

2017-2022年中国空调市场运营格局现状及发展策略分析报告

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《2017-2022年中国空调市场运营格局现状及发展策略分析报告》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/284249284249.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

空调即空气调节器（Air2017-2022年Conditioner）。是指用人工手段，对建筑/构筑物内环境空气的温度、湿度、洁净度、速度等参数进行调节和控制的过程。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。主要包括水泵、风机和管路系统。末端装置则负责利用输配来的冷热量，具体处理空气，使目标环境的空气参数达到要求。

2016年，中国空调市场销售实现零售4779万台，同比增长9.1%，零售额1606亿，同比上涨9.7%。虽然最后总的结果是增长的，但全年空调销售情况有起有落，上半年一去库存为主要导向，但庆幸不容乐观，一片惨淡，下半年需求意外爆发，拉动全年销量上升。展望2017年，市场增量空间充足、更新需求得以稳步释放；城乡差距逐渐缩小、三四级市场成长显现；原材料价格上涨、倒闭企业加速升级转型，这些都对整个空调市场有利好的作用。但与此同时，结构转型逐步深化、宏观经济下行压力不减；高温天气透支市场、基数过大增加上升难度；房地产市场回归理性、精装市场分布零售终端等因素也给空调行业的上行带来了不小的压力。

相较于历年的空调市场销量规模来看，2016年的销量达到了新高，比之前的历年最高的2011年的4746万台还多出33万台，增幅也达到了2012年以来的新高；在销售额方面，同样成为了历年来的顶点，与位于第二位的2014年的1575亿元拉开有一定差距，同比增长率一扫2014年以来的颓势，算是一个小幅回升。

2016年我国空调月份销售规模走势

来源：公开资料整理

对于整个行业来说，线上零售均价同比变化有起有伏，3月和8月的同比增长达到了10.0%及以上，但1月、2月和12月为负增长；线下零售均价同比变化趋势基本都表现为稳中有升状态，2月同比缩减幅度最大，为11.4%；11月同比增幅最大，为7.5%。

2016年我国空调行业线上和线下销售均价走势比较

来源：公开资料整理

根据电商渠道销量占比近年来由2012年的1.9%到2013年的4.3%，再到2014年的8.2%、2015年的13.1%及2016年的19.3%，预计2017年电商渠道销售量占比将继续平稳上升，约达25.8%；在销售额占比方面，由2012年的1.7%到2013年的3.4%，再到2014年的6.2%、2015年的9.5%及2016年的14.8%，预计2017年电商渠道销售额占比也将上升至20.7%。

2011-2016年我国空调销售规模及2017年预测

来源：公开资料整理

中国报告网发布的《2017-2022年中国空调市场运营格局现状及发展策略分析报告》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。

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。

第一章2017-2022年空调行业概述

第一节2017-2022年空调定义

一、空调行业概念

二、空调行业产品分类

第二节2017-2022年空调能效以及认证标志

一、空调的命名标准

二、空调的认证标志

第二章 空调行业运行环境（PEST）分析

第一节 空调行业政治法律环境分析（P）

一、行业主要法律法规

二、行业发管理体制分析

三、行业发展规划

第二节 空调行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

1、国际宏观经济形势分析

2、国内宏观经济形势分析

3、产业宏观经济环境分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

1、经济复苏对行业的影响

2、货币政策对行业的影响

第三节 空调行业社会环境分析（S）

一、空调行业社会环境

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、中国城镇化率

二、社会环境对行业的影响

三、空调业发展对社会发展的影响

第四节 空调行业技术环境分析（T）

一、空调技术分析

1、技术水平总体发展情况

2、行业新技术研究

二、空调技术发展趋势

第三章 全球空调行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球空调行业运营现状分析

一、全球空调行业运行指标分析

二、主要国家发展状况分析

1、德国

2、美国

3、日本

4、中国

第二节 全球空调行业竞争状况分析

一、全球空调行业竞争现状

二、全球空调行业竞争趋势

第四章 我国空调行业运行分析

第一节 我国空调行业发展状况分析

一、我国空调行业发展历程

二、我国空调行业发展现状

三、我国空调行业发展特点

第二节 区域市场分析

一、区域市场分布格局

二、区域布局发展趋势

第三节 空调细分产品发展现状分析

一、家用空调

二、商用空调

三、汽车空调

第五章 我国空调制造所属行业数据监测

第一节 中国空调制造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 中国空调制造所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国空调制造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 我国空调行业供需形势分析

