

2018-2023年中国中央空调行业竞争现状与投资战略咨询报告

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《2018-2023年中国中央空调行业竞争现状与投资战略咨询报告》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/296162296162.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

近年来，随着医院的快速发展，越来越多的医院采用中央空调系统，对中央空调的需求越来越强。为了加强中央空调系统管理，建立中央空调系统运行管理程序，国家卫计委于2016年11月发布《医院中央空调系统运行管理》，体现了国家对医院中央空调系统管理的重视。

截至2017年4月底，全国医疗卫生机构数目达98.7万个，其中医院总计2.9万个。根据国家1989年制定的《医院分级管理标准》，将医院分为三级，并对每一等级的住院床位标准进行规定。

资料来源：中国报告网整理

由《医院分级管理办法》给出的等级划分标准，我们保守估计，一级医院平均床位数为60张，每床建筑面积平均为45m²；二级医院平均床位数为300张，每床建筑面积平均为45m²；三级医院平均床位数为800张，每床建筑面积平均为60m²。根据国家卫计委统计的2014-2016年全国医疗机构个数情况，我们测算出一、二、三级医院的平均面积增量。

资料来源：中国报告网整理

卫生部2008年修订的《综合医院建设标准》给出了综合医院各类用房占总建筑面积的比例，我们估计住院面积占医院建筑面积的40%，由此测算出每一等级医院每年的建筑面积增量。而医院中央空调面积一般为建筑面积的70%，根据图表76，测算出每一等级医院中央空调面积每年增量情况。

数据来源：中国报告网整理

数据来源：中国报告网整理

数据来源：中国报告网整理

从国家卫计委统计的我国一、二、三级医院的情况来看，除2015年10月到2016年2月医院数量有较大突增以外，其他年份医院数量稳定增加，因此我们可以采用2015年、2016年的增长情况来预测未来三年的医院中央空调市场规模。2015年、2016年医院中央空调市场

规模分别为64.74、69.73亿元，我们预计未来三年医院中央空调市场规模维持2016年69.73亿元。此外，工厂、机场、娱乐、政府办公楼数据难以统计，我们都将其归到其他因素中。

高档公寓及别墅对中央空调有较大需求

别墅和高档公寓对中央空调也有较大需求。对于别墅而言，由于其面积大，小的分体空调不能保证全屋的制冷取暖，中央空调采用暗装方式，既可以配合室内高档装修、避免室外机杂乱无章，又能实现多种送风方式、实现夏季供冷冬季供暖的全年性空调效果。对于高档公寓来说，其一般采用精装修，能够做到拎包入住。主打中高端的地产开发商，其精装修项目比例在2012年均超越50%。为加快发展绿色建筑，各地也出台相关政策鼓励及引导开发商施行精装修。

因此，中央空调是其最为可能选择的空调产品。以北京阳光100国际公寓项目为例，此项目采用3台100万kcal/h荏原牌蒸汽双效溴化锂制冷机组；地下一层商场采用全空气系统集中空调，办公与会所采用盘管加新风的空调系统。

资料来源：中国报告网整理

资料来源：中国报告网整理

别墅、高档公寓每年销售面积同比起伏较大，但是从其复合增速可以看出，其趋势相对稳定。根据别墅和高档公寓多使用多联机的特点，我们判断，中央空调价格为300元/m²，将销售面积经过公摊系数22%处理，我们得到建筑的套内面积，对应的中央空调市场为68.60亿元。

数据来源：中国报告网整理

数据来源：中国报告网整理

商业综合体对中央空调的需求持续增长

商业综合体是将城市中商业、办公、居住、旅店、展览、餐饮、会议、文娱等城市生活空间的三项以上功能进行组合，从而形成一个多功能、高效率、复杂而统一的整体。

资料来源：中国报告网整理

资料来源：中国报告网整理

资料来源：中国报告网整理

根据中国报告网收集的资料认为，2014年、2015年是商业综合体供应最为迅猛的两年

。2014年主要城市的综合体个数将达到885个，较2013年增长24.47%。2015年主要城市的综合体数量将突破1,000个，到2018年商业综合体将维持在1,200个左右。

有报告指出，大部分城市商业综合体存在过量开发的风险，它们集中分布在二线城市中经济发展较好的城市，典型的存在高风险的城市例如沈阳、长沙，这两个城市的大型购物中心的平均空置率约在18%左右，远高于一线城市的11%。未来商业综合体的市场规模将会维持稳定。

2016年我国主要城市新增商业综合体面积为0.6亿平方米。我们按照中央空调安装价格为250元/m²计算，2016年给中央空调市场带来105亿的市场增量。我们预测，未来三年新增商业综合体规模分别为0.30、0.33、0.30亿平方米，带来的中央空调市场规模分别为75亿元、82.5亿元、75亿元。

