

中国空调市场竞争分析及发展商机研究报告（2014-2018）

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《中国空调市场竞争分析及发展商机研究报告（2014-2018）》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/182583182583.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: 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

中国报告网发布的《中国空调市场竞争分析及发展商机研究报告（2014-2018）》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、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研究分析。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。

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。

目录

第一章 空调行业相关概述 1

第一节 空调简介 1

一、空调定义及分类 1

二、空调的主要功能 1

三、空调的工作原理 1

第二节 空调能效比及认证标志 2

一、空调器能效比 2

二、空调的认证标志 2

三、空调的命名标准 3

第三节 空调系统的主要组件 4

一、压缩机 4

二、换热器 4

三、节流部件 5

四、气液分离器 5

第二章 国际空调行业发展状况 7

第一节 世界空调行业发展概况 7

一、世界空调产业链发展状况 7

二、2011年全球空调行业发展简析 7

三、2012年全球空调市场总析 8

四、2013年全球空调市场总析 9

第二节 国外主要空调市场发展概况 10

- 一、欧洲市场 10
- 二、北美市场 10
- 三、拉美市场 11
- 四、东南亚市场 11
- 五、中东市场 12
- 第三节 美国 13
 - 一、美国空调市场发展回顾 13
 - 二、2009年美国空调市场行情简析 13
 - 三、2011年美国空调市场分析 14
 - 四、2011年美国实施空调限制氟氯烃使用新规 14
 - 五、2012年美国出台家用中央空调器能效标准 16
 - 六、美国企业开发新型太阳能制冷空调 16
- 第四节 日本 17
 - 一、日本空调能效标准发展历程 17
 - 二、日本空调品牌定位高端市场 19
 - 三、2009年日本家用空调出货量下降 19
 - 四、2011年日本空调市场解析 19
 - 五、2012年日本空调市场解析 20
 - 六、日本空调厂商加大节能空调研发力度 21
- 第五节 其他国家 21
 - 一、英国 21
 - 二、意大利 22
 - 三、澳大利亚 22
 - 四、印度 22
 - 五、阿联酋 23
- 第三章 中国空调行业发展分析 24
 - 第一节 中国空调行业全面解析 24
 - 一、我国空调行业发展阶段 24
 - 二、我国空调行业总体状况 24
 - 三、我国空调消费市场趋于成熟 25
 - 四、国内空调市场品牌集中度不断提升 25
 - 五、我国制冷空调行业总体发展状况 25
 - 第二节 2009年中国空调市场的发展 26
 - 一、2009年中国空调市场关注度分析 26
 - 二、2009年度中国空调行业产销下降 27

- 三、2009年我国空调出口贸易的基本特征 28
- 四、2009年度我国空调业内销保持平稳态势 28
- 第三节 2011年中国空调市场的发展 28
 - 一、2011年我国空调市场发展简述 28
 - 二、2011年中国空调产量突破1亿台 29
 - 三、2011年我国空调出口状况 29
 - 四、2010冷冻年度中国空调行业产销两旺 30
 - 五、2011年主要空调企业发展策略比较 30
- 第四节 2012年中国空调市场状况 41
 - 一、2012年度我国空调市场分析 41
 - 二、2012年中国空调市场解析 41
 - 三、2012-2013年中国空调产销状况 42
- 第五节 2011年-2013年4月全国及主要省份房间空气调节器产量分析 42
 - 一、2011年1-12月全国及主要省份房间空气调节器产量分析 42
 - 二、2012年1-12月全国及主要省份房间空气调节器产量分析 44
 - 三、2013年1-12月全国及主要省份房间空气调节器产量分析 46
- 第六节 农村空调市场 47
 - 一、中国农村空调市场潜力巨大 47
 - 二、我国农村空调市场发展特征 48
 - 三、农村市场支撑空调业持续增长 48
 - 四、空调企业争抢农村市场份额 49
 - 五、拓展农村空调市场的策略措施 49
 - 六、我国农村空调市场潜力巨大 50
- 第七节 中国空调行业技术研发进展状况 50
 - 一、国内外空调产业专利技术竞争态势 50
 - 二、我国制冷空调技术研发进展简析 54
 - 三、中国空调节能技术取得重大突破 57
 - 四、我国空调产业面临潜在技术危机 57
- 第八节 空调行业存在的问题及发展对策 58
 - 一、中国空调行业存在的主要问题 58
 - 二、制约我国空调行业发展的因素 59
 - 三、中国空调业面临的忧患 59
 - 四、标识混乱制约我国空调行业良性发展 60
- 第九节 促进空调行业发展的策略建议 60
 - 一、国内空调企业加快发展的对策思路 60

