

2008年中国空调行业研究及市场 发展预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2008年中国空调行业研究及市场发展预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200806/1341.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

简介

2007年全球家用空调的产量为8977万台，全球家用空调的生产集中于亚洲区域，该区域占据了总产量的94%。亚洲有95%的生产集中于中国、泰国、韩国和日本四个国家。此外，越南和印度等国的新兴的空调生产也在逐年增长。

数据显示，空调行业产能排名前五的企业为格力、美的、lg、三星和松下。这五家企业的产量均在500万台以上，五家企业的总产量占生产总量的54%。由于中国企业有很大份额的生产属于oem生产，因此虽然格力、美的的产量分别占据了总量的17%和15%，但全球品牌份额排名却逊于日韩的一线品牌。

本研究报告分十一章，从宏观环境，市场格局，产业政策，行业运行，产品与技术发展，市场动态等各个方面对空调行业进行了全景的分析与预测，并提出了对策与投资建议，是一份全面而权威的空调行业研究参考资料。

报告数据主要来源于国家统计局、国研数据中心、海关总署等权威机构，希望本报告能够帮助空调行业企业及相关投资机构把握行业发展、了解市场运行情况，做出正确的决策。

第一章 2007年中国空调行业发展环境分析 1

第一节 2007年我国宏观经济环境分析 1

- 一、农业生产继续稳定发展，粮食再获丰收 2
- 二、工业生产增长加快，企业效益提高 3
- 三、固定资产投资快速增长，房地产开发投资明显加快 4
- 四、市场销售增长较快，增速呈现逐步提高的态势 5
- 五、消费价格上涨较快，房屋销售价格上涨较多 6
- 六、对外贸易快速增长，外商直接投资继续增长 7
- 七、居民收入快速增长，就业增加较多 8
- 八、货币供应量增长较快，贷款增加较多 10

