

2020-2026年中国空调市场 深度分析与投资战略咨询报告

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

《2020-2026年中国空调市场深度分析与投资战略咨询报告》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/202005/164146.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

空调即空气调节器（Air Conditioner）。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、速度等参数进行调节和控制的过程。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国空调市场深度分析与投资战略咨询报告》共十五章。首先介绍了中国空调行业市场发展环境、空调整体运行态势等，接着分析了中国空调行业市场运行的现状，然后介绍了空调市场竞争格局。随后，报告对空调做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国空调行业发展趋势与投资预测。您若想对空调产业有个系统的了解或者想投资中国空调行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 空调行业相关概述

1.1 空调简介

1.1.1 空调定义及分类

1.1.2 空调的主要功能

1.1.3 空调的工作原理

1.2 空调能效比及认证标志

1.2.1 空调器能效比

1.2.2 空调的认证标志

1.2.3 空调的命名标准

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 2016-2019年国际空调行业发展状况

2.1 世界空调行业发展概况

2.1.1 市场发展分析

2.1.2 市场并购状况

2.1.3 市场未来走向

2.2 欧洲市场

2.2.1 欧洲市场总况

2.2.2 英国

2.2.3 法国

2.2.4 德国

2.2.5 俄罗斯

2.2.6 意大利

2.2.7 西班牙

2.2.8 希腊

2.2.9 土耳其

2.3 北美市场

2.3.1 北美市场总况

2.3.2 美国

2.3.3 加拿大

2.4 东南亚市场

2.4.1 东南亚市场总况

2.4.2 印度尼西亚

2.4.3 泰国

2.4.4 马来西亚

2.4.5 新加坡

2.4.6 越南

2.4.7 菲律宾

2.5 其他地区及国家

2.5.1 非洲市场

2.5.2 拉美市场

2.5.3 中东市场

2.5.4 澳大利亚

第三章 2016-2019年中国空调行业发展分析

3.1 中国空调行业发展概况

3.1.1 我国空调行业发展阶段

3.1.2 我国空调行业总体状况

3.1.3 我国空调消费市场趋于成熟

3.1.4 国内空调市场品牌集中度提升

3.1.5 我国制冷空调行业总体发展状况

3.2 2016-2019年中国空调市场发展现状

3.2.1 2015年空调行业市场发展状况

3.2.2 2016年空调行业市场发展状况

3.2.3 2019年空调行业市场发展状况空调各品牌2019年1月累计销售额及增速（千元、%）2017年空调内销市场格局

3.2.4 2019年空调行业市场发展动态

3.3 2016-2019年全国及主要省份房间空气调节器产量分析

3.3.1 2016年全国及主要省份房间空气调节器产量分析

3.3.2 2019年全国及主要省份房间空气调节器产量分析

3.3.3 2019年全国及主要省份房间空气调节器产量分析

3.4 2016-2019年中国空调进出口数据分析

3.4.1 中国空调进出口总量数据分析

3.4.2 2016-2019年主要贸易国空调进出口情况分析

3.4.3 2016-2019年主要省市空调进出口情况分析

3.5 农村空调市场

3.5.1 中国农村空调市场潜力巨大

3.5.2 我国农村空调市场发展特征

3.5.3 农村市场支撑空调业持续增长

3.5.4 空调企业争抢农村市场份额

3.5.5 拓展农村空调市场的策略措施

3.5.6 我国农村空调市场潜力巨大

3.6 中国空调行业技术研发进展状况

