

2019年中国空调行业分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国空调行业分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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/417862417862.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

一、空调行业概念

空调即空气调节器（AirConditioner）。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、流速等参数进行调节和控制的设备。

空调主机常见形式如下：

1、水冷冷水机组：

水冷冷水机组属于中央空调系统中的制冷机组部分，其载冷剂为水，称为冷水机组，而冷凝器的冷却为利用常温水的换热降温来实现。故称为水冷机组，与水冷机组相对的称为风冷机组，风冷机组的冷凝器由与室外空气的强制通风换热达到制冷目的。

2、VRV系统：

是variableRefrigerantVolume系统的简称，即制冷剂流量可变式系统。其形式为一组室外机，由功能机和恒速机，变频机组成。通过并联室外机系统，将制冷管道集中进入一个管道系统，可以方便得根据室内机的容量的匹配，对室内机的合适的容量从122.5KW以1.5KW的级差进行选择，即最多一组室外机可连接30台室内机。室内机有天花板嵌入式、挂壁式、落地式等。型式不同的室内单机可连接到一个制冷回路上，并可进行单独控制。室内单机最小容量为0.6KW，最大为3.75KW，室内机的容量可在室外机容量的50%至130%内调节。

3、模块机

在VRV系统的基础上发展而来，它将传统的氟利昂管路改变为水路系统，将室内外机合并为制冷机组，室内机改为风机盘管。利用载冷剂水的换热来实现制冷过程。模块机由于能够根据冷负荷要求自动调节启动机组数量，实现灵活组合而此得名。

4、活塞式冷水机组：

活塞式冷水机组就是把实现制冷循环所需的活塞式制冷压缩机、辅助设备急附件紧凑地组装在一起的专供空调用冷目的使用的整体式制冷装置。活塞式冷水机组单机制冷从60至900KW，适用于中、小工程。

5、螺杆式冷水机组：

螺杆式冷水机组是提供冷冻水的大中型制冷设备。常用于国防科研、能源开发、交通运输、宾馆、饭店、轻工、纺织等部门的空气调节，以及水利电力工程用的冷冻水。螺杆式冷水机组是由螺杆制冷压缩机组、冷凝器、蒸发器以及自控元件和仪表等组成的一个完整制冷系统。它具有结构紧凑、体积小、重量轻、占地面积小、操作维护方便、运转平稳等优点，因而获得了广泛的应用，其单机制冷量从150至2200KW，适用于中、大型工程。

6、离心式冷水机组：

是由离心式制冷压缩机和配套的蒸发器、冷凝器和节流控制装置以及电气表组成整套的冷水机组，单机制冷量从700至4200KW。其适用于大、特大型工程。

7、溴化锂吸收式冷水机组：

以热能为动力，以水为制冷剂，以溴化锂溶液为吸收剂，制取0℃以上的冷媒水，可用作空调或生产工艺过程的冷源，溴化锂吸收式以热能为动力，常见的有直燃型、蒸汽型、热水型三类，其冷量范围为230至5800KW，适用于中型、大型、特大型工程。

二、空调行业产品分类 空调按结构分为三类：一是整体式（窗机）；二是分体式（分体式又分为挂机和柜机，挂机一般安装在卧室，柜机一般安装在客厅）；三是中央空调。

按技术特点分为两类：一是定速空调，二是变频空调（变频又分交流变频和直流变频）

三、总体规模分析

1、企业数量结构分析

中国制冷、空调设备制造行业企业数量分析

数据来源：国家统计局

2、行业资产规模分析

中国制冷、空调设备制造行业资产规模分析

数据来源：国家统计局

四、产销与费用分析

1、产成品分析

中国制冷、空调设备制造行业产成品分析

数据来源：国家统计局

2、销售收入分析

中国制冷、空调设备制造行业销售规模分析

数据来源：国家统计局

3、负债分析

中国制冷、空调设备制造行业负债规模分析

数据来源：国家统计局

4、利润规模分析

中国制冷、空调设备制造行业利润规模分析

数据来源：国家统计局

五、发展潜力

2019-2023冷年空调内销量预测

资料来源：观研天下数据中心整理

当前我国空调保有量约为1.5台/户左右，而我国邻国日本的空调保有量约为3台/户，从中日空调保有量对比可以看出，我国空调市场的市场容量还有较大发展空间。

其次，从我国城镇化进程计算可以预计，虽然未来我国空调新增需求占内销比例会逐渐下降，房地产滞后和宏观经济下行对于空调新增市场的影响，将在2019年达到最大，但是空调更新需求比例将会对应上升，同时不断上升的空调保有量基数将会是我国每年空调需求量保持稳定增长。长期来看，我国空调行业发展潜力较大。

六、产业技术发展趋势预测

1、变频空调的应用逐渐占据主流

变频空调作为整个空调行业的换代产品，其一直以超静音、节能、恒温等显著的优点被广大消费者所青睐。其对于直流变频压缩机的高效应用，再加上控制技术的优越性，极大的改善了空调产品在启动过程中的大电流冲击;其软件设计所具有的先进性，总体内部流量方面的自动优化以及精确控制，从而使整个系统当中的电子控制元件、压缩机和换热器等达到最为科学准确的运作以及配置，使产品的节能性得到明显的进步。

“变频空调”的有关概念是与传统之中“定频空调”的比较之下产生的。我国电网电压是220V，50Hz，在这种条件下进行工作的空调就叫做“定频空调”。相关的供电频率是无法改变的，传统方面定频空调之中的压缩机转速几乎不会改变，利用不停的“开、停”压缩机对室内温度进行调节，其开关之间极易导致室温忽冷忽热，同时还会消耗很多的电能。而对于变频空调来说，其变频器能够改变压缩机实际的供电频率，对压缩机的转速进行调节，凭借这种方法来完成室温的控制，其电能消耗少，并且室温波动也很小，从而使舒适度得到有效的提高。应用变频控制有关技术的空调，可以根据实际的环境温度主观选择制冷、制热以及除湿运转方式，进而使居室能够在短时间之内快速稳定到需要的温度，同时在低能消耗状态以及低转速之下凭借非常小的温差波动，切实实现了节能、快速以及舒适控温效果。