第二节 2008年中国经济展望 10

第三节 2006-2007年空调政策分析 12

- 一、关于能效的政策法规 12
- 二、关于健康的政策法规 12

第四节 我国空调产业技术环境分析 13

- 一、空调产业技术现状分析 13
- 二、未来空调的技术革新 18

第二章 全球空调市场发展现状分析 20

第一节 全球空调市场发展概况 20

第二节 重点国家及地区空调市场形势 23

一、欧洲空调市场分析 23

二、美国空调市场分析 25

三、亚洲空调市场分析 26

四、中东、拉丁美洲及其他地区空调市场分析 27

第三章 2006-2007年我国空调行业市场状况分析 28

第一节 2006-2007年度空调市场整体状况分析 28

一、2006-2007年市场整体特点分析 28

二、2006-2007年空调市场整体产销量分析 31

三、2006-2007年我国空调市场变化趋势 46

第二节 2007年我国空调市场分析 47

一、2007年中国空调市场概述 47

二、2007年中国空调市场结构分析 49

（一）品牌结构 49

（二）产品结构 52

（三）区域结构 57

三、2007年中国空调价格走势分析 59

（一）整体市场价格指数走势分析 59

（二）细分市场均价分析 60

四、2008年中国空调发展趋势预测 67

第三节 2007年空调市场特点及发展趋势分析 68

一、2007年中国空调行业淡季市场状况 68

二、2007年健康空调占据高端市场 69

三、2007年我国空调市场特点 70

四、2007年我国空调市场呈现四大表征 71

五、2007年我国空调业面临洗牌 74

六、2008年我国空调消费趋势预测 76

第四章 2006-2007空调年度各区域市场分析 79

第一节 区域市场整体分析 79

第二节 各地市场分析 82

一、华北市场状况分析 82

二、东北市场状况分析 84

三、华东市场状况分析 84

四、华南市场状况分析 85

五、中南市场状况分析 87

六、西南市场状况分析 88

七、西北市场状况分析 89

第五章 2006-2007年我国空调上下游行业发展状况分析 90

第一节 2006-2007年我国空调行业原材料市场分析 90

一、我国铜行业发展状况分析 90

（一）我国铜工业的基本状况 90

（二）我国铜工业结构调整 93

（三）2007年中国铜企生产经营状况 94

（四）2007年铜工业供需预测 95

二、我国铝行业发展状况分析 97

（一）2007年我国铝业发展现状 97

（二）2007年我国铝业进出口市场运行分析 97

（三）2007年电解铝与氧化铝市场分析 98

（四）2007年铝供需现状及预测 98

（五）“十一五”我国铝业发展展望 99

第二节 2006-2007年我国空调压缩机市场分析 99

一、空调压缩机概况 99

二、2006空调压缩机市场特点 101

三、2007年空调压缩机市场状况 104

第三节 2006-2007年我国房地产市场分析 108

一、2007年房地产市场现状 108

二、2008年房地产行业发展展望 112

第四节 2006-2007年我国汽车市场分析 114

一、2007年中国汽车市场分析 114

二、2007年汽车产销形势及发展趋势 119

第六章 我国空调热点子行业分析 121

第一节 中央空调 121

一、2006-2007年中央空调市场状况 121

(一) 2006-2007年中央空调市场关注度情况分析 121

(二) 2006-2007年中央空调市场供应情况分析 122

(三) 2006-2007年中央空调市场需求情况分析 123

(四) 2006-2007年中央空调供应商情况分析 124

(五) 2007年中央空调市场全年发展 125

二、家用中央空调市场分析 129

(一) 家用中央空调的类型及特点 129

(二) 家用中央空调与家用空调器的区别 133

(三) 家用中央空调发展现状 134

(四) 家用中央空调发展趋势 136

三、2008年中央空调市场前景分析 137

第二节 变频空调 139

一、2006年我国变频空调市场情况 139

二、2007年变频空调市场发展 141

三、变频空调的特点 142

四、变频空调发展的障碍 145

第三节 汽车空调 145

一、汽车空调市场进入发展新阶段 145

二、我国汽车空调发展状况 147

三、我国汽车空调发展策略 149

四、我国汽车空调发展前景 150

第七章 2006-2007年空调出口市场分析 152

第一节 2006-2007年我国空调出口市场分析 152

一、2006年我国空调出口市场状况 152

二、2007年我国空调出口市场状况 156

三、我国空调出口遭制冷剂专利追责 158

第二节 2008年空调出口市场发展趋势 159

一、2008年空调出口增长形势 159

二、空调出口市场未来发展方向 161

第八章 2006-2007年度空调销售渠道及消费者分析 165

第一节 2006-2007年度空调销售渠道特征分析 165

一、品牌重新审视渠道力量 165

二、连锁重组裂变令业界担忧 165

三、深耕三四级市场 166

四、商家经营更加谨慎 166

五、我国目前空调主要销售模式 166

第二节 2007年我国四大空调渠道商市场表现 168

一、国美：合资品牌走势强劲 168

二、大中：柜机销售上升明显 168

三、苏宁：品牌内部套餐促销增多 169

四、五星：平均单价趋势走高 170

第三节 2006-2007年中国空调消费者调查 170

一、健康概念深入人心 170

二、杀菌率不再是唯一卖点 171

三、消费对品牌的认知度 171

四、消费者对空调的购买类型 172

五、促销对消费者的影响 173

六、家电连锁商场和大型电器商场是主战场 173

