

2020-2026年中国家用中央 空调产业发展现状与投资战略报告

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年中国家用中央空调产业发展现状与投资战略报告》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/202002/151915.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

家用中央空调（又称为家庭中央空调、户式中央空调）是一个小型化的独立空调系统。在制冷方式和基本构造上类似于大型中央空调。由一台主机通过风管或冷热水管连接多个末端出风口，将冷暖气送到不同区域，来实现室内空气调节的目的。它结合了大型中央空调的便利、舒适、高档次以及传统小型分体机的简单灵活等多方面优势，是适用于别墅、公寓、家庭住宅和各种工业、商业场所的暗藏式空调。

家用中央空调的普及，源自于市场大环境的好转。随着技术的进步，家用中央空调的成本大幅度降低，目前与普通家用空调的价格差异已缩小至30%；家用中央空调是一个小型化的独立空调系统，只需安装一台主机，在各个房间内安装通风口即可，适合面积超过100平方米的户型或者复式住宅、别墅。家用中央空调具有功耗低、节能环保等特点，与当前提倡的消费观念更为吻合。

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国家用中央空调产业发展现状与投资战略报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

中企顾问网研究中心是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录

第一章 家用中央空调产业相关概述

第一节 家用中央空调简述

一、家用中央空调制冷系统阐述

1、冷、热水系统

2、多联机系统

3、风管式系统

二、家用中央空调性能参数

三、家用中央空调分类、选购

四、空调能效比及认证标志

第二节 家用中央空调基础阐述

- 一、家用中央空调特点
- 二、与普通分体式空调优势
- 三、家用中央空调局限性

第三节 家用中央空调系统的主要组件

- 一、压缩机
- 二、换热器
- 三、节流部件
- 四、气液分离器

第四节 户式中央空调的安装及维护

- 一、户式中央空调的安装
- 二、户式中央空调的安装验收
- 三、户式中央空调的维护管理

第二章 2015-2019年全球家用中央空调市场发展现状分析

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、全球空调设计与技术研发
- 四、全球空调市场规模
- 五、全球空调产销情况分析

第二节 2015-2019年全球家用中央空调市场调研

- 一、国外家用中央空调成熟度分析
- 二、全球家用中央空调普及应有情况
- 三、全球家用中央空调市场规模及发展空间

第三节 国外家用中央空调重点市场调研

- 一、美国
 - 1、美国户式中央空调普及率较高
 - 2、美国风管式系统是户式中央空调的主流
- 二、日本
 - 1、日本户式中央空调“氟系统”为主的发展道路
 - 2、日本户式中央空调普及应用情况

第三章 2015-2019年中国空调产业整体运行态势分析

第一节 2015-2019年中国空调产业运行总况

- 一、中国空调产业里程碑式发展阶段回顾
- 二、我国空调消费市场趋于成熟
- 三、国内空调市场品牌集中度不断提升
- 四、我国空调业内销保持平稳态势
- 五、我国空调行业产能扩张加剧

第二节 2015-2019年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力分析
- 二、我国制冷空调技术研发进展简析
- 三、中国空调节能技术取得重大突破
- 四、我国空调产业面临潜在技术危机

第四章 2015-2019年中国家用中央空调市场深度剖析

第一节 2015-2019年中国家用中央空调市场综述

- 一、家用中央空调市场所处发展阶段
- 二、家用中央空调转走平民化路线
- 三、家用中央空调市场规模及发展空间
- 四、家用中央空调普及应用情况
- 五、家用中央空调市场质量问题多于商用

第二节 2015-2019年中国家用中央空调产品的需求分析

- 一、家用中央空调需求特点
- 二、中央空调产品需求总量高速增长
- 三、需求的地域范围合理扩大
- 四、需求层次呈现多样化发展

第五章 2015-2019年中国家用中央空调设备制造行业数据监测分析

第一节 2015-2019年中国家用中央空调设备制造行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、从业人数增长分析
- 三、资产规模增长分析

第二节 2015-2019年中国家用中央空调设备制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2015-2019年中国家用中央空调设备制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2015-2019年中国家用中央空调设备制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2015-2019年中国家用中央空调设备制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第六章 2015-2019年中国家用中央空调产量统计分析

