

# 中国空调行业市场调研与盈利前景分析报告(2014-2018)

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国空调行业市场调研与盈利前景分析报告(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/176727176727.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

根据中国报告网监测数据：2013年前三季度，我国空调产量为9317.25万台，同比增长8.27%。2013年1-9月我国空调销量为9690.74万台，同比增长6.4%，当中内销量为5297.32万台，同比增长6.73%，出口量为4405.97万台，同比增长6.4%。

《中国空调行业市场调研与盈利前景分析报告(2014-2018)》旨在为投资者或企业管理者提供一个关于空调产品的投资及其市场前景的深度分析，为投资者和企业管理人传递正确的投资经营理念和选择，提供一个中立、全面的投资指南手册，为空调产品市场投资提供一个可供参照的标准。从而可以科学的帮助企业取得较高的收益。报告在全面系统分析空调产品市场的基础上，按照专业的投资评估方法，站在第三方角度客观公正地对空调产品的投资进行评价。为企业的投资决策提供了重要的依据。

本报告详述了空调产品的行业概况、市场发展现状及空调产品市场发展预测（未来五年市场供需及市场发展趋势），并且在研究空调市场竞争、原材料、客户分析的基础上，对空调行业投资前景及投资价值进行了研究，并提出了我们对空调产品投资的建议。

本报告以定量研究为主，定量与定性研究相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息，采用统计图表等多种形式将研究结果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度保证了报告内容的系统性和完整性，为企业的发展和空调的投资提供了决策依据。