七、报纸刊物、电视等仍然是信息传播的主渠道 174

八、调查启示 174

第九章 2006-2007年度我国空调行业竞争分析 176

第一节 空调“后竞争时代”的竞争法则 176

第二节 空调从规模竞争走向多重博弈 179

第三节 空调竞争向价值战回归 更加趋向差异化 184

第四节 空调业几大重点企业在竞争中的市场表现 190

第十章 空调行业重点企业分析 201

第一节 格力电器 201

一、公司概况 201

二、2006-2007年公司经营状况分析 202

三、2008年格力电器市场展望 204

第二节 美的电器 205

一、公司概况 205

二、2006-2007年公司经营状况分析 206

三、2008年美的电器市场展望 208

第三节 海尔 213

一、公司概况 213

二、2006-2007年海尔经营状况分析 215

第四节 志高 217

一、公司概况 217

二、2006年志高经营状况分析 218

第五节 奥克斯 221

一、公司概况 221

二、奥克斯经营动态分析 222

第六节 海信 224

一、公司概况 224

二、2006-2007年海信经营状况分析 225

第七节 LG 227

一、公司概况 227

二、LG空调的发展 227

三、2006-2007年LG空调市场状况 228

第八节 格兰仕空调 230

一、公司概况 230

二、逆势而上的空调黑马 232

三、在争鸣中实现战略转型 234

四、品牌经营的壮丽蝶变 234

第十一章 我国空调行业投资前景及投资策略分析 236

第一节 我国空调行业投资前景分析	236
一、垄断格局进一步走向集中	236
二、自建渠道寻求突破	236
三、价格继续上涨	237
四、国际市场需求增加，出口前景看好	237
五、家电市场并未真正饱和	238
第二节 空调行业投资发展策略分析	239
一、提供品牌知名度，争取品牌溢价	239
二、开拓新的盈利渠道，向服务要利润	239
三、通过高端产品涨价：众厂家齐打“彩色牌”	240
四、再造营销架构，寻求成本节约	240
五、投资热点：持续发展能力取胜	240
第三节 竞争过度和依赖出口是行业存在的主要风险	241

表目录

表格 1：1995年-2007年全国粮食总产量分析	2
表格 2：1995年-2007年全国工业增加值分析	3
表格 3：1995年-2007年全国固定资产投资分析	4
表格 4：1995年-2007年社会消费品零售总额分析	5
表格 5：2007年1-12月CPI指数表	6
表格 6：1995年-2007年进出口总额	7
表格 7：1995年-2007年农民人均纯收入	8
表格 8：1995年-2007年城镇居民人均可支配收入	9
表格 9：2006、2007年度中国空调市场整体运营指标	30
表格 10：1999-2006年度国内空调市场产量表	31
表格 11：2004-2006年度三年每月生产量表	32
表格 12：1996-2006年度空调企业年度内销出货量对比表	33
表格 13：1999-2006年度国内空调市场内销出货量增长率走势	34
表格 14：1999-2006年度国内空调市场总体销售额统计	35
表格 15：1999-2006年度国内空调市场销售额增长情况	36
表格 16：1999-2006年度国内空调市场销量与销售额增长对比分析	37

表格 17 : 1999-2006年度国内空调市场整体价格表	38
表格 18 : 2004-2006年度每月内销出货量分布对比	39
表格 19 : 1999-2007度国内空调市场产量变化	41
表格 20 : 2005-2007年度三年每月生产量分布	41
表格 21 : 1996-2007度空调企业年度内销出货量对比	42
表格 22 : 1999-2007年度国内空调市场内销出货量增长率走势	42
表格 23 : 1999-2007年度国内空调市场总体销售额统计-	43
表格 24 : 1999-2007年度国内空调市场销售额增长对比	44
表格 25 : 1999-2007年度国内空调市场销量与销售额增长对比分析	44
表格 26 : 2005-2007年度每月内销出货量分布对比	45
表格 27 : 2007年Q4中国市场最受用户关注的十大空调品牌分布表	49
表格 28 : 主流空调品牌区域市场关注度排名	58
表格 29 : 本报告定量分析划定的区域市场	80
表格 30 : 2003-2007年度全国南、北市场总体销售额对比	80
表格 31 : 2003-2007年度5年全国各大区市场销售额对比	81
表格 32 : 2005-2007年度全国主要省份销售额分布	81
表格 33 : 2005-2007年度华北各省、市销售额一览表	83
表格 34 : 2005-2007年度华东各省、市销售额及占有率对比	85
表格 35 : 2005-2007年度华南各省、市销售额一览表	86
表格 36 : 2005-2007年度中南各省、市销售额一览表	87
表格 37 : 2005-2007年度西南各省、市销售额一览表	88
表格 38 : 中国精铜供求表	95
表格 39 : 中国原铝市场平衡表 (万吨、元/吨)	98
表格 40 : 2006年度压缩机每月生产量分布表 (万台)	100
表格 41 : 2006冷冻年度国内各主要压缩机品牌生产量分布	102
表格 42 : 2006冷冻年度国内压缩机企业市场占有率分布表	102
表格 43 : 2004-2006年度三年空调压缩机进、出口量及年末库存增量对比	104
表格 44 : 2006、2007冷冻年度国内各主要压缩机品牌生产量分布	106
表格 45 : 2007、2006冷冻年度国内压缩机企业市场占有率	106
表格 46 : 2006、2007年度压缩机每月生产量分布图	107
表格 47 : 2005-2007年度三年空调压缩机综合运行数据对比	108
表格 48 : 2001-2007年汽车进口情况	117

