

2022-2028年中国中央空调 多联机市场分析与战略咨询报告

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

《2022-2028年中国中央空调多联机市场分析与战略咨询报告》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/202208/316562.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

多联机中央空调是用户中央空调的一个类型，俗称“一拖多”，指的是一台室外机通过配管连接两台或两台以上室内机，室外侧采用风冷换热形式、室内侧采用直接蒸发换热形式的一次制冷剂空调系统。多联机系统目前在中小型建筑和部分公共建筑中得到日益广泛的应用。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国中央空调多联机市场分析与战略咨询报告》共十一章。首先介绍了中央空调多联机行业市场发展环境、中央空调多联机整体运行态势等，接着分析了中央空调多联机行业市场运行的现状，然后介绍了中央空调多联机市场竞争格局。随后，报告对中央空调多联机做了重点企业经营状况分析，最后分析了中央空调多联机行业发展趋势与投资预测。您若想对中央空调多联机产业有个系统的了解或者想投资中央空调多联机行业，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 中央空调多联机行业相关界定

第一节 中央空调多联机行业概述

一、中央空调多联机简介

二、工作原理

三、分类

第二节 中央空调多联机已成为建筑节能减排的工作重心

一、将中央空调多联机成为建筑节能工作重心

二、绿色建筑节能赋予中央空调多联机行业新的机遇

三、国内中央空调多联机推行节能化产业

第二章 中央空调多联机行业发展环境及影响因素分析

第一节 2020年我国经济运行分析及预测

一、2020年经济形势分析

二、2020年经济运行主要问题

三、未来经济运行分析与政策展望

第二节 2016-2020年中央空调多联机政策环境分析

一、利好政策对中央空调多联机行业的复苏起到了重要作用

二、大型中央空调多联机机组有望获补贴

第三节 2020年节能惠民政策到期对中央空调多联机的影响

一、两类产品境遇不同

二、制约因素犹存

三、推动产业升级

第三章 中国中央空调多联机行业发展分析

第一节 中国中央空调多联机行业发展现状分析

一、我国中央空调多联机的发展形式

二、2020年我国中央空调多联机行业发展分析

三、2020年我国中央空调多联机发展分析

四、我国中央空调多联机行业面临节能机遇与挑战

第二节 中国传统中央空调多联机升级改造分析

一、能耗分析

二、噪音分析

三、舒适度分析

四、使用寿命分析

五、国内外现状分析

六、效果及发展趋势预测

第三节 2020年我国中央空调多联机行业面临四大变革

一、节能减排成为主导

二、节能替换市场考验可持续发展能力

三、人性化体验感将促成消费主力

四、服务将进入云平台智能化时代

第四章 中国中央空调多联机所属行业整体运行状况

第一节 2020年中央空调多联机市场分析

一、开局艰难，后市回暖

二、品牌格局有变

三、2020年市场

第二节 2020年中央空调多联机市场分析

一、价格下降 销量攀升

二、产品舒适度在提高

三、售后服务不断改进

四、2020年政府空调采购市场观察

第三节 2020年中央空调多联机市场分析

一、多联机在户式中央空调多联机市场占比持续攀升

二、2020年多联机实现快速增长

三、多联机成我国中央空调多联机市场整体规模最大产品系列

第五章 中国主要区域中央空调多联机市场分析

第一节 2020年中国主要区域中央空调多联机市场分析

一、江苏市场

二、上海市场

三、浙江市场

四、广东市场

五、北京市场

第二节 2020年中国主要区域中央空调多联机市场分析

一、江苏市场

二、上海市场

三、浙江市场

四、广东市场

五、北京市场

第三节 山东中央空调多联机市场分析

第四节 青岛区域中央空调多联机市场调研

一、总体特征分析

二、品牌特征

三、机型特征

四、渠道特征

五、设计院

第六章 我国中央空调多联机行业市场竞争分析

第一节 中央空调多联机行业竞争格局

第二节 2020年我国商用空调市场格局特征分析

一、韩资品牌在华市场转战高端商用

二、日资品牌在华空调市场受冲击

三、欧美品牌或迎来新机遇

四、国产品牌话语权增大

第三节 外资品牌淘金中国家用中央空调多联机市场

一、中国市场吸引力依然存在

二、策略调整是必然

三、节能减排凸显政策商机

第四节 中央空调多联机市场：国内品牌逆势突破

一、变频多联机表现突出

二、单元机能效升级

三、冷水机组取得突破

第五节 国内中央空调多联机行业派系之争愈演愈烈

一、本土品牌：提高产能务实求进

二、日系品牌：瞄准家用抢占高端

第六节 中央空调多联机细分市场竞争格局

一、冷水机发展多元化，内资开始与美资正面交锋