第一节 全国空调行业供给分析

一、空调行业供给情况分析

1、行业总量分析

2、行业总产值分析

二、空调行业供给变化趋势

三、各地区空调行业供给情况分析

第二节 空调行业需求分析

一、消费需求特征分析

二、需求影响因素分析

三、空调行业需求变化趋势

第三节 空调行业产销率分析

第四节 未来空调行业供需平衡分析

第七章 我国空调行业进出口现状分析

第一节 空调进口情况分析

一、行业进口现状分析

二、进口额变化分析

三、进口来源地区分析

四、进口价格变动分析

五、进口影响因素分析

六、行业进口趋势分析

第二节 我国进口空调消费市场发展问题

一、我国进口空调消费市场的主要现实问题

二、加快发展我国进口空调消费市场的对策

第三节 空调出口情况分析

一、行业出口现状分析

二、出口额变化分析

三、出口国家流向分析

四、出口价格变动分析

五、出口影响因素分析

六、行业进口趋势分析

第四节 我国空调出口面临的问题与对策

一、我国空调出口面临的问题

二、对策分析

第八章 我国空调行业产业链分析

第一节 空调行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、与上下游行业之间的关联性

第二节 空调上游行业分析

一、上游行业发展现状

二、上游行业发展对空调行业的影响

三、上游行业发展趋势

第三节 空调下游行业分析

一、空调下游分布

二、下游行业发展现状

三、下游行业发展对空调行业的影响

四、下游行业发展趋势

第九章 中国空调市场价格及营销渠道分析

第一节 空调产品价格分析

一、空调价格分析

二、影响空调价格的因素分析

第二节 空调营销渠道分析

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

第三节 空调营销中存在的不足

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

第十章 我国空调行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、空调行业波特五力分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

二、空调行业集中度分析

三、空调行业区域集中度分析

第二节 空调行业SWOT分析

一、空调行业优势分析

二、空调行业劣势分析

三、空调行业机会分析

四、空调行业威胁分析

第三节 中外空调行业竞争格局分析

一、中国空调市场中外品牌发展模式比较

二、本土空调企业积极拓展海外市场

第十一章 空调行业领先企业竞争力分析

第一节、约克公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

四、公司优劣势分析

第二节、大金空调有限公司

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、松下

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、LG

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、日立

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第六节、美的集团

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第七节、海尔集团

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第八节、格力集团

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第九节、志高空调有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十节、远大集团

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十二章2017-2022年2017-2022年空调行业发展预测

第一节2017-2022年2017-2022年空调市场前景

一、2017-2022年空调行业发展潜力

二、2017-2022年空调行业出口前景

三、2017-2022年空调市场规模预测

四、2017-2022年空调细分行业发展前景

第二节2017-2022年2017-2022年空调行业技术发展趋势预测

一、空调整体行业技术发展趋势预测

二、空调细分行业技术发展趋势预测

第十三章2017-2022年2017-2022年空调行业投资策略研究

第一节2017-2022年行业盈利模式分析

第二节2017-2022年行业投资风险分析

一、政策风险

二、经营风险

三、技术风险

四、市场风险

五、财务风险

第三节2017-2022年国内外空调行业投资现状分析

一、国外投资现状

二、国内投资现状

第四节2017-2022年空调行业投资机会分析

一、区域市场投资机会

二、国际市场投资机会

三、产业链投资机会

四、细分行业投资机会

第十四章2017-2022年空调行业发展战略研究

第一节2017-2022年影响我国空调行业发展的因素

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第二节2017-2022年中国空调行业存在的问题及对策

一、中国空调行业存在的问题

二、空调行业发展的建议对策

第三节2017-2022年对我国空调品牌的战略思考

一、空调品牌的重要性

二、空调实施品牌战略的意义

三、空调企业品牌的现状分析

四、我国空调企业品牌战略管理的策略

第四节2017-2022年空调企业经营策略分析

一、空调行业市场细分策略

二、空调行业市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、空调产品差异化战略

第五节2017-2022年空调行业发展战略研究

图表目录

图表：2014-2016年中国空调行业市场规模变化

图表：2014-2016年中国空调行业销售收入变化

图表：2014-2016年中国空调行业潜在需求量变化

图表：2014-2016年中国空调供给量变化

图表：2014-2016年中国空调市场供需分析

图表：2014-2016年中国空调行业利润率变化

图表：2014-2016年中国空调行业总资产负债变化

图表：2014-2016年中国空调行业偿债能力分析

图表：2014-2016年中国空调行业营运能力分析

图表：2014-2016年中国空调进口量变化

图表：2014-2016年中国空调出口量变化

图表：2014-2016年中国空调行业产值规模变化

图表：2014-2016年中国空调行业产能变化

图表：2017-2022年中国空调总产能规模预测

图表：2017-2022年中国空调消费量预测

图表：2017-2022年中国空调市场供需预测

图表：2017-2022年中国空调平均价格走势预测

图表详见报告正文（XZJ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/kongtiao/284249284249.html>