表格 49：2007年上半年全国各大区域市场销售情况一览	123
表格 50：2007年上半年全国各省份中央空调销售总量	123
表格 51：国内市场2007年份额排名（前8位）	127
表格 52：中央空调品牌认知度（前8位）	127
表格 53：1999-2006年度空调市场总出口量走势表	152
表格 54：1999-2006年度空调销售内、外销对比分析表（万台）	153
表格 55：2006年度国内各主要品牌出口销量统计	154
表格 56：1999-2007年度空调市场总出口量走势	157
表格 57：1999-2007年度空调销售内、外销对比分析	157
表格 58：2007、2006年度国内各主流品牌内外销总量对比	198
表格 59：2007、2006年度国内主流品牌内销量统计	199
表格 60：2007、2006年度国内各主要品牌内销金额统计	199
表格 61：2006-2008年一季度格力电器每股指标分析	202
表格 62：2006-2008年一季度格力电器获利能力分析	202
表格 63：2006-2008年一季度格力电器经营能力分析	202
表格 64：2006-2008年一季度格力电器偿债能力分析	203
表格 65：2006-2008年一季度格力电器资本结构分析	203
表格 66：2006-2008年一季度格力电器发展能力分析	203
表格 67：2006-2008年一季度格力电器现金流量分析	203
表格 68：2006-2008年一季度美的电器每股指标分析	206
表格 69：2006-2008年一季度美的电器获利能力分析	206
表格 70：2006-2008年一季度美的电器经营能力分析	207
表格 71：2006-2008年一季度美的电器偿债能力分析	207
表格 72：2006-2008年一季度美的电器资本结构分析	207
表格 73：2006-2008年一季度美的电器发展能力分析	207
表格 74：2006-2008年一季度美的电器现金流量分析	208
表格 75：2006-2008年一季度海尔每股指标分析	215
表格 76：2006-2008年一季度海尔获利能力分析	215
表格 77：2006-2008年一季度海尔经营能力分析	215
表格 78：2006-2008年一季度海尔偿债能力分析	216
表格 79：2006-2008年一季度海尔资本结构分析	216
表格 80：2006-2008年一季度海尔发展能力分析	216

表格 81 : 2006-2008年一季度海尔现金流量分析	217
表格 82 : 2006年广东志高空调有限公司经营情况分析	218
表格 83 : 2006-2008年一季度海信每股指标分析	225
表格 84 : 2006-2008年一季度海信获利能力分析	225
表格 85 : 2006-2008年一季度海信经营能力分析	225
表格 86 : 2006-2008年一季度海信偿债能力分析	226
表格 87 : 2006-2008年一季度海信资本结构分析	226
表格 88 : 2006-2008年一季度海信发展能力分析	226
表格 89 : 2006-2008年一季度海信现金流量分析	227
表格 90 : LG简况	227