二、国内制冷空调行业发展重点及战略	62
三、国家政策引导解决空调行业结构性矛盾	64
四、加快中国空调行业发展的政策建议	64
第四章 中国家用空气调节器制造行业财务状况	66
第一节 中国家用空气调节器制造行业经济规模	66
一、2009-2013年家用空气调节器制造业销售规模	66
二、2009-2013年家用空气调节器制造业利润规模	66
三、2009-2013年家用空气调节器制造业资产规模	67
第二节 中国家用空气调节器制造行业盈利能力指标分析	67
一、2009-2013年家用空气调节器制造业亏损面	67
二、2009-2013年家用空气调节器制造业销售毛利率	68
三、2009-2013年家用空气调节器制造业成本费用利润率	68
四、2009-2013年家用空气调节器制造业销售利润率	68
第三节 中国家用空气调节器制造行业营运能力指标分析	69
一、2009-2013年家用空气调节器制造业应收账款周转率	69
二、2009-2013年家用空气调节器制造业流动资产周转率	69
三、2009-2013年家用空气调节器制造业总资产周转率	70
第四节 中国家用空气调节器制造行业偿债能力指标分析	70
一、2009-2013年家用空气调节器制造业资产负债率	70
二、2009-2013年家用空气调节器制造业利息保障倍数	71
第五节 中国家用空气调节器制造行业财务状况综合评价	71
一、家用空气调节器制造业财务状况综合评价	71
二、影响家用空气调节器制造业财务状况的经济因素分析	72
第五章 中央空调	73
第一节 中央空调概述	73
一、中央空调的工作原理	73
二、家用中央空调	73
三、商用中央空调	74
第二节 中国中央空调行业发展概况	74
一、我国中央空调产业的发展概况	74
二、中国中央空调行业总体特征	75
三、我国中央空调发展面临的挑战	75
四、我国中央空调产业亟需整合升级	75
第三节 中国中央空调市场分析	76
一、市场走势	76

- 二、整体特征 78
- 三、细分市场 78
- 四、品牌格局 79
- 第四节 我国中央空调业SWOT分析 80
 - 一、优势 (STRENGTH) 80
 - 二、劣势 (WEAKNESS) 80
 - 三、机会 (OPPORTUNITY) 81
 - 四、威胁 (THREATEN) 81
- 第五节 中央空调节能技术分析 82
 - 一、空调设计中关键环节的节能控制 82
 - 二、中央空调使用过程中的节能措施 82
 - 三、加强中央空调的日常节能管理 87
- 第六节 中央空调行业未来发展分析 88
 - 一、我国中央空调市场展望 88
 - 二、我国中央空调三四级城市市场前景看好 89
 - 三、“十二五”中央空调在建筑领域节能规模预测 89
 - 四、中国中央空调行业发展趋势 90
- 第六章 户式中央空调 92
 - 第一节 户式中央空调简述 92
 - 一、户式中央空调的型式 92
 - 二、户式中央空调的特点 92
 - 三、户式中央空调的应用 93
 - 四、与家用分体空调的区别 94
 - 第二节 主要户式中央空调系统 94
 - 一、冷、热水系统 94
 - 二、多联机系统 94
 - 三、风管式系统 95
 - 第三节 户式中央空调行业总体分析 95
 - 一、国外户式中央空调市场的发展 95
 - 二、中国家用小型中央空调发展要求 96
 - 三、我国户式中央空调发展态势良好 98
 - 四、我国户式中央空调市场潜力较大 98
 - 五、户式中央空调行业发展思路 98
 - 第四节 户式中央空调的安装及维护 99
 - 一、户式中央空调的选择原则 99