3.6.1 国内外空调产业专利技术竞争态势

3.6.2 我国制冷空调技术研发进展简析

3.6.3 我国空调产业面临潜在技术危机

3.7 中国空调行业存在的问题问题

3.7.1 中国空调行业存在的主要问题

3.7.2 制约我国空调行业发展的因素

3.7.3 标识混乱制约行业良性发展

3.8 促进空调行业发展的策略建议

3.8.1 国内空调企业加快发展的对策思路

3.8.2 国内制冷空调行业发展重点及战略

3.8.3 国家政策引导解决空调行业结构性矛盾

3.8.4 加快中国空调行业发展的政策建议

第四章中国家用空气调节器制造行业财务状况

4.1 中国家用空气调节器制造行业经济规模

4.1.1 2016-2019年家用空气调节器制造业销售规模

4.1.2 2016-2019年家用空气调节器制造业利润规模

4.1.3 2016-2019年家用空气调节器制造业资产规模

4.2 中国家用空气调节器制造行业盈利能力指标分析

4.2.1 2016-2019年家用空气调节器制造业亏损面

4.2.2 2016-2019年家用空气调节器制造业销售毛利率

4.2.3 2016-2019年家用空气调节器制造业成本费用利润率

4.2.4 2016-2019年家用空气调节器制造业销售利润率

4.3 中国家用空气调节器制造行业营运能力指标分析

4.3.1 2016-2019年家用空气调节器制造业应收账款周转率

4.3.2 2016-2019年家用空气调节器制造业流动资产周转率

4.3.3 2016-2019年家用空气调节器制造业总资产周转率

4.4 中国家用空气调节器制造行业偿债能力指标分析

4.4.1 2016-2019年家用空气调节器制造业资产负债率

4.4.2 2016-2019年家用空气调节器制造业利息保障倍数

4.5 中国家用空气调节器制造行业财务状况综合评价

4.5.1 家用空气调节器制造业财务状况综合评价

4.5.2 影响家用空气调节器制造业财务状况的经济因素分析

第五章 2016-2019年中国中央空调发展分析

5.1 中央空调概述

5.1.1 中央空调的工作原理

5.1.2 家用中央空调

5.1.3 商用中央空调

5.2 2019年中国中央空调市场分析

5.2.1 总体特征分析

5.2.2 全年走势分析

5.2.3 品牌特征分析

5.2.4 区市场总体分析

5.3 2019年中国中央空调市场分析

5.3.1 整体特征分析

5.3.2 品牌格局分析

5.3.3 产品格局分析

5.4 我国中央空调业SWOT分析

5.4.1 优势（Strength）

5.4.2 劣势（Weakness）

5.4.3 机会（Opportunity）

5.4.4 威胁（Threaten）

5.5 中国中央空调升级改造分析

5.5.1 能耗分析

5.5.2 噪音分析

5.5.3 舒适度分析

5.5.4 使用寿命分析

5.5.5 升级改造现状

5.5.6 效果及发展趋势

5.6 中央空调节能技术分析

5.6.1 空调设计中关键环节的节能控制

5.6.2 中央空调使用过程中的节能措施

5.6.3 加强中央空调的日常节能管理

第六章 2016-2019年户式中央空调发展分析

6.1 户式中央空调简述

- 6.1.1 户式中央空调的型式
- 6.1.2 户式中央空调的特点
- 6.1.3 户式中央空调的应用
- 6.1.4 与家用分体空调的区别
- 6.2 主要户式中央空调系统
 - 6.2.1 冷、热水系统
 - 6.2.2 多联机系统
 - 6.2.3 风管式系统
- 6.3 2016-2019年户式中央空调行业总体分析
 - 6.3.1 发展动因剖析
 - 6.3.2 国外应用状况
 - 6.3.3 市场规模分析
 - 6.3.4 市场运行特点
 - 6.3.5 市场关注热点
 - 6.3.6 行业发展思路
- 6.4 户式中央空调的安装及维护
 - 6.4.1 户式中央空调的选择原则
 - 6.4.2 户式中央空调的安装
 - 6.4.3 户式中央空调的安装验收
 - 6.4.4 户式中央空调的维护管理
- 6.5 户式中央空调市场需求前景
 - 6.5.1 需求的地域范围合理扩大
 - 6.5.2 需求层次呈现多样化发展趋势
 - 6.5.3 潜在市场发展空间巨大
 - 6.5.4 户式中央空调发展趋势分析