图目录

图表 1 : 1999-2007年投资、消费与进出口	1
图表 2 : 1997-2007年GDP增长趋势	2
图表 3 : 2007年1-12月CPI指数图	6
图表 4 : 1999-2006年度国内空调市场产量变化图	32
图表 5 : 2004-2006年度三年每月生产量分布图	33
图表 6 : 1996-2006年度空调企业年度内销出货量对比图	34
图表 7 : 1999-2006年度国内空调市场内销出货量增长率走势图	35
图表 8 : 1999-2006年度国内空调市场总体销售额走势图	36
图表 9 : 1999-2006年度国内空调市场销售额增长走势图	37
图表 10 : 1999-2006年度国内空调市场销量与销售额增长对比图	38
图表 11 : 1999-2006年度国内空调市场整体价格走势图	39
图表 12 : 2004-2006年度每月内销出货量分布对比图	40
图表 13 : 2007年Q4中国市场最受用户关注的十大空调品牌关注分布图	49
图表 14 : 2007年1-12月三大空调品牌关注度走势	51
图表 15 : 2007年1-12月中国市场挂式空调与立式空调的关注度走势	52
图表 16 : 2007年Q4不同功率空调关注比例分布	53
图表 17 : 2007年Q4变频与非变频空调关注比例分布	54
图表 18 : 2007年1-12月变频与非变频空调关注度走势	54
图表 19 : 2007年Q4不同冷暖类型空调关注比例分布	55

图表 20：2007年1-12月不同冷暖类型空调关注度走势	56
图表 21：2007年Q4不同价位段空调关注比例分布	56
图表 22：2007年Q4七大区域市场空调关注比例分布	57
图表 23：2007年1-12月中国空调市场价格指数走势	59
图表 24：2007年Q4中国空调市场平均价格走势	60
图表 25：2007年Q4主流品牌挂式空调市场均价对比	61
图表 26：2007年Q4主流品牌立式空调市场均价对比	61
图表 27：2007年Q4主流品牌1匹空调市场均价对比	62
图表 28：2007年Q4主流品牌1.5匹空调市场均价对比	63
图表 29：2007年Q4主流品牌2匹空调市场均价对比	63
图表 30：2007年Q4主流品牌3匹空调市场均价对比	64
图表 31：2007年Q4主流品牌冷暖型空调市场均价对比	64
图表 32：2007年Q4主流品牌冷暖电辅型空调市场均价对比	65
图表 33：2007年Q4主流品牌变频空调市场均价对比	66
图表 34：2007年Q4主流品牌非变频空调市场均价对比	66
图表 35：本报告所划定的全国南北市场示意图	79
图表 36：2007年1-8月中国铜产品产量（万吨）	90
图表 37：中国精炼铜供需平衡表（万吨）	90
图表 38：2007年1-8月铜行业固定资产投资完成情况表（亿元）	92
图表 39：2007年1-8月22户铜镍企业利润情况	94
图表 40：2007年1-8月末锻轧铜进出口统计数据	94
图表 41：1997-2008年中国精炼铜消费趋势	95
图表 42：2007年我国铜产量与精铜进口量	96
图表 43：2006年度压缩机每月生产量分布曲线图	101
图表 44：2006年度国内压缩机企业市场占有率分布图	103
图表 45：2003-2007年国内房地产月度投资额	109
图表 46：1990-2007年汽车产量及增长率变化情况	114
图表 47：2007年各月汽车生产量及同比增减变化情况（万辆、%）	115
图表 48：2000-2007年我国汽车销量	119
图表 49：2007年乘用车及商用车月度销量变化情况	120
图表 50：2007年汽车各主要品种市场占有率	120
图表 51：2006年3-11月中央空调关注度	121

图表 52：2006年中央空调供应商机趋势图 122

图表 53：2006年全国中央空调供应商分布图（%） 125

图表 54：2006年全国中央空调供应商属性结构（%） 125

图表 55：变频空调与非变频空调运转性能比较坐标 144

图表 56：2001-2006年我国汽车空调压缩机产量与汽车产量产量增长比较 148

图表 57：2001-2005年我国部分汽车空调压缩机企业平均配套价格下降情况 149

图表 58：1999-2006年度空调市场总出口量走势图 152

图表 59：1999-2006年度空调销售内、外销对比分析图 153

图表 60：1998-2006年冷冻年度家用空调销量变化图 184

图表 61：2001-2006冷冻年度特价机销量占有率变化图 185

图表 62：高端家用空调市场比重变化图 186

图表 63：2002-2006年冷冻年度家用空调业产销情况 186

图表 64：空调业高增长和低盈利背离图 188

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/1341.html>