二、户式中央空调的安装	100
三、户式中央空调的安装验收	101
四、户式中央空调的维护管理	103
第五节 户式中央空调市场需求前景	103
一、需求的地域范围合理扩大	103
二、需求层次呈现多样化发展趋势	104
三、潜在市场发展空间巨大	104
第七章 家用空调	105
第一节 中国家用空调市场概况	105
一、我国家用空调产品外观演变进程	105
二、中国家用空调行业发展回顾	108
三、国内家用空调市场调整步伐加快	108
四、中国家用空调业从规模竞争转向多重博弈	109
第二节 2008-2012年中国家用空调业发展分析	109
一、2008冷年中国家用空调行业平稳增长	109
二、2009年我国家用空调市场发展简析	109
三、2011年中国家用空调市场状况	110
四、2012-2013年我国家用空调市场分析	110
第三节 住宅家用空调运行分析	111
一、空调房间室温变化分析	111
二、住宅家用空调的运行方式	112
三、空调启动温度和空调控制温度	114
第四节 家用空调行业发展存在的问题及对策	115
一、中国家用空调业存在的主要问题	115
二、我国家用空调业面临能源环境问题	116
三、拓展我国家用空调市场的对策	117
四、改进家用空调产品设计的创新思路	117
第八章 变频空调	118
第一节 变频空调概述	118
一、变频空调的概念	118
二、变频空调的特点	118
三、变频空调的工作原理	118
第二节 中国变频空调行业总体分析	120
一、我国变频空调行业发展历程	120
二、中国变频空调行业发展现状	121

- 三、2009年国内变频空调产业快速增长 121
- 四、2010冷年我国变频空调内销市场简述 123
- 五、2012-2013年我国变频空调市场状况 123
- 六、变频空调日渐受青睐 124
- 第三节 中国变频空调市场分析 124
 - 一、变频空调市场规模不断扩张 124
 - 二、变频空调价格渐趋平民化 124
 - 三、变频空调市场的主要品牌发展分析 125
 - 四、变频空调市场品牌集中度不断提升 125
- 第四节 变频空调技术 125
 - 一、变频空调技术的发展阶段 125
 - 二、中国变频空调技术水平不断升级 126
 - 三、我国主要变频空调企业的技术路线 126
 - 四、中国变频空调控制技术发展方向简析 127
 - 五、我国变频空调迈向技术竞争时代 128
- 第五节 变频空调发展前瞻 128
 - 一、变频空调将成为中国家电市场的发展方向 128
 - 二、变频空调未来市场前景预测 128
 - 三、未来变频空调的发展趋向 129
- 第九章 中国空调行业竞争分析 130
 - 第一节 空调行业竞争概述 130
 - 一、中国空调行业竞争简况 130
 - 二、空调流通渠道竞争环境分析 130
 - 三、空调行业竞争逐步进入良性轨道 132
 - 四、我国空调行业“迈入产业价值链竞争时代” 132
 - 五、我国空调业两大阵营已初步形成 132
 - 六、空调业竞争加速品牌格局调整 132
 - 七、15年企业群体主导中国空调业升级 133
 - 八、我国空调市场品牌竞争日趋激烈 134
 - 第二节 空调行业竞争态势 134
 - 一、空调市场回归理性竞争 134
 - 二、空调行业竞争差异化显现 135
 - 三、高端定速与低端变频空调竞争加剧 135
 - 四、空调售后服务竞争不断升级 136
 - 五、标准之争渐成空调厂商博弈重点 137

第三节 空调市场中外竞争分析 137

- 一、中国空调市场中外品牌发展模式比较 137
- 二、外资空调品牌在中国的发展进入整合期 137
- 三、外资品牌加入中国变频空调市场之争 139
- 四、本土空调企业积极拓展海外市场 139

第四节 空调行业竞争模型分析 140

- 一、波特模型分析 140
- 二、SWOT模型分析 143
- 三、SCOR模型 143

第五节 空调行业竞争策略分析 144

- 一、谨慎选择目标市场 144
- 二、确定市场切入点 145
- 三、集中资源形成相对竞争优势 146
- 四、进行必要的组织变革和培训 146
- 五、亟须切换竞争新模式 147