资料来源：中国报告网整理

家装零售市场带动中央空调行业发展

根据统计，2016年度我国家装零售市场容量约为220亿元，相比2015年度的170亿元增长29.4%，继续呈现出高速增长态势。得益于房地产市场的快速发展和家用中央空调概念的普及，国内家装零售市场也得以快速发展，从2013年度的110亿元，到2016年度的220亿元，仅仅4年的时间，家装零售市场容量就实现了翻番。

数据来源：中国报告网整理

数据来源：中国报告网整理

家装市场目前已经成为中央空调行业增长的主要的贡献者，根据中国报告网收集的数据显示，2016年中央空调行业增长的86%来自于家装市场的贡献。

在家装市场中，主要应用的中央空调品类为冷水机、单元机、多联机，其中多联机占比约80%左右，并有进一步扩大的趋势。2016年家装市场增长量中，多联机的贡献率为70%，我们认为，未来家装市场的主要贡献依然为多联机。

数据来源：中国报告网整理

数据来源：中国报告网整理

我们认为，推动消费者选择中央空调的原因主要有：

一、价格劣势逐步消除。中央空调为适应中小户型需求，降低价格；分体壁挂机价格的上涨，二者价格差距逐步缩小。

二、空间占用量优于传统机型。中央空调安装可隐藏在吊顶内，占用较小空间，降低压抑感。考虑大规模使用空调地区，如华东、华南等地区每平米房价较高，使用中央空调显著优于使用传统机型。

三、基于对美观的考虑。根据中国报告网收集的数据显示，购买空调60%的消费者群体年龄在20-35岁区间，年轻群体对美观的要求促使他们购买中央空调。

四、基于对舒适度的考虑。中央空调安装在层顶，使用者身处空气互流区，感觉较舒适。而传统空调出风范围小，存在直吹现象且调温不均匀。

从消费端来看，精装修和城镇居民收入提高是推动中央空调在家装市场比例扩大的主要因素。近年来中央空调的受益于家装零售市场的带动，2016年多联机增长20%，主要推动力是多联机对分体空调的替代作用。

数据来源：中国报告网整理

【报告目录】

第一章中央空调企业兼并重组背景分析

第一节中央空调行业兼并重组意义

第二节中央空调行业兼并重组背景分析

第三节中央空调企业兼并重组特点分析及整体趋势分析

第四节中央空调行业兼并重组方式分析

第五节中央空调行业兼并重组一般程序分析

第六节中央空调行业兼并重组趋势分析

第七节中央空调企业兼并重组的障碍

一、政策障碍

二、组织结构障碍

三、资金障碍

四、技术障碍

第二章中国企业并购重组政策及总体规模

第一节中国企业并购环境分析

一、全球资本市场发展环境分析

二、中国企业并购资本市场环境

三、中国企业并购重组经济环境

第二节中国企业并购重组政策环境分析

一、《关于进一步优化企业兼并重组市场环境的意见》

二、《上市公司重大资产重组管理办法》

三、国企改革酝酿并购重组大潮

四、证监会促进上市公司并购重组

第三节中国并购市场规模及案例

一、中国并购市场宣布规模

二、中国并购市场进行案例

三、中国并购市场完成规模

四、中国并购市场完成案例

五、中国企业并购类型结构

六、中国企业并购行业分布

第三章上市公司并购重组与操作策略

第一节上市公司并购重组相关概述

一、上市公司并购重组主要形式

二、上市公司并购重组类型分析

三、上市公司重大资产重组分析

（一）重大资产重组定义

（二）重大资产重组制度

（三）重大资产重组特征对比

第二节2017年上市公司并购重组统计分析

一、上市公司并购重组案例数量

二、上市公司并购重组金额分析

三、上市公司并购重组地区分布

第三节2017年上市公司并购重组业务类型

一、多元化战略并购重组规模分析

二、横向整合并购重组规模分析

三、借壳上市并购重组规模分析

四、行业整合并购重组规模分析

五、业务转型并购重组规模分析

第四节2017年重点行业公司并购重组分析

- 一、制造行业并购重组规模分析
- 二、中央空调业并购重组规模分析
- 三、建筑行业并购重组规模分析
- 四、金融行业并购重组规模分析
- 五、文化娱乐行业并购重组规模
- 六、交通运输行业并购重组规模
- 七、电子信息行业并购重组规模
- 八、金属采矿行业并购重组规模