报告目录：

### 第一章 空调行业基本情况

#### 1.1 空调简介

##### 1.1.1 定义及分类

##### 1.1.2 主要功能

##### 1.1.3 工作原理

#### 1.2 空调产品基本要求

##### 1.2.1 能效比

##### 1.2.2 认证标志

##### 1.2.3 命名标准

#### 1.3 空调系统的主要组件

##### 1.3.1 压缩机

##### 1.3.2 换热器

##### 1.3.3 节流部件

##### 1.3.4 气液分离器

### 第二章 2013年全球空调行业发展现状分析

#### 2.1 全球空调行业发展概况

##### 2.1.1 产业链发展状况

#### 2.1.2 行业发展回顾

#### 2.1.3 市场运行现状

#### 2.1.4 行业发展特征

### 2.2 国际主要空调市场发展分析

#### 2.2.1 欧洲市场

#### 2.2.2 北美市场

#### 2.2.3 拉美市场

#### 2.2.4 东南亚市场

#### 2.2.5 中东市场

### 2.3 美国空调行业发展分析

### 2.4 日本空调行业发展分析

## 第三章2013年中国空调行业发展环境分析

### 3.1 经济环境及其影响

#### 3.1.1 国际经济形势

#### 3.1.2 国内经济环境

### 3.2 产业政策对行业的影响

#### 3.2.1 标准规范

#### 3.2.2 家电下乡政策

#### 3.2.3 以旧换新政策

#### 3.2.4 节能补贴政策

### 3.3 行业技术环境分析

#### 3.3.1 国内外空调产业专利技术竞争态势

#### 3.3.2 我国制冷空调技术研发进展简析

#### 3.3.3 中国空调整能技术进展状况

#### 3.3.4 我国变频空调技术发展分析

#### 3.3.5 我国空调产业面临潜在技术危机

## 第四章2013年中国空调行业发展现状分析

### 4.1 中国空调行业全面解析

#### 4.1.1 行业发展阶段

#### 4.1.2 行业发展概况

#### 4.1.3 市场产销状况

#### 4.1.4 消费市场分析

#### 4.1.5 市场品牌集中度

### 4.2 农村空调市场发展分析

#### 4.2.1 市场发展动力

#### 4.2.2 市场发展特征

#### 4.2.3 市场竞争状况

#### 4.2.4 市场拓展策略

#### 4.2.5 市场发展潜力

### 4.3 空调行业发展存在的问题

#### 4.3.1 行业存在的主要问题

#### 4.3.2 制约行业发展的因素

#### 4.3.3 标识混乱

### 4.4 促进空调行业发展的策略建议

#### 4.4.1 企业加快发展的对策思路

#### 4.4.2 行业发展重点及战略

#### 4.4.3 政策引导行业结构性矛盾

## 第五章2013年空调行业细分领域发展分析

### 5.1 中央空调行业发展分析

#### 5.1.1 行业发展概况

#### 5.1.2 行业发展特征

#### 5.1.3 行业品牌格局

#### 5.1.4 行业SWOT分析

#### 5.1.5 行业发展前景及趋势

### 5.2 户式中央空调行业发展分析

#### 5.2.1 行业政策环境

#### 5.2.2 行业发展态势

#### 5.2.3 行业发展思路

#### 5.2.4 市场潜力分析

#### 5.2.5 调市场需求前景

### 5.3 家用空调行业发展分析

#### 5.3.1 产品外观的演变

#### 5.3.2 行业发展回顾

#### 5.3.3 行业发展现状

#### 5.3.4 行业竞争状况

#### 5.3.5 行业整合状况

#### 5.3.6 行业的问题及对策

### 5.4 变频空调行业发展分析

#### 5.4.1 行业发展历程

#### 5.4.2 行业发展现状

#### 5.4.3 市场规模状况

#### 5.4.4 市场价格分析

#### 5.4.5 市场品牌格局

#### 5.4.6 行业发展前景及趋势

### 第六章2013年空调行业主要数据监测分析

#### 6.1 2009-2013年中国家用空气调节器制造行业财务状况分析

##### 6.1.1 行业经济规模分析

###### 6.1.1.1 销售规模

###### 6.1.1.2 利润规模

###### 6.1.1.3 资产规模

##### 6.1.2 行业盈利能力指标分析

##### 6.1.3 行业营运能力指标分析

##### 6.1.4 行业偿债能力指标分析

##### 6.1.5 财务状况综合评价

#### 6.2 2012-2013年全国及主要省份房间空气调节器行业产量分析

##### 6.2.1 2012年产量数据分析

###### 6.2.1.1 全国产量分析

###### 6.2.1.2 主要省份产量分析

##### 6.2.2 2013年最新产量数据分析

###### 6.2.2.1 全国产量分析

###### 6.2.2.2 主要省份产量分析

#### 6.3 中国空调行业出口数据分析

##### 6.3.1 2012年空调行业出口数据

##### 6.3.2 