第十章 中国空调市场营销分析 149

第一节 空调营销面临市场变局 149

- 一、消费者趋于理性消费 149
- 二、潜规则基础已经动摇 149
- 三、流通格局今非昔比 150
- 四、市场增长点已经转移 151
- 五、可支配资源逐渐减少 151

第二节 空调营销渠道分析 152

- 一、家电连锁卖场 152
- 二、专业经销商 153
- 三、百货商场 155
- 四、专卖店 157
- 五、新型营销渠道趋向扁平化 159

第三节 空调营销中存在的不足 159

- 一、营销渠道竞争无序 159
- 二、营销效率低下 159
- 三、目标市场同质化 159
- 四、渠道创新不足 160

第四节 中国空调行业营销策略 160

- 一、空调行业产品营销策略 160

- 二、空调营销的合作思路 160
- 三、中小空调企业营销策略 160
- 四、空调厂商须全方位提升服务水平 161
- 第五节 空调营销案例介绍 162
 - 一、格力空调的“简单化”营销 162
 - 二、美的空调的品牌营销 165
 - 三、海信空调的“诚信”营销 167
 - 四、奥克斯空调的差异化营销分析 170
 - 五、格兰仕空调的植入营销模式 171
- 第十一章 中国空调业部分区域市场分析 172
 - 第一节 山东 172
 - 一、山东中央空调市场总体分析 172
 - 二、山东空调市场的渠道特征 173
 - 三、2012年山东家电下乡空调销售状况 174
 - 四、山东地区燃气空调推广面临瓶颈 174
 - 第二节 江苏 174
 - 一、江苏省空调市场发展综述 174
 - 二、2009年江苏中央空调市场发展特征 175
 - 三、2011年江苏中央空调市场总体状况 176
 - 四、2011冷年江苏苏州市空调业发展简况 177
 - 五、2012冷年江苏无锡市空调业发展简况 177
 - 六、2012冷年江苏南通市中央空调业发展简况 178
 - 第三节 上海 178
 - 一、上海空调业渠道发展进程简析 178
 - 二、上海空调市场发展综述 185
 - 三、2009年上海中央空调市场格局状况 186
 - 四、2013年上海中央空调市场分析 186
 - 五、2011冷年上海空调市场分析 188
 - 六、“十二五”期间上海将更新高能耗家用空调 189
 - 第四节 浙江 189
 - 一、浙江地区商用空调市场介绍 189
 - 二、浙江空调市场发展综述 189
 - 三、2009年浙江中央空调市场发展特征 190
 - 四、2013年浙江中央空调市场的发展 190
 - 五、2012冷年浙江宁波市空调市场发展状况 191

六、浙江水源热泵空调市场迎来发展机遇	191
第五节 广东	191
一、广东地区空调市场基本情况	191
二、2009年广东省中央空调市场综述	192
三、2013年广东中央空调市场格局分析	192
四、2013年广东中央空调市场的特点	193
五、2011年广东东莞市空调市场发展简况	193
六、广东空调企业积极加强渠道竞争	193
第十二章 中国空调压缩机行业分析	194
第一节 空调压缩机概述	194
一、空调压缩机定义及特点	194
二、空调压缩机的分类	194
三、空调压缩机的工作原理	197
第二节 中国压缩机行业发展概况	197
一、我国压缩机行业发展历程	197
二、国内压缩机市场整合加速	198
三、中国压缩机行业面临的挑战及策略	198
四、中国压缩机行业标准体系构成情况	199
第三节 中国空调压缩机行业总体分析	207
一、2009年我国空调压缩机产能持续扩张	207
二、2011年我国空调压缩机行业分析	208
三、2012年中国空调压缩机出口状况	208
四、2013年我国空调旋转压缩机市场概况	209
五、我国空调压缩机市场需求状况	209
六、国内空调压缩机销售模式分析	209
七、日系品牌抢夺中国空调压缩机市场份额	210
第四节 汽车空调压缩机	210
一、汽车空调压缩机的概念及分类	210
二、我国汽车空调压缩机的发展历程	211
三、中国汽车空调压缩机市场分析	213
四、我国乘用车空调压缩机行业发展特点	213
第十三章 国内空调行业重点企业介绍	216
第一节 珠海格力电器股份有限公司	216
一、公司简介	216
二、2012年1-12月格力电器经营状况分析	216