第五节上市公司产业并购流程及要素

- 一、上市公司产业并购特点分析
- 二、上市公司产业并购审核要点
- 三、上市公司产业并购案例分析

第二部分行业深度分析

第四章中央空调行业国际市场分析

第一节国际中央空调行业发展分析

- 一、中央空调行业发展现状分析
- 二、中央空调行业发展规模分析
- 三、中央空调行业发展趋势分析

第二节中央空调行业区域发展分析

- 一、发达国家发展分析
- 二、发展中国家发展分析
- 三、中央空调行业发展重点企业介绍
- 四、中央空调行业发展成功案例分析

第五章中国中央空调行业整体运行现状分析

第一节中央空调行业产业链概况

- 一、中央空调行业上游发展现状
- 二、中央空调行业上游发展趋势
- 三、中央空调行业下游发展现状
- 四、中央空调行业下游发展趋势

第二节中央空调行业市场供需情况分析

- 一、市场供给情况分析
- 二、行业供给趋势分析
- 三、国内市场需求情况分析

四、市场需求发展情况分析

第三节2018-2023年国内中央空调行业发展现状

- 一、中央空调行业价格现状
- 二、中央空调行业产销状况分析
- 三、中央空调行业市场盈利能力分析

第三部分竞争格局分析

第六章2017年中国中央空调行业竞争格局分析

第一节中央空调行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节中央空调行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节2018-2023年中央空调行业竞争格局分析

- 一、国内外中央空调竞争分析
- 二、我国中央空调市场竞争分析
- 三、国内主要中央空调企业动向
- 四、国内行业竞争趋势发展分析

第七章中央空调行业企业竞争格局分析

第一节远大科技集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第二节深圳麦克维尔空调有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节特灵空调系统(中国)有限公司

- 一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四节开利空调销售服务(上海)有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第五节约克(中国)商贸有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第六节日立(中国)有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第七节海尔集团公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第八节大金(中国)投资有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第九节美的集团股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十节珠海格力电器股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四部分行业发展前景分析

