业竞争将愈发激烈。

小米智能家电实验中心合作方

合作方

合作内容

中国家用电器研究院

为小米提供行业权威的标准制定、性能测试与认证服务，确保产品符合国内外最新标准，增强消费者信任

威凯检测技术有限公司

强化小米在产品安全、质量控制及环境适应性测试等方面的能力，为产品上市前的严格把关提供坚实保障

华中科技大学

聚焦前沿技术的探索与应用，如人工智能、物联网、新材料等，为小米大家电产品的智能化

、高端化转型注入源源不断的创新活力

资料来源：观研天下整理

4、空调出口市场表现异常强劲，海外市场或是空调巨头寻找增量的新战场

与竞争激烈的国内市场相比，海外市场或许是空调巨头寻找增量的新战场。根据相关资料可知，目前，全球约80%的空调产能集中在中国，2024年空调出口市场表现异常强劲，迎来爆发式增长，规模直逼内销出货量，成功迈上九千万新台阶。根据数据显示，2024年，我国空调行业出口销量高达9326万台，同比增长40.4%，这不仅为空调行业的整体发展注入强大动力，也进一步巩固中国空调产业在全球的地位，彰显出中国空调制造在国际市场上的核心竞争力。

数据来源：观研天下整理

同时，美的、格力等企业也在全力开拓海外市场。例如，美的集团在越南、泰国、埃及、巴西、印度等地设厂，覆盖东南亚、中东、拉美市场，根据美的财报数据显示，海外市场营收规模超200亿美元，其中电商渠道销售同比增长超50%，海外营收占集团总营收超40%，全球化战略取得重大突破，未来也将延续OBM战略（优先发展自有品牌），在海外市场攻城略地。

我国空调行业主要企业海外布局现状

企业名称

海外布局

美的集团

越南、泰国、埃及、巴西、印度等地设厂，覆盖东南亚、中东、拉美市场。2016年收购东芝白色家电业务，2017年收购意大利中央空调企业Clivet，强化技术及品牌影响力。

格力电器

巴西、巴基斯坦、越南等地，侧重新兴市场。通过“自主品牌+代工”双线拓展，在沙特、俄罗斯市场份额显著。

海尔智家

收购美国GEAppliances、日本三菱电机部分业务、新西兰斐雪派克，整合高端市场资源，同时在印度、俄罗斯、土耳其等地建厂，推行“三位一体”（研发、制造、营销）本土化战略。

奥克斯

以高性价比主攻东南亚、非洲市场，在印尼、孟加拉国设厂。

TCL、海信

通过并购（如TCL收购汤姆逊）进入欧洲市场，结合空调与家电全品类协同出海。

资料来源：观研天下整理

5、智能化、绿色化、全球化成为空调行业企业未来发展目标

随着新玩家入局及海外市场拓展加速，我国空调行业竞争愈发激烈，企业该如何脱颖而出？

智能化、绿色化、全球化或成空调行业未来发展焦点。具体来看：

首先，空调智能化是当前行业升级的核心方向。当前，美的、格力空调纷纷宣布接入DeepSeek。

其次，绿色化。例如，格力空调开发的AI动态节能技术，号称可根据环境变化和用户需求自主学习，动态调整参数，实现全年动态能效提高15.8%以上，帮助消费者降低13.6%的耗电量；美的开发的第三代ECO节能技术，通过优化压缩机运行逻辑，实现了能耗降低30%。

最后，全球化布局。目前，美的在全球200多个国家拥有约400家子公司，海外设有多个研发中心和制造基地；格力在巴西、越南、巴基斯坦等国家也设有工厂，主攻北美市场的一拖多分体空调、全变频屋顶机等产品线也在逐渐成型。（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国空调行业现状深度分析与投资前景研究报告（2025-2032）》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，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。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024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 特点分析

三、 空调 行业基本情况介绍

四、 空调 行业经营模式

（1）生产模式

(2) 采购模式

(3) 销售/服务模式

五、	空调	行业需求主体分析
第二节 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
第三节	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
第二章 中国	空调	行业监管分析
第一节 中国	空调	行业监管制度分析
一、	行业主要监管体制	
二、	行业准入制度	
第二节 中国	空调	行业政策法规
一、	行业主要政策法规	
二、	主要行业标准分析	
第三节 国内监管与政策对	空调	行业的影响分析
【第二部分 行业环境与全球市场】		
第三章 2020-2024年中国	空调	行业发展环境分析
第一节 中国宏观环境与对	空调	行业的影响分析
一、	中国宏观经济环境	
二、	中国宏观经济环境对	空调 行业的影响分析
第二节 中国社会环境与对	空调	行业的影响分析
第三节 中国对磷矿石易环境与对	空调	行业的影响分析
第四节 中国	空调	行业投资环境分析
第五节 中国	空调	行业技术环境分析
第六节 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
第七节 中国	空调	行业风险分析
一、	空调	行业宏观环境风险

