

2018年中国空调行业分析报告- 市场深度调研与发展前景研究

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年中国空调行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》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/369937369937.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

2017年上半年，得益于各种利好因素的集中显现，特别是高温天气的推波助澜，空调市场销售旺季提前而至，整体市场取得远超预期的增长。2018年上半年，空调市场业绩虽不及去年同期那般火爆，但是在电商稳定增长和三、四线市场普及需求上涨的合力拉动下，仍然取得了不错的成绩。在线上市场，空调依然是大家电中表现最好的品类，零售额和零售量分别达到413亿元和1489万套，同比增幅为44.3%和41.1%。空调均价比去年同期小幅上涨了2.1%。

2018年上半年，变频空调的零售额市场份额进一步上探至60.5%，市场占比较去年同期增加了1.1个百分点。定频空调的零售额市场份额继续下降，与变频空调市场占比的差距已经扩大到21个百分点。与此同时，变频空调的零售量占比也要明显高于定频空调，两者的零售量同比增幅分别为48.8%和35%。

2018年上半年线上变频空调、定频空调零售额和零售量占比

数据来源：观研天下数据中心整理

从能效等级来看，高效空调的市场占比进一步提升。2018年上半年，一级能效空调的零售额占比较去年同期大幅上升了11.5个百分点，零售额更是呈现井喷式增长，增幅高达207.2%。二级能效空调的市场占比有所下滑，从去年同期的17.7%降至13.4%。三级及以上能效空调的零售额份额持续下降，相比去年同期减少7.1个百分点。一级能效空调的零售量同样实现暴增，同比增幅为211.7%。二级能效空调和三级能效空调的零售量增长比较温和，同比分别达到16.2%和23.1%。

2018年上半年，空调市场产品结构加速升级和调整，消费者对于高品质、高端化产品的需求愈发强烈，这也拉动了线上空调产品价格的整体上扬。分价格段来看，4000元以上高价格段空调零售额的占比较去年同期有所下降，但仍然保持快速增长。其中，5000-6999元成为空调线上市场增长最快的细分价格段，零售额同比增长了55.2%，占比为11.8%。该价格段也是零售量增长最快的，同比上升了58.8%。2000-2999元依旧是最受消费者青睐的价格段，零售额保持了较快增长，占比达到39.3%，零售额和零售量增幅都仅次于5000-6999元价格段，同比增长分别为49.6%和48.7%。

2018年上半年线上空调不同价格段零售额和零售量占比情况

数据来源：观研天下数据中心整理

从不同制冷匹数看，2018年上半年1匹和1.5匹空调的零售额份额合计超过70%，是线上市场最畅销的产品，零售量份额合计占比达到84.5%，比去年同期有较为明显的增长。1.5匹空调是上半年市场占比最大的空调，零售额占比达到45.4%，零售量占比突破50%，增幅分别达到58.3%和58.8%。零售额占比居次席的是1匹空调，占比达到25.6%，零售量同比增速为12.4%，在各匹数空调中并不算突出。大制冷匹数空调的表现颇为抢眼，其中3匹空调的零售额市场占比上升至16.7%，同比增幅达到53.5%。市场占比非常小的5匹以上空调

成为零售量增长最快的产品，零售量同比增幅高达550%，零售额增速却呈现明显下滑，同比下降了15.3%。

中央空调在线上市场增长迅猛，2018年上半年零售额和零售量的增幅分别达到111.2%、104.2%。高增长说明近两年中央空调在终端用户家庭中的认知度和接受度都有了明显提高。但是较低的零售额市场占有率也表明，该市场还在起步阶段。值得注意的是，电商为中央空调开辟出了新的渠道，相较传统专卖店成本低且更符合互联网发展趋势。海尔作为最早开拓中央空调电商渠道的品牌，通过打造京东旗舰店和天猫旗舰店等方式，与线下体验店相结合，销量在线上名列前茅。

2018年上半年，线上市场前三强品牌的集中度继续提升，对排名靠后的企业形成倒逼，这些企业保住自己市场份额的压力越来越大，后期市场竞争也会更趋激烈。格力、奥克斯、美的牢牢占据第一集团，零售额占比已经超过75%。

格力将电商业务作为渠道变革的重要环节，自从加速与互联网的对接后，格力在京东、天猫等电商平台都实现了爆发式增长，很快进入空调线上市场的第一集团，并逐渐确立优势。2018年，格力将在京东挑战200亿元营销目标，并与天猫制定了100亿元销售目标，双方还将成立联合实验室。格力利用电商平台的大数据结合自身的核心科技，针对消费者进行C2B定制。与此同时，在空调配送、安装等方面，格力借助于线下物流、配送、安装体系，与线上需求更好地结合。格力在线上所发新品也不再是消费者简单需求的满足，而是侧重于消费升级需求的挖掘。比如，格力京致一级变频空调，是真正意义上的深度自清洁空调，55℃高温10分钟烘干，可以杀死更多细菌。它还可以根据环境光照自动调节屏幕亮度和蜂鸣器声音，最低功率仅相当于15瓦的小灯泡，省电表现非常突出。

奥克斯延续了高速增长的势头，在今年上半年最重要的家电销售大促“6·18”期间，奥克斯开卖10分钟销售额就突破1亿元。奥克斯2010年在京东销售4000万元，2016年突破25亿元，2018年奥克斯空调在京东的销售目标是150亿元。美的空调依然占据了第一集团的一个席位，但是无论零售额还是零售量都已经被格力和奥克斯超过。

黑马TCL显示出十足的后劲，已经超越海信系、长虹，零售量和零售额份额都冲到了第二集团的前列。除了继续推进线上与京东、天猫、苏宁的关系，TCL空调依托精品策略，正在深化布局，着力打造第二增长曲线，用数字零售的方式创造客户价值。

近年来在高端化、智能化、全球化三大战略的推进下，“让中国制造再次伟大”已成为志高的鲜明标签。借助“5·1”旺季大促、“6·18”年中大促、世界杯钜惠等一系列品牌促销动作，志高依托明星实现了线上渠道引爆。例如，智能王200款空调，除了具备快速制冷制热、除霜除湿、变频恒温等特点，还增加了以往空调所不具备的智能送风、安防示警等功能。再比如，智能王91款空调，搭载了智能手势控制黑科技，使用空调全程无需遥控器，即可实现空调的各种智能体验。

长虹空调受制于产品竞争力，虽然历经了换帅、主攻智能化、与小米合作等一系列动作，但市场表现并没有起色，加之未能抓住消费升级的良机，向第一集团冲击的目标也彻底

沦为口号。（GYZPP）

观研天下发布的《2018年中国空调行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》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。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 国中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 2018-2024年世界空调行业分布走势预测

第七节 2018-2024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价格走势分析

第一节 中国空调行业消费特点

第二节 中国空调行业消费偏好分析

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

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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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/369937369937.html>