2013年空调行业出口数据

### 第七章2013年中国空调行业重点区域发展分析

#### 7.1 山东

##### 7.1.1 山东中央空调市场总体分析

##### 7.1.2 山东空调市场渠道特征分析

##### 7.1.3 山东家电下乡空调销售状况

#### 7.2 江苏

##### 7.2.1 江苏省空调市场发展综述

##### 7.2.2 江苏中央空调市场发展特征

##### 7.2.3 江苏中央空调市场总体状况

##### 7.2.4 江苏主要市县空调发展状况

## 7.3 上海

### 7.3.1 上海空调业渠道发展进程

### 7.3.2 上海空调市场发展综述

### 7.3.3 上海中央空调市场格局状况

### 7.3.4 上海中央空调市场发展特点

### 7.3.5 “十二五”上海空调业发展展望

## 7.4 浙江

### 7.4.1 浙江地区商用空调市场的发展

### 7.4.2 浙江空调市场发展综述

### 7.4.3 浙江中央空调市场发展特征

### 7.4.4 浙江中央空调市场发展现状

### 7.4.5 浙江主要市县发展状况

### 7.4.6 浙江水源热泵空调市场迎来发展机遇

## 7.5 广东

### 7.5.1 广东空调市场发展概况

### 7.5.2 广东中央空调市场格局

### 7.5.3 广东中央空调市场特点

### 7.5.4 广东空调企业积极加强渠道竞争

## 第八章2013年中国空调行业竞争分析

### 8.1 中国空调行业竞争概述

#### 8.1.1 中国空调行业竞争简况

#### 8.1.2 空调流通渠道竞争环境分析

#### 8.1.3 空调行业竞争逐步进入良性轨道

#### 8.1.4 我国空调行业“迈入产业价值链竞争时代”

#### 8.1.5 我国空调业两大阵营已初步形成

#### 8.1.6 空调业竞争加速品牌格局调整

#### 8.1.7 我国空调市场品牌竞争日趋激烈

### 8.2 中国空调行业竞争态势

#### 8.2.1 空调市场回归理性竞争

#### 8.2.2 空调行业竞争差异化显现

#### 8.2.3 高端定速与低端变频空调竞争加剧

#### 8.2.4 空调售后服务竞争不断升级

#### 8.2.5 标准之争渐成空调厂商博弈重点

### 8.3 中国空调市场中外竞争分析

#### 8.3.1 中国空调市场中外品牌发展模式比较

### 8.3.2 外资空调品牌在中国的发展进入整合期

### 8.3.3 外资品牌加入中国变频空调市场之争

### 8.3.4 本土空调企业积极拓展海外市场

## 8.4 中国空调行业竞争模型分析

### 8.4.1 波特模型分析

### 8.4.2 SWOT模型分析

### 8.4.3 SCOR模型

## 8.5 中国空调行业竞争策略分析

### 8.5.1 谨慎选择目标市场

### 8.5.2 确定市场切入点

### 8.5.3 集中资源形成相对竞争优势

### 8.5.4 进行必要的组织变革和培训

### 8.5.5 亟须切换竞争新模式

## 第九章2013年中国空调市场营销分析

### 9.1 空调营销面临市场变局

#### 9.1.1 消费者趋于理性消费

#### 9.1.2 潜规则基础已经动摇

#### 9.1.3 流通格局今非昔比

#### 9.1.4 市场增长点已经转移

#### 9.1.5 可支配资源逐渐减少

### 9.2 空调营销渠道分析

#### 9.2.1 家电连锁卖场

#### 9.2.2 专业经销商

#### 9.2.3 百货商场

#### 9.2.4 专卖店

#### 9.2.5 新型营销渠道趋向扁平化

### 9.3 空调营销中存在的不足

#### 9.3.1 营销渠道竞争无序

#### 9.3.2 营销效率低下

#### 9.3.3 目标市场同质化

#### 9.3.4 渠道创新不足

### 9.4 中国空调行业营销策略

#### 9.4.1 空调行业产品营销策略

#### 9.4.2 空调营销的合作思路

#### 9.4.3 中小空调企业营销策略

#### 9.4.4 空调厂商须全方位提升服务水平

### 9.5 空调营销案例介绍

#### 9.5.1 格力空调的“简单化”营销

#### 9.5.2 美的空调的品牌营销

#### 9.5.3 海信空调的“诚信”营销

#### 9.5.4 奥克斯空调的差异化营销分析

#### 9.5.5 格兰仕空调的植入营销模式

## 第十章2013年中国空调行业重点企业分析

### 10.1 格力电器

#### 10.1.1 公司简介

#### 10.1.2 2012-2013年公司经营状况

##### 10.1.2.1 财务指标分析

##### 10.1.2.2 偿债能力分析

##### 10.1.2.3 盈利能力分析

##### 10.1.2.4 营运能力分析

##### 10.1.2.5 成长能力分析

#### 10.1.3 公司发展战略规划

### 10.2 美的电器

#### 10.2.1 公司简介

#### 10.2.2 2012-2013年公司经营状况

##### 10.2.2.1 财务指标分析

##### 10.2.2.2 偿债能力分析

##### 10.2.2.3 盈利能力分析