三、2013年1-12月格力电器经营状况分析	222
四、2013年1-3月格力电器经营状况分析	226
第二节 广东美的电器股份有限公司	229
一、公司简介	229
二、2011年1-12月美的电器经营状况分析	230
二、2012年1-12月美的电器经营状况分析	230
三、2011年美的推出全球首台太阳能空调	234
四、2012年1-12月美的电器经营状况分析	234
五、2013年1-3月美的电器经营状况分析	238
第三节 海信科龙电器股份有限公司	242
一、公司简介	242
二、2011年1-12月科龙电器经营状况分析	242
三、2011年海信科龙全面推广双模变频空调	246
四、2012年1-12月科龙电器经营状况分析	246
五、2013年1-3月科龙电器经营状况分析	250
第四节 青岛海尔股份有限公司	253
一、公司简介	253
二、2011年1-12月青岛海尔经营状况分析	254
三、2013年1-12月青岛海尔经营状况分析	258
四、2013年1-3月青岛海尔经营状况分析	262
五、海尔空调不断加速欧美市场扩张进程	265
第五节 广东志高空调有限公司	265
一、公司简介	265
二、志高公司空调业务发展态势良好	266
四、2012年1-12月志高控股经营状况分析	269
五、2013年1-12月志高控股经营状况分析	271
第六节 上市公司财务比较分析	274
一、盈利能力分析	274
二、成长能力分析	275
三、营运能力分析	276
四、偿债能力分析	276
第十四章 空调行业发展趋势及前景展望	278
第一节 空调行业未来发展趋势	278
一、我国空调行业的发展趋势	278
二、国内空调市场两极化趋势将加速	280

- 三、空调销售渠道趋向多元化 281
- 四、空调室外机向小型化转变 281
- 第二节 中国空调行业发展方向 282
 - 一、节能技术 282
 - 二、绿色环保 285
 - 三、健康舒适 286
- 第三节 中国空调行业前景展望 286
 - 一、2013冷年我国空调行业发展预测 286
 - 二、2013-2017年中国空调行业预测分析 287
 - 三、高能效空调发展潜力巨大 288
 - 四、燃气空调应用前景看好 288
 - 五、太阳能空调市场发展前景广阔 289
- 第十五章 影响中国空调行业发展的相关政策 291
 - 第一节 标准规范 291
 - 一、变频空调国家强制性能效标准启用 291
 - 二、多联式空调机能效强制性标准实施 291
 - 三、2011年我国定频空调能效新标准实施 292
 - 四、2011年中国空调业三大服务标准实施 292
 - 五、2011年全面禁用氟利昂类物质对空调业的影响 292
 - 六、2012年11月起我国正式实施中央空调节能国标 293
 - 第二节 家电下乡政策 293
 - 一、《家电下乡操作细则》 293
 - 二、家电下乡政策对空调行业的影响 302
 - 三、空调受家电下乡政策退潮影响严峻 303
 - 第三节 以旧换新政策 303
 - 一、《促进扩大内需 鼓励汽车、家电“以旧换新”实施方案》 303
 - 二、《家电以旧换新实施办法》 306
 - 三、家电以旧换新政策拉动千亿内需市场 314
 - 四、以旧换新成空调市场发展新动力 315
 - 五、以旧换新推动我国空调业进入节能时代 315
 - 第四节 节能补贴政策 316
 - 一、《节能产品惠民工程高效节能房间空调器推广实施细则》 316
 - 二、高效节能空调推广目录简析 318
 - 三、2012年6月底空调节能补贴取消 319
 - 四、节能补贴政策取消后空调市场依然看好 319

附录 320

附录一：房间空气调节器能效标识规则 320

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/kongtiao/182583182583.html>