2、节能环保的发展趋势

如今建筑能耗飞速增加，有关建筑节能的问题逐渐成为我国在能源战略方面的重点，并且建筑节能所具有的潜力很大，节能效果非常突出。我国在建筑节能方面如果想要切实实现跨越式的进步发展，就需要从标准、法规、政策、体制、管理以及技术等方面，进行综合的管理，构建并健全建筑节能方面的法规体系，对建筑节能实际的标准体系进行完善，加强执行监督，严格处罚、批评以及检查等。

基于我国社会经济在近代的快速发展，人们对于生活空间质量方面的要求越来越高。而对节能环保的重视，也是为了能够妥善解决因为人口基数乘数相关效应，所导致的资源稀缺和规模膨胀之间所具有的现实矛盾，同时也是有关能源供给集中化和能源需求集中化所产生的矛盾，就目前中国市场在需求上依然不断膨胀的情况来说，对于节能环保的重视势必会引起全行业在技术产品方面的变革，这也为整个产业结构上的变动带来了新的动力，因此，空调行业的也必须要迎合时代发展的趋势，妥善的做到节能环保，如此才能在未来的空调市场之中占据一席之地。

3、产品高级化以及智能化的发展趋势

在全球同步上市有关自动清洁滤网方面的机器人空调之后不久，松下空调如今再次高调的推出了能够支持“泛网智控”有关远程遥控功能的一种全线新品。而在这之前，LG空调卷土重来之后一次性又发布了六大系列空调新品，其旗帜鲜明的表现了从“本土化”战略朝着“高端”进行转型，全面杜绝有关特价产品方面的投放。而进入中国十多年之后的三洋空调，也一同推出了二十多个新品。除此之外，三菱电机、大金、三菱重工等，也全都推出了各自研发的高端产品。各个企业之间的竞争已经逐渐渗透到了产品之中的所有方面，包括产品的造型，其中美的空调对于这方面做得非常成功，其创意性的将水钻镶嵌到了空调的面板上，由此吸引了大量的新锐消费者们的眼球与注意力，我国空调商家由于利润率的下降，更需要重视核心技术上的开发，从而挖掘潜在的在高端市场方面的需求。(TLN)

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国空调行业分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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。

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。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。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018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、空调行业基本情况介绍
- 三、空调行业发展特点分析

第二节 中国空调行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、空调行业产业链条分析
- 三、中国空调行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第二章 2016-2018年全球空调行业市场发展现状分析

第一节 全球空调行业发展历程回顾

第二节 全球空调行业市场区域分布情况

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 欧盟空调行业地区市场分析

一、欧盟空调行业市场现状分析

二、欧盟空调行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟空调行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界空调行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球空调行业市场规模预测

第三章 中国空调产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品空调总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国空调行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国空调产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 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

第三节 中国空调行业供应情况分析

第四节 中国空调行业需求情况分析

第五节 中国空调行业供需平衡分析

第六节 中国空调行业发展趋势分析

第五章 中国空调所属行业运行数据监测

第一节 中国空调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 2016-2018年中国空调市场格局分析

第一节 中国空调行业竞争现状分析

一、中国空调行业竞争情况分析

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分析

二、中国空调行业企业集中度分析

第三节 中国空调行业存在的问题

第四节 中国空调行业解决问题的策略分析

第五节 中国空调行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国空调行业需求特点与动态分析

第一节 中国空调行业消费市场动态情况

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、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国空调行业价格现状分析

第六节 中国空调行业平均价格走势预测

一、中国空调行业价格影响因素

二、中国空调行业平均价格走势预测

三、中国空调行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018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布

第二节 中国华东地空调市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区空调市场规模分析

四、华东地区空调市场规模预测

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、华中地区空调市场规模分析

四、华中地区空调市场规模预测

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、华南地区空调市场规模分析

第九章 2016-2018年中国空调行业竞争情况

第一节 中国空调行业竞争结构分析（波特五力模型）

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 中国空调行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国空调行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 空调行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

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、公司优劣势分析

第二节 企业

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 企业

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 企业

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 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025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、空调行业国内投资环境分析

二、中国空调行业市场机会分析

三、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 中国空调行业市场发展预测

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

一、中国空调行业毛利润同比增速预测

二、中国空调行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国空调行业投资风险与营销分析

第一节 空调行业投资风险分析

- 一、空调行业政策风险分析
- 二、空调行业技术风险分析
- 三、空调行业竞争风险分析
- 四、空调行业其他风险分析

第二节 空调行业企业经营发展分析及建议

- 一、空调行业经营模式
- 二、空调行业销售模式
- 三、空调行业创新方向

第三节 空调行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国空调行业发展策略及投资建议

第一节 中国空调行业品牌战略分析

- 一、空调企业品牌的重要性
- 二、空调企业实施品牌战略的意义
- 三、空调企业品牌的现状分析
- 四、空调企业的品牌战略
- 五、空调品牌战略管理的策略

第二节 中国空调行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国空调行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国空调行业发展策略及投资建议

第一节 中国空调行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国空调行业定价策略分析

第三节 中国空调行业营销渠道策略

一、空调行业渠道选择策略

二、空调行业营销策略

第四节 中国空调行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国空调行业重点投资区域分析

二、中国空调行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/kongtiao/417862417862.html>