##### 10.2.2.4 营运能力分析

##### 10.2.2.5 成长能力分析

#### 10.2.3公司发展战略规划

### 10.3 科龙电器

#### 10.3.1 公司简介

#### 10.3.2 2012-2013年公司经营状况

##### 10.3.2.1 财务指标分析

##### 10.3.2.2 偿债能力分析

##### 10.3.2.3 盈利能力分析

##### 10.3.2.4 营运能力分析

##### 10.3.2.5 成长能力分析

#### 10.3.3 公司发展战略规划

## 10.4 青岛海尔

### 10.4.1 公司简介

### 10.4.2 2012-2013年公司经营情况

#### 10.4.2.1 财务指标分析

#### 10.4.2.2 偿债能力分析

#### 10.4.2.3 盈利能力分析

#### 10.4.2.4 营运能力分析

#### 10.4.2.5 成长能力分析

### 10.4.3 公司发展战略规划

## 10.5 志高控股

### 10.5.1 公司简介

### 10.5.2 2012-2013年公司经营情况

#### 10.5.2.1 财务指标分析

#### 10.5.2.2 偿债能力分析

#### 10.5.2.3 盈利能力分析

#### 10.5.2.4 营运能力分析

#### 10.5.2.5 成长能力分析

### 10.5.3 公司发展战略规划

## 第十一章 2013年中国空调行业投资分析

### 11.1 空调行业投资价值分析

#### 11.1.1 政策扶持力度

#### 11.1.2 技术成熟度

#### 11.1.3 社会综合成本

#### 11.1.4 进入门槛

#### 11.1.5 潜在市场空间

### 11.2 空调行业投融资分析

#### 11.2.1 行业固定资产投资状况

#### 11.2.2 行业外资进入状况

#### 11.2.3 行业并购重组分析

### 11.3 空调行业投资机会分析

### 11.4 空调行业投资风险分析

#### 11.4.1 经济环境风险

#### 11.4.2 政策环境风险

#### 11.4.3 市场环境风险

#### 11.4.4 其他风险

## 第十二章 2014-2018年空调行业发展趋势及前景

### 12.1 2014-2018年空调行业发展趋势

#### 12.1.1 市场两极化趋势将加速

#### 12.1.2 市场销售渠道趋向多元化

#### 12.1.3 空调室外机向小型化转变

### 12.2 2014-2018年中国空调行业发展方向

#### 12.2.1 节能技术

#### 12.2.2 绿色环保

#### 12.2.3 健康舒适

### 12.3 中国空调细分行业前景分析

#### 12.3.1 行业整体发展前景

#### 12.3.2 2014-2018年行业发展预测

### 12.4 2014-2018年中国空调细分行业前景分析

#### 12.4.1 高能效空调

#### 12.4.2 燃气空调

#### 12.4.3 太阳能空调

#### 12.4.4 房间空调

### 图表目录：（部分）

图表：2008-2013年中国空调产量统计表：万台

图表：2008-2013年中国空调消费量统计表：万台

图表：2008-2013年中国空调出口量统计表：万台

图表：2013年中国空调市场竞争格局

图表：分地区投资相邻两月累计同比增速

图表：2012-2013年10月固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2012-2013年10月固定资产投资到位资金同比增速

图表：2013年1-10月份固定资产投资（不含农户）主要数据

图表：2012年10月-2013年10月全国居民消费价格涨跌幅

图表：2013年10月份居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表：2013年10月份居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表：2013年10月居民消费价格主要数据

图表：2012年10月-2013年10月规模以上工业增加值同比增长速度

图表：2013年10月份规模以上工业生产主要数据

图表：2012年10月-2013年10月发电量日均产量及同比增速

图表：2012年10月-2013年10月钢材日均产量及同比增速

图表：2012-2013年10月全国房地产投资开发增速

图表：2012-2013年10月全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表：2012-2013年10月全国商品房销售面积及销售额统计

图表：2012-2013年10月全国房地产开发企业本年到位资金增速

图表：2013年1-10月份全国房地产开发和销售情况

图表：2013年1-10月份东中西部地区房地产开发投资情况

图表：2013年1-10月份东中西部地区房地产销售情况

图表：中国制造业PMI指数走势图

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/176727176727.html>