第七章 2016-2019年家用空调行业发展分析

- 7.1 中国家用空调市场概况
 - 7.1.1 市场发展历程
 - 7.1.2 产品外观演变
 - 7.1.3 市场推动因素
 - 7.1.4 淘汰落后产能

7.1.5 家用中央空调趋势

7.2 2016-2019年中国家用空调业发展分析

7.2.1 行业发展态势

7.2.2 行业运行情况

7.2.3 出口市场规模

7.2.4 电商渠道格局

7.2.5 线上市场规模

7.2.6 提高保修年限

7.3 住宅家用空调运行分析

7.3.1 空调房间室温变化分析

7.3.2 住宅家用空调的运行方式

7.3.3 空调启动温度和空调控制温度

7.4 家用空调行业发展存在的问题及对策

7.4.1 市场需求放缓

7.4.2 能源环境问题

7.4.3 拓展家用空调市场对策

7.4.4 改进家用空调产品设计

第八章 2016-2019年中国变频空调行业发展分析

8.1 变频空调概述

8.1.1 变频空调的概念

8.1.2 变频空调的特点

8.1.3 变频空调的工作原理

8.2 中国变频空调行业总体分析

8.2.1 行业发展历程

8.2.2 市场份额提升

8.2.3 行业发展现状

8.2.4 行业新标准发布

8.3 2016-2019年中国变频空调市场发展分析

8.3.1 变频空调市场扩容

8.3.2 行业产销规模

8.3.3 市场发展特点

8.3.4 市场竞争格局

8.3.5 重点企业动态

8.4 变频空调技术

8.4.1 变频空调技术发展

8.4.2 变频空调技术原理

8.4.3 技术水平不断升级

8.4.4 美的公司技术升级

8.5 变频空调发展预测

8.5.1 行业发展前景

8.5.2 技术发展方向

8.5.3 行业发展趋势

8.5.4 产品能效发展趋势

第九章 2016-2019年中国空调行业竞争分析

9.1 空调行业竞争现状

9.1.1 空调流通渠道竞争环境分析

9.1.2 迈入产业价值链竞争时代

9.1.3 企业群体主导中国空调业升级

9.1.4 行业售后服务竞争

9.1.5 竞争差异化显现

9.1.6 标准之争成重点

9.2 中国空调市场中外竞争分析

9.2.1 中外品牌发展模式比较

9.2.2 外资空调品牌竞争现状

9.2.3 本土空调海外市场发展

9.3 空调行业波特五力竞争模型分析

9.3.1 现有企业竞争分析

9.3.2 潜在进入者分析

9.3.3 供应商议价能力

9.3.4 购买者议价能力

9.3.5 替代品的威胁

9.4 空调行业其他竞争模型分析

9.4.1 SWOT模型

9.4.2 SCOR模型

9.5 空调行业竞争策略分析

9.5.1 目标市场选择

9.5.2 市场切入点

9.5.3 集中资源优势

9.5.4 培训及组织变革

9.5.5 切换竞争新模式

第十章 2016-2019年中国空调市场营销分析

10.1 空调营销面临的市场现状分析

10.1.1 消费者趋于理性

10.1.2 潜规则基础动摇

10.1.3 流通格局改变

10.1.4 市场增长点转移

10.1.5 可支配资源减少

10.2 空调行业营销渠道分析

10.2.1 家电连锁卖场

10.2.2 专业经销商

10.2.3 百货商场

10.2.4 专卖店

10.2.5 新型营销渠道

10.3 空调行业分销渠道模式分析

10.3.1 美的模式

10.3.2 海尔模式

10.3.3 格力模式

10.3.4 志高模式

10.4 空调营销中存在的不足

10.4.1 渠道竞争无序

10.4.2 营销效率低下

10.4.3 目标市场同质化

10.4.4 渠道创新不足

10.5 中国空调行业营销策略

10.5.1 产品营销策略

10.5.2 营销合作思路

10.5.3 中小企业营销策略