二、多联机潜力巨大，内资品牌逆势崛起

三、单元机市场已为内资品牌垄断

四、末端产品市场稳定

第七节 未来中央空调多联机行业竞争格局展望

一、内资企业从追赶到领跑的产业背景

二、内资企业从追赶到领跑的对手背景

三、内资企业从追赶到领跑的自身背景

四、内资品牌未来有望主导中央空调多联机市场

五、格力、美的、海尔等内资品牌赶超潜力巨大

第七章 中国中央空调多联机行业重点企业分析

第一节 格力电器

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第二节 美的

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第三节 海尔

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第四节 亿利达

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第八章 中央空调多联机行业相关行业发展概况

第一节 2016-2020年中国商业地产发展现状

- 一、2020年中国商业地产发展现状
- 二、外资青睐布局商业地产投资
- 三、私募房产基金偏爱商业地产
- 四、2020年中国海外商业地产投资预计

第二节 2020年商业地产运行数据分析

- 一、2020年房地产企业整体景气状况判断
- 二、2020年商业地产开发情况分析
- 三、2020年商业地产销售情况分析

第三节 2016-2020年中国一线、二三线城市商业地产发展分析

- 一、一线城市商业地产进入“存量时代”

二、商业地产项目扎堆二三线市场

三、需防二三线城市商业地产泡沫风险

第四节 2022-2028年中国商业地产发展趋势

一、商业地产的发展方兴未艾

二、城市综合体开发火热，高端商业地产成开发的主流模式

三、体验型商业物业成为主体业态

四、盈利模式发生变化，自主持有商业地产物业将成主流

第九章 2022-2028年中国中央空调多联机行业发展前景及趋势分析

第一节 2022-2028年中国中央空调多联机行业发展前景

一、中央空调多联机市场前景广阔

一、建筑耗能高，空调是关键

二、政策推动建筑节能改造，中央空调多联机更新需求看涨

三、城镇化推进，新增需求空间巨大

四、中央空调多联机长期有井喷空间

五、国内中央空调多联机需求将进入快速释放期

第二节 我国中央空调多联机正迎来广阔的替代市场

第三节 2022-2028年中国磁悬浮中央空调多联机行业发展前景

一、2020年首批出口磁悬浮中央空调多联机下线

二、节能成磁悬浮中央空调多联机推手

三、海尔剑指国内2020年亿替代市场

第四节 家用中央空调多联机或成空调制冷业发展趋势

第十章 2022-2028年中国中央空调多联机行业发展策略

第一节 中央空调多联机企业新蓝海战略分析

一、从单纯制冷走向供暖、制冷全系列产品

二、冷链设备行业前景广阔

三、军用空调市场高增长可期

四、机房空调市场

第二节 打造新蓝海的可行性分析

一、蓝海产品和原产品是相通的

二、竞争对手弱，胜出容易

三、兼做更合算：商业模式对

四、顺手牵羊做：失败了损失也有限

第三节 中央空调多联机的投资策略分析

一、中央空调多联机企业投资逻辑

二、收入大幅增长

三、综合利润率提升

第十一章 2022-2028年中国中央空调多联机行业经营管理策略（ ）

第一节 中央空调多联机企业4P营销组合策略简析

一、产品策略

二、价格策略

三、渠道策略

四、促销策略

第二节 中央空调多联机企业关系营销战略分析

一、中央空调多联机关系营销的基本内容

二、关系营销与中央空调多联机企业特性

三、中央空调多联机企业的关系营销战略

第三节 中央空调多联机企业服务营销策略

一、营销管理中存在的问题

二、服务营销措施的建议

第四节 中央空调多联机售后服务创新策略

一、新服务概念设计

二、客户服务界面设计

三、服务传递系统设计

四、新技术设计

图表目录：

图表 家用空调与中央空调多联机特点对比 家用空调 商用空调（中央空调多联机）

图表 中央空调多联机制冷循环原理

图表 中央空调多联机制热循环原理

图表 中央空调多联机（冷水机组）工作原理图

图表 中央空调多联机按使用功能分类 类别 子类 特点

图表 格力户式中央空调多联机示例

图表 商用中央空调多联机室外机示例

图表 家用中央空调多联机布局结构

图表 家用普通空调布局结构

图表 多联机在户式中央空调多联机市场占比持续攀升

图表 2020年中央空调多联机产品结构收入构成

图表 2016-2020年中央空调多联机各类产品收入2016-2020年市场增长率对比

图表 2022-2028年国内中央空调多联机子产品销售额（单位：亿元）和市占率变化预测

图表 2016-2020年中央空调多联机中冷水机系列市场份额变化

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202208/316562.html>