

# 2014-2018年中国商用空调 行业运营态势及营销策略研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2014-2018年中国商用空调行业运营态势及营销策略研究报告》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/201401/101673.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

商用空调在世界上已有百年的发展历史，在中国也有20多年的应用时间，然而真正引起国内企业关注还是近几年。目前国内市场家用空调领域竞争已经进入白热化阶段，随着价格战连绵不断，在家用空调领域几乎已经无利可图的企业纷纷开始在中央空调领域寻找新的发展空间和利润增长点。

《2014-2018年中国商用空调行业运营态势及营销策略研究报告》对我国商用空调的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

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，银行采集数据、税务部门采集数据、证券交易采集数据，商务部采集数据以及经济信息中心各类市场监测数据库。

### 第一章 商用空调行业概述

#### 第一节 商用空调介绍

##### 一、商用空调范围界定

##### 二、商用空调类型划分

##### 1、风冷热泵型中央空调机组

##### 2、水冷螺杆式冷水机组

##### 3、离心式冷水机组

#### 第二节 商用空调相关知识介绍

##### 一、商用中央空调系统

##### 二、商用中央空调工作原理

##### 三、商用空调新系统分析

##### 四、其它

### 第二章 中国商用空调行业发展环境分析

#### 第一节 国内宏观经济环境分析

##### 一、GDP历史变动轨迹分析

##### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

### 三、2013年中国宏观经济发展预测分析第二节 中国商用空调行业政策环境分析

## 第三章 2013年国内外空调产业整体运行态势分析

### 第一节 世界空调行业发展概况

- 一、世界空调产业链发展状况
- 二、国际空调市场格局面临调整
- 三、全球空调市场发展态势

### 第二节 中国空调行业发展概况

- 一、我国空调行业发展阶段
- 二、我国空调行业产能扩张加剧
- 三、国内空调市场主要品牌运作
- 四、我国空调消费市场趋于成熟
- 五、我国空调业内销保持平稳态势
- 六、我国空调出口贸易的基本特征

### 第三节 中国空调行业技术研发进展状况

- 一、国内外空调产业专利技术竞争态势
- 二、我国制冷空调技术研发进展简析
- 三、中国空调整能技术取得重大突破
- 四、我国空调产业面临潜在技术危机

### 第四节 空调行业存在的问题及发展对策

- 一、中国空调产业资金链面临的挑战
- 二、标识混乱制约我国空调行业良性发展
- 三、国内空调企业加快发展的对策思路
- 四、国内制冷空调行业发展重点及战略
- 五、国家政策引导解决空调行业结构性矛盾
- 六、加快中国空调行业发展的政策建议

## 第四章 2013年中国中央空调产业运行状况分析

### 第一节 2013年中国中央空调产业发展概述

- 一、中国中央空调行业总体特征
- 二、我国中央空调市场发展态势
- 三、中央空调市场民族品牌趁势崛起

四、我国中央空调市场发展面临的挑战

五、我国中央空调产业亟待整合升级

第二节2013年家用中央空调市场发展状况分析

一、家用中央空调市场格局逐步明朗

二、家用中央空调优势明显

三、家用中央空调潜在需求巨大

第三节中央空调节能技术分析

一、空调设计中关键环节的节能控制

二、中央空调使用过程中的节能措施

三、加强中央空调的日常节能管理

第四节近年来中国拟在建工程项目分析

一、台湾东元集团在南昌建商用空调生产基地

二、全球首台无氟变频物联网商用空调研制

三、美的在合肥建中央空调生产基地

四、格力电器欲建设中央空调生产线

第五章2010-2012年国内商用空调行业（所属行业）数据监测分析

第一节 2010-2012年中国商用空调行业（所属行业）总体数据分析

一、2010年中国商用空调行业全部企业（所属行业）数据分析

二、2011年中国商用空调行业全部企业（所属行业）数据分析

三、2012年中国商用空调行业全部企业（所属行业）数据分析

第二节 2010-2012年中国商用空调行业（所属行业）不同规模企业数据分析

一、2010年中国商用空调行业（所属行业）不同规模企业数据分析

二、2011年中国商用空调行业（所属行业）不同规模企业数据分析

三、2012年中国商用空调行业（所属行业）不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国商用空调行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

一、2010年中国商用空调行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

二、2011年中国商用空调行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

三、2012年中国商用空调行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

第六章2008-2013年中国商用空调相关产量统计分析

第一节2008-2012年全国房间空气调节器产量分析

## 第二节2013年9月全国及主要省份房间空气调节器产量分析

### 第三节2013年9月房间空气调节器产量集中度分析

## 第七章2013年中国商用空调市场深度剖析

### 第一节2013年中国商用空调市场运行总况

- 一、商用空调成行业新的发展空间和利润增长点
- 二、近几年中国商用空调市场规模及容量分析
- 三、中国商用空调利润情况分析

### 第二节2013年中国商用空调市场需求分析

- 一、商用空调需求总量高速增长
- 二、需求的地域范围合理扩大
- 三、需求层次呈现多样化发展的趋势

### 第三节2013年中国商用空调重点市场需求及增长情况分析

- 一、北京
- 二、上海
- 三、广州

## 第八章2013年中国商用空调细分市场透析

### 第一节燃气空调

- 一、燃气空调市场应用情况
- 二、我国燃气空调将可能迎来爆炸式增长
- 三、市场竞争优势
- 四、生产企业规模
- 五、市场销售情况及所占市场份额
- 六、市场发展前景预测