10.5.4 提升服务策略

10.6 空调营销案例介绍

10.6.1 格力空调“简单化”营销

10.6.2 美的空调品牌营销

10.6.3 海信空调“诚信”营销

10.6.4 奥克斯空调的差异化营销

10.6.5 格兰仕空调的植入营销

第十一章 2016-2019年空调行业部分区域发展分析

11.1 山东

11.1.1 市场活跃成因分析

11.1.2 中央空调市场特征

11.1.3 中央空调市场格局

11.2 江苏

11.2.1 江苏市场概况

11.2.2 市场发展成因

11.2.3 市场发展特征

11.2.4 市场竞争格局

11.3 上海

11.3.1 2019年市场发展走势

11.3.2 推广燃气中央空调

11.3.3 推广节能性空调

11.4 浙江

11.4.1 市场发展特征

11.4.2 市场竞争格局

11.4.3 项目投资动态

11.5 广东

11.5.1 区域市场情况

11.5.2 区域行业地位

11.5.3 市场发展特征

11.5.4 市场竞争格局

第十二章 2016-2019年中国空调压缩机行业发展分析

12.1 空调压缩机概述

12.1.1 空调压缩机定义及特点

12.1.2 空调压缩机的分类

12.1.3 空调压缩机的工作原理

12.2 中国压缩机行业发展概况

12.2.1 行业发展历程

12.2.2 空调压缩机节能要求

12.2.3 空调压缩机技术要求

12.2.4 压缩机行业标准体系

12.2.5 行业面临的挑战及策略

12.3 2016-2019年中国空调压缩机行业发展分析

12.3.1 行业发展现状

12.3.2 行业销售规模

12.3.3 市场销售模式

12.3.4 出口市场规模

12.3.5 行业盈利能力

12.3.6 技术发展动态

12.4 汽车空调压缩机

12.4.1 汽车空调压缩机的概念及分类

12.4.2 汽车空调压缩机行业发展历程

12.4.3 中国汽车空调压缩机市场分析

12.4.4 乘用车空调压缩机行业特点

12.4.5 汽车企业布局压缩机市场

12.4.6 重点企业并购动态

第十三章 国内空调行业重点企业介绍

13.1 珠海格力电器股份有限公司

13.1.1 公司发展概况

13.1.2 经营效益分析

13.1.3 业务经营分析

13.1.4 财务状况分析

13.1.5 未来前景展望

13.2 美的集团股份有限公司

13.2.1 公司发展概况

13.2.2 经营效益分析

13.2.3 业务经营分析

13.2.4 财务状况分析

13.2.5 未来前景展望

13.3 海信科龙电器股份有限公司

13.3.1 公司发展概况

13.3.2 经营效益分析

13.3.3 业务经营分析

13.3.4 财务状况分析

13.3.5 未来前景展望

13.4 青岛海尔股份有限公司

13.4.1 公司发展概况

13.4.2 经营效益分析

13.4.3 业务经营分析

13.4.4 财务状况分析

13.4.5 未来前景展望

13.5 志高控股有限公司

13.5.1 公司发展概况

13.5.2 2016年志高控股经营状况分析

13.5.3 2019年志高控股经营状况分析

13.5.4 2019年志高控股经营状况分析

13.6 上市公司财务比较分析

13.6.1 盈利能力分析

13.6.2 成长能力分析

13.6.3 营运能力分析

13.6.4 偿债能力分析

第十四章 空调行业发展趋势及前景分析

14.1 我国空调行业未来发展趋势分析

14.1.1 空调行业的发展趋势

14.1.2 销售渠道趋向多元化

14.1.3 空调室外机小型化转变

14.2 中国空调行业未来主要发展方向

14.2.1 节能技术

14.2.2 绿色环保

14.2.3 健康舒适

14.3 中国空调行业发展前景分析

14.3.1 智慧空调发展迅速