第八章“十三五”期间我国中央空调市场供需形势分析

第一节我国中央空调市场供需分析

一、2018-2023年我国中央空调行业供给情况

1、我国中央空调行业供给分析

2、重点企业供给及占有份额

二、2018-2023年我国中央空调行业需求情况

1、中央空调行业需求市场

2、中央空调行业客户结构

3、中央空调行业需求的地区差异

三、2018-2023年我国中央空调行业供需平衡分析

第二节中央空调产品（服务）市场应用及需求预测

一、中央空调产品（服务）应用市场总体需求分析

1、中央空调产品（服务）应用市场需求特征

2、中央空调产品（服务）应用市场需求总规模

二、“十三五”期间中央空调行业领域需求量预测

1、“十三五”期间中央空调行业领域需求产品（服务）功能预测

2、“十三五”期间中央空调行业领域需求产品（服务）市场格局预测

三、重点行业中央空调产品（服务）需求分析预测

第九章中央空调行业并购市场分析

第一节2018-2023年并购市场综述

一、2018-2023年并购市场回顾

二、2018-2023年海外并购分析

三、2018-2023年中国并购市场监测

第二节2018-2023年并购市场发展前景预测

一、2018-2023年并购市场前景分析

二、2018-2023年并购基金市场前景分析

三、2018-2023年民营企业海外并购前景分析

第三节2018-2023年并购市场发展趋势预测

一、2018-2023年后并购时代的市场趋势

二、2018-2023年中国企业并购发展趋势

三、2018-2023年外资并购发展趋势预测

第五部分兼并重组机会

第十章中央空调行业区域性兼并重组机会分析

第一节环渤海经济区

一、中央空调行业发展特征与竞争力分析

二、中央空调行业兼并重组可行性与趋势分析

第二节长三角经济区

一、中央空调行业发展特征与竞争力分析

二、中央空调行业兼并重组可行性与趋势分析

第三节珠三角经济区

一、中央空调行业发展特征与竞争力分析

二、中央空调行业兼并重组可行性与趋势分析

第四节新兴地区

一、中央空调行业发展特征与竞争力分析

二、中央空调行业兼并重组可行性与趋势分析

第十一章中央空调行业产业链兼并重组机会分析

第一节中央空调企业与上下游企业兼并重组背景分析

第二节中央空调企业与上下游企业兼并重组案例分析

第三节中央空调企业与上下游企业兼并重组趋势分析

第四节中央空调企业与上下游企业兼并重组机会分析

第五节中央空调企业与其他行业兼并重组机会分析

第十二章中央空调行业规模性兼并重组机会分析

第一节大型规模企业兼并重组机会分析

第二节中型规模企业兼并重组机会分析

第三节小型规模企业兼并重组机会分析

第六部分兼并重组方案

第十三章目标公司调查基本流程

第一节被调查对象主体资格

第二节资产、负债、所有者权益

第三节重大合同

第四节诉讼及行政处罚情况

第五节保险

第六节职工

第七节税务

第八节环保

第九节外汇

第十节 财政

第十一节 经营存在的问题

第十二节 调查结论

第十四章 项目并购重组研究

第一节 中央空调项目投资环境分析

第二节 中央空调行业竞争格局分析

第三节 中央空调行业财务指标分析参考

第四节 中央空调行业市场分析与项目投入规模

第五节 项目所属的细分市场的市场现状、未来市场空间

第六节 项目应用技术方案（产品原料、制造成本、销售成本、利润预期）

第七节 目标企业经营状况及经营运作上存在的主要问题

第八节 项目运作后的价值预估、成长预期

第九节 投资估算与资金筹措

第十节 财务与敏感性分析

第十一节 收购项目的价值及风险分析

第十二节 中央空调行业及项目发展趋势预测

第十三节 项目调整所需的主要整改措施、投入

第十四节 收购成功所需注意的关键要点

第十五节 并购项目研究结论与建议

第七部分 兼并重组策略

第十五章 中国中央空调行业兼并重组风险分析

第一节 资产重组风险分析

第二节 品牌组合风险分析

第三节 技术变动风险分析

第四节 生产整合风险分析

第五节 人事变动情况分析

第六节 企业管理情况分析

第七节 销售管理情况分析

第八节 企业文化情况分析

第九节 企业战略情况分析

第十六章 中央空调企业兼并重组中的竞争战略分析

第一节 差异化战略分析

第二节 成本领先战略分析

第三节 市场集中战略分析

第四节 并购策略研究

一、企业并购注意的问题研究

二、企业并购决策的基本原则

三、目标公司分析

四、目标公司价值估算

第五节企业并购发展策略分析

一、企业并购资金的筹集策略

二、企业并购后的整合策略

三、并购建议

第十七章新形势下并购财务操作及资产评估处理

第一节目标企业价值评估的必要性以及存在的问题

一、目标企业价值评估的必要性

二、中国目标企业价值评估存在的问题

第二节国内外企业并购中目标企业价值评估理论与方法述评

一、国外企业并购中目标企业价值评估理论与方法述评

二、国内企业并购中目标企业价值评估理论与方法研究述评

第三节并购及其对目标企业价值的影响

一、企业并购及其效应的产生

二、协同效应及其对目标企业价值的影响

第四节目标企业价值的识别

一、目标企业价值识别的内容和范围

二、目标企业价值识别的步骤

第五节目标企业价值影响因素的分析

一、影响目标企业价值的外部因素

二、影响目标企业价值的内部诸因素

第六节目标企业价值评估中成本法的运用

一、运用成本法对目标企业价值的评估

二、成本法评估并购中目标企业价值的优、缺点分析

第七节目标企业价值评估中市场法的运用

一、市场法的两种具体方法

二、运用市场法对目标企业价值评估的局限性

第八节目标企业价值评估中收益法的运用

一、运用收益法时参数的估算

二、运用收益法对目标企业价值评估应注意的问题

第九节目标企业价值评估中实物期权法的运用

一、知识经济和实物期权法

二、运用实物期权法对目标企业价值评估的可行性分析

三、实物期权法在目标企业价值评估中的具体应用

第十节目标企业价值评估方法的比较与选择

一、各种评估方法运用条件的比较

二、评估方法的选择

第十八章中央空调行业兼并重组建议

第一节买方建议

第二节卖方建议

第三节研究结论

图表目录

图表：中央空调产业链分析

图表：中央空调行业生命周期

图表：2018-2023年中国中央空调行业市场规模

图表：2018-2023年全球中央空调产业市场规模

图表：中央空调重要数据指标比较

图表：2018-2023年中国中央空调行业利润情况分析

图表：2018-2023年中国中央空调行业资产情况分析

图表：2018-2023年中国中央空调竞争力分析

图表：2018-2023年中国中央空调市场前景预测

图表：2018-2023年中国中央空调市场价格走势预测

图表：2018-2023年中国中央空调发展前景预测

图表：2018-2023年中央空调行业行业集中度分析

图表：2018-2023年中央空调行业区域集中度分析

图表：2018-2023年中央空调行业企业集中度分析

图表：2018-2023年我国GDP分析

图表：2018-2023年我国固定资产投资分析

图表：2018-2023年中央空调行业资产分析

图表：2018-2023年中央空调行业负债分析

图表：2018-2023年中央空调行业偿债能力分析

图表：2018-2023年国内生产总值及其增长速度

图表：2018-2023年居民消费价格涨跌幅度

图表：2017年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2018-2023年行业发展规模分析

更多图表详见正文（GY GSL）

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/296162296162.html>