第一节 2015-2016年全国家用中央空调产量分析

第二节 2019年主要省份家用中央空调产量分析

第三节 2019年家用中央空调产量集中度分析

第七章 2015-2019年中国家用中央空调细分市场调研

第一节 2015-2019年中国家用中央空调一线城市市场调研

一、北京

二、上海

三、广州

四、广东

五、深圳

六、重庆

七、其它

第二节 2015-2019年中国家用中央空调农村市场调研

一、家用中央空调农村市场发展阶段

二、家用中央空调农村市场发展潜力

第八章 2015-2019年中国家用中央空调市场营销解析

第一节 空调营销渠道分析

一、家电连锁卖场

二、专业经销商

三、百货商场

四、专卖店

五、新型营销渠道趋向扁平化

第二节 空调营销中存在的不足

一、营销渠道竞争无序

二、营销效率低下

三、目标市场同质化

四、渠道创新不足

第三节 中国空调行业营销策略

一、空调行业产品营销策略

二、空调营销的合作思路

三、中小空调企业营销策略

四、空调厂商须全方位提升服务水平

第四节 空调营销案例介绍

一、格力空调

二、美的

三、海信空调

四、海尔中央空调

第九章 2015-2019年中国家用中央空调竞争力分析

第一节 2015-2019年中国户式家用中央空调竞争环境分析

第二节 2015-2019年中国户式家用中央空调竞争力分析

一、家用中央空调能耗PK

二、家用中央空调服务竞争

第三节 2015-2019年中国户式家用中央空调品牌竞争格局

一、本土品牌

二、日系品牌

三、美资品牌

第四节 家用中央空调的由来及与分体空调器竞争优势

第五节 家用中央空调市场集中度分析

第六节 2020-2026年中国家用中央空调竞争趋势分析

第十章 2015-2019年全球家有中央空调品牌企业分析

第一节 约克

一、企业概况

二、家有中央空调领域业务发展现状

三、企业市场定位

四、营销战略分析

第二节 特灵

第三节 瑞姆

第四节 吉姆

第五节 天普

第六节 英特森特

第七节 大金

第八节 东芝

第九节 日立

第十一章 2015-2019年中国家用中央空调品牌企业运营财务状况分析

第一节 格力GREE——珠海格力电器股份有限公司

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

第二节 美的Midea——美的集团有限公司

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

第三节 海尔Haier——海尔集团公司

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

第四节 志高——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

第五节 海信-科龙 (海信集团有限公司)

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 春兰 ——春兰集团公司

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

第七节 奥克斯——宁波奥克斯集团有限公司

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 松下Panasonic——松下电器（中国）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 三菱——三菱空调机电器有限公司

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

第十二章 2015-2019年中国家用中央空调重点部件——空调压缩机市场调研

第一节 2015-2019年中国空调压缩机产业运行总况

一、中国压缩机行业标准体系构成情况

二、压缩机保护器行业面临调整

三、中国涡旋式空调压缩机生产方兴未艾

四、中国空调压缩机技术水平研究

第二节 2015-2019年中国空调压缩机市场透析

一、我国空调压缩机产能持续扩张

二、我国空调压缩机市场需求状况

三、国内空调压缩机销售模式分析

四、日系品牌抢夺中国空调压缩机市场份额

第三节 2015-2019年中国中央空调压缩机进出口贸易数据监测（84143014）

一、大型电动机驱动空调器用压缩机进出口数量分析

二、大型电动机驱动空调器用压缩机进出口金额分析

三、大型电动机驱动空调器用压缩机进出口国家及地区分析

第十三章 2020-2026年中国家用中央空调市场趋势分析分析

第一节 2020-2026年中国家用中央空调发展趋势预测分析

一、户式中央空调销售渠道趋向多元化

二、户式中央空调的应用及其趋势预测

三、户式中央空调为中国现代住宅节能添绿

第二节 2020-2026年中国家用中央空调行业发展方向

一、节能技术

二、绿色环保

三、健康舒适

第三节 2020-2026年中国住宅中央空调发展方向

一、改善室内空气品质IAQ

二、提高住宅中央空调的性价比

三、机组的稳定性和可靠性

四、机组维护的便捷性

五、机组环保性

六、提高智能化程度

第四节 2020-2026年中国家用中央空调市场预测分析

一、中国家用中央空调市场规模预测

二、中国家用中央空调行业现状分析

三、中国家用中央空调市场盈利预测

第十四章 2020-2026年中国家用中央空调投资潜力分析

第一节 2020-2026年中国中央空调投资环境分析

一、户式中央空调投资环境分析

二、户式中央空调经济性分析

第二节 2020-2026年中国中央空调投资机会分析

一、户式中央空调潜在市场投资潜力

二、户式中央空调售后、维修投资机会分析

三、户式中央空调零部件投资分析

第三节 2020-2026年中国中央空调投资前景预警

一、行业竞争风险预警

二、技术风险预警

三、节能与环保风险

四、进入退出风险

第四节 研究中心建议

图表目录：

图表：2015-2019年我国家用中央空调设备制造行业企业数量增长趋势图

图表：2015-2019年我国家用中央空调设备制造行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2015-2019年我国家用中央空调设备制造行业从业人数增长趋势图

图表：2015-2019年我国家用中央空调设备制造行业资产规模增长趋势图

图表：2015-2019年我国家用中央空调设备制造行业不同类型企业数量分布图

图表：2015-2019年我国家用中央空调设备制造行业不同所有制企业数量分布图

图表：2015-2019年我国家用中央空调设备制造行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2015-2019年我国家用中央空调设备制造行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2015-2019年我国家用中央空调设备制造行业产成品增长趋势图

图表：2015-2019年我国家用中央空调设备制造行业工业销售产值增长趋势图

图表：2015-2019年我国家用中央空调设备制造行业出口交货值增长趋势图

图表：2015-2019年我国家用中央空调设备制造行业销售成本增长趋势图

图表：2015-2019年我国家用中央空调设备制造行业费用使用统计图

图表：2015-2019年我国家用中央空调设备制造行业主要盈利指标统计图

图表：2015-2019年我国家用中央空调设备制造行业主要盈利指标增长趋势图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/151915.html>