14.3.2 高能效空调前景广阔

14.3.3 燃气空调前景向好

14.3.4 太阳能空调潜力巨大

14.4 2019年中国空调行业发展预测

14.4.1 市场规模预测

14.4.2 产品设计预测

14.4.3 渠道销售预测

14.4.4 电商渠道预测

14.5 2020-2026年家用空气调节器行业预测分析

14.5.1 2020-2026年家用空气调节器收入预测

14.5.2 2020-2026年家用空气调节器利润预测

14.5.3 2020-2026年家用空气调节器规模预测

第十五章 2016-2019年影响中国空调行业发展的相关政策

15.1 标准规范

15.1.1 中央空调节能国标获颁布实施

15.1.2 2015年空调行业标准发布实施情况

15.1.3 2016年空调行业标准发布实施情况

15.1.4 2019年空调行业标准发布实施情况

15.1.5 2019年空调行业标准发布实施情况

15.2 家电下乡政策

15.2.1 《家电下乡操作细则》

15.2.2 家电下乡政策对空调行业的影响

15.2.3 空调受家电下乡政策退潮影响严峻

15.2.4 家电下乡政策的综合效益评估

15.3 以旧换新政策

15.3.1 《促进扩大内需 鼓励汽车、家电“以旧换新”实施方案》

15.3.2 《家电以旧换新实施办法》

15.3.3 家电以旧换新政策的影响分析

15.3.4 空调业重启“以旧换新”政策

15.4 节能补贴政策

15.4.1 《节能产品惠民工程高效节能房间空调器推广实施细则》

15.4.2 节能家电补贴政策实施情况

15.4.3 国家发布空调节能补贴政策

15.4.4 空调政采须满足节能环保要求

15.4.5 中央空调节能改造政策利好

15.4.6 空调或受惠节能扶持新政

15.5 其他相关政策分析

15.5.1 宏观调控政策对行业的影响

15.5.2 公积金政策调整对空调的影响

15.5.3 空调企业推行六年包修政策

附录

附录一：房间空气调节器能效标识规则

附录二：制冷设备维修与安装管理办法

图表目录：

图表1 2016年全国房间空气调节器产量数据

图表2 2016年广东省房间空气调节器产量数据

图表3 2016年安徽省房间空气调节器产量数据

图表4 2016年湖北省房间空气调节器产量数据

图表5 2016年重庆市房间空气调节器产量数据

图表6 2016年山东省房间空气调节器产量数据

图表7 2016年河北省房间空气调节器产量数据

图表8 2016年浙江省房间空气调节器产量数据

图表9 2019年全国房间空气调节器产量数据

图表10 2019年广东省房间空气调节器产量数据

图表11 2019年安徽省房间空气调节器产量数据

图表12 2019年湖北省房间空气调节器产量数据

图表13 2019年河北省房间空气调节器产量数据

图表14 2019年山东省房间空气调节器产量数据

图表15 2019年浙江省房间空气调节器产量数据

图表16 2019年全国房间空气调节器产量数据

图表17 2019年广东省房间空气调节器产量数据

图表18 2019年安徽省房间空气调节器产量数据

图表19 2019年重庆市房间空气调节器产量数据

图表20 2019年湖北省房间空气调节器产量数据

图表21 2019年浙江省房间空气调节器产量数据

图表22 2019年山东省房间空气调节器产量数据

图表23 2019年河北省房间空气调节器产量数据

图表24 2016-2019年中国空调进口分析

图表25 2016-2019年中国空调出口分析

图表26 2016-2019年中国空调贸易现状分析

图表27 2016-2019年中国空调贸易顺逆差分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/164146.html>