二、	空调	行业技术风险		
三、	空调	行业竞争风险		
四、	空调	行业其他风险		
第四章	2020-2024年全球	空调	行业发展现状分析	
第一节	全球	空调	行业发展历程回顾	
第二节	全球	空调	行业市场规模与区域分	空调情况
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	2025-2032年全球	空调	行业分	空调走势预测
第七节	2025-2032年全球	空调	行业市场规模预测	
【第三部分 国内现状与企业案例】				
第五章	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			
三、	行业发展特点分析			
第二节	中国	空调	行业市场规模分析	
一、	影响中国	空调	行业市场规模的因素	
二、	中国	空调	行业市场规模	
三、	中国	空调	行业市场规模解析	
第三节	中国	空调	行业供应情况分析	
一、	中国	空调	行业供应规模	
二、	中国	空调	行业供应特点	
第四节	中国	空调	行业需求情况分析	
一、	中国	空调	行业需求规模	

二、中国	空调	行业需求特点	
第五节 中国	空调	行业供需平衡分析	
第六节 中国	空调	行业存在的问题与解决策略分析	
第六章 中国	空调	行业产业链及细分市场分析	
第一节 中国	空调	行业产业链综述	
一、	产业链模型原理介绍		
二、	产业链运行机制		
三、	空调	行业产业链图解	
第二节 中国	空调	行业产业链环节分析	
一、	上游产业发展现状		
二、	上游产业对	空调	行业的影响分析
三、	下游产业发展现状		
四、	下游产业对	空调	行业的影响分析
第三节 中国	空调	行业细分市场分析	
一、	细分市场一		
二、	细分市场二		
第七章 2020-2024年中国	空调	行业市场竞争分析	
第一节 中国	空调	行业竞争现状分析	
一、	中国	空调	行业竞争格局分析
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	行业竞争特征分析	
一、	企业区域分布特征		
二、	企业规模分	布	特征
三、	企业所有制分布特征		
第八章 2020-2024年中国	空调	行业模型分析	
第一节 中国	空调	行业竞争结构分析（波特五力模型）	
一、	波特五力模型原理		
二、	供应商议价能力		
三、	购买者议价能力		
四、	新进入者威胁		
五、	替代品威胁		
六、	同业竞争程度		

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国 空调 行业SWOT分析

一、SWOT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国 空调 行业SWOT分析结论

第三节 中国 空调 行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第九章 2020-2024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、其他因素

第五节 中国 空调 行业价格现状分析

第六节 2025-2032年中国 空调 行业价格影响因素与走势预测

第十章 中国 空调 行业所属行业运行数据监测

第一节 中国 空调 行业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 行业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 行业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

第十一章 2020-2024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析

一、影响 空调 行业区域市场分布 的因素

二、中国 空调 行业区域市场分布

第二节 中国华东地区 空调 行业市场分析

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 行业市场分析

（1）华东地区 空调 行业市场规模

（2）华东地区 空调 行业市场现状

（3）华东地区 空调 行业市场规模预测

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 行业市场分析

（1）华中地区 空调 行业市场规模

（2）华中地区 空调 行业市场现状

（3）华中地区 空调 行业市场规模预测

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 行业市场分析

（1）华南地区 空调 行业市场规模

（2）华南地区 空调 行业市场现状

（3）华南地区 空调 行业市场规模预测

第五节 华北地区 空调 行业市场分析

一、华北地区概述			
二、华北地区经济环境分析			
三、华北地区	空调	行业市场分析	
（1）华北地区	空调	行业市场规模	
（2）华北地区	空调	行业市场现状	
（3）华北地区	空调	行业市场规模预测	
第六节 东北地区市场分析			
一、东北地区概述			
二、东北地区经济环境分析			
三、东北地区	空调	行业市场分析	
（1）东北地区	空调	行业市场规模	
（2）东北地区	空调	行业市场现状	
（3）东北地区	空调	行业市场规模预测	
第七节 西南地区市场分析			
一、西南地区概述			
二、西南地区经济环境分析			
三、西南地区	空调	行业市场分析	
（1）西南地区	空调	行业市场规模	
（2）西南地区	空调	行业市场现状	
（3）西南地区	空调	行业市场规模预测	
第八节 西北地区市场分析			
一、西北地区概述			
二、西北地区经济环境分析			
三、西北地区	空调	行业市场分析	
（1）西北地区	空调	行业市场规模	
（2）西北地区	空调	行业市场现状	
（3）西北地区	空调	行业市场规模预测	
第九节 2025-2032年中国	空调	行业市场规模区域分布	预测
第十二章	空调	行业企业分析（随数据更新可能有调整）	
第一节 企业一			
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、公司优势分析

第二节 企业二

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、公司优势分析

第三节 企业三

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、公司优势分析

第四节 企业四

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、公司优势分析

第五节 企业五

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、公司优势分析

第六节 企业六

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、公司优势分析

第七节 企业七

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、公司优势分析

第八节 企业八

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、公司优势分析

第九节 企业九

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、公司优势分析

第十节 企业十

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、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032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、中国 空调 行业市场机会分析

二、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 行业规模发展预测

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
第十四章 中国	空调	行业研究结论及投资建议
第一节 观研天下中国	空调	行业研究综述
一、	行业投资价值	
二、	行业风险评估	
第二节 中国	空调	行业进入策略分析
一、	目标客户群体	
二、	细分市场选择	
三、	区域市场的选择	
第三节	空调	行业品牌营销策略分析
一、	空调	行业产品策略
二、	空调	行业定价策略
三、	空调	行业渠道策略
四、	空调	行业推广策略
第四节	观研天下分析师投资建议	

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202505/752444.html>