### 第二节地温中央空调

### 第三节冰蓄冷中央空调

- 一、市场应用情况
- 二、经济效益超分析

## 第九章2013年中国中央空调市场调查调研

### 第一节2013年中央空调市场消费需求分析

- 一、价格分析
- 二、品牌倾向
- 三、售后服务

## 第二节2013年中国中央空调市场消费区域分析

- 一、百货商场
- 二、写字楼
- 三、酒店饭店
- 四、家庭/别墅
- 五、医院

## 第十章2006-2012年中国商用空调进出口贸易数据监测

### 第一节2006-2012年中国制冷量 > 4千大卡/时分体式空调进出口数据分析84151022

- 一、制冷量 > 4千大卡/时分体式空调进出口数量分析
- 二、制冷量 > 4千大卡/时分体式空调进出口金额分析
- 三、制冷量 > 4千大卡/时分体式空调进出口国家及地区分析

### 第二节2006-2012年中国制冷量 > 4千大卡/时空调器进出口数据分析84158120

- 一、制冷量 > 4千大卡/时空调器进出口数量分析
- 二、制冷量 > 4千大卡/时空调器进出口金额分析
- 三、制冷量 > 4千大卡/时空调器进出口国家及地区分析

### 第三节2006-2012年中国制冷量 > 4千大卡/时的其他空调进出口数据分析84158220

- 一、制冷量 > 4千大卡/时的其他空调进出口数量分析
- 二、制冷量 > 4千大卡/时的其他空调进出口金额分析
- 三、制冷量 > 4千大卡/时的其他空调进出口国家及地区分析

## 第十一章2015年商用空调行业市场企业竞争格局分析

### 第一节2013年中国商用空调竞争总况

- 一、商用空调市场成为国际家电巨头抢食的“新奶酪”
- 二、2013年中国商用空调市场集中度分析
- 三、专业化的渠道将成为中央空调企业角逐的战场

### 第二节2013年商用中央空调市场品牌竞争力及市场份额分析

- 一、国外品牌竞争竞争力分析
  - 1、约克

2、大金

3、开利

二、国内品牌竞争竞争力分析

1、美的

2、海尔

3、格力

4、松下

5、LG

第三节2013年中国商用中央空调其它竞争分析

一、技术竞争

二、价格竞争分析

三、服务竞争

第四节2014-2018年中国商用空调市场竞争趋势分析

第十二章2013年中国商用空调市场外资品牌企业运营状况分析

第一节约克

第二节特灵

第三节大金

第四节日立

第五节三菱

第六节LG

第七节三星

第十三章2013年中国商用空调行业标杆企业研究

第一节美的电器(000527)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节格力电器(000651)



- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析
- 七、格力电器未来3年商用空调销售目标100亿

### 第三节青岛海尔(600690)

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第四节ST春兰(600854)

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第五节广东志高空调有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第六节TCL集团(000100)

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

七、L商用空调2013年保底目标2亿

第七节格兰仕(中山)家用电器有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节约克广州空调冷冻设备有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节富士通将军中央空调(无锡)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节上海国祥制冷工业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第十一节 东莞市广大制冷有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

## 第十四章 2014-2018年中国商用空调市场前景预测

### 第一节 2014-2018年中国商用空调新产品趋势探析

- 一、远程控制成为技术趋势
- 二、健康升级大势所趋
- 三、厂家比拼节能技术

### 第二节 2014-2018年中国商用空调行业发展方向

- 一、节能技术
- 二、绿色环保
- 三、健康舒适

### 第三节 2014-2018年中国商用空调服务趋势分析

- 1、服务个性化
- 2、服务标准化
- 3、服务技术化

### 第四节 2014-2018年中国商用空调市场前景预测分析

- 一、中国空调产量预测分析
- 二、中国商用空调市场供需预测分析
- 三、高能效空调发展潜力巨大
- 四、燃气空调应用前景看好
- 五、太阳能空调市场发展前景广阔

## 第十五章 2014-2018年中国商用空调行业投资潜力分析

### 第一节 2013年中国商用空调投资概况

- 一、中国40000亿扩大内需投资对空调市场产生一定影响
- 二、铁路、机场等基础设施建设拉动140亿元左右的商用空调市场

### 三、中国商用空调行业投资效益分析

#### 第二节2014-2018年商用空调行业投资机会分析

##### 一、2014-2018年商用空调行业区域投资机会

##### 二、2014-2018年商用空调需求增长投资机会

#### 第三节2015年商用空调行业投资风险展望

##### 一、宏观调控风险

##### 二、竞争风险

##### 三、供需波动风险

##### 四、技术创新风险

##### 五、经营管理风险

##### 六、产品自身价格波动风险

#### 第四节权威专家投资观点

### 第十六章2015年商用空调行业营销策略和战略研究

#### 第一节商用空调行业营销策略

##### 一、商用空调4P分析

##### 二、商用空调营销模式分析

##### 二、商用空调行业品牌策略

##### 四、商用空调行业价格策略

##### 五、商用空调淡季营销策略

##### 六、商用空调营销策略

#### 第二节中国企业经营管理的战略建议

##### 一、确定市场主导

##### 二、推进渠道多元化

##### 三、进军主导市场

##### 四、转型方案提供商

##### 五、企业品牌经营策略

##### 六、企业产品经营策略

##### 七、企业市场与经营定位策略

#### 第三节中国商用空调行业企业的竞争战略建议

##### 一、商用中央空调企业竞争策略

##### 二、商用空调服务的竞争策略

三、商用空调流通渠道竞争策略

四、商用空调广告策

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201401/101673.html>