

2014-2019年中国空调市场 竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2019年中国空调市场竞争力分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/dianqi1403/831984RYKE.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-03-28

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国空调市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十五章，报告立足于空调市场发展现状分析，通过对空调行业环境、空调产业链、空调市场供需、空调价格、空调生产企业的详尽剖析，以使投资者达到对空调产品市场发展现状的全面、深入掌握；同时为使投资者把握空调未来的市场发展趋势，我中心还对空调行业未来发展趋势和市场前景进行科学、严谨的分析与预测；另外在投资分析部分，针对企业投资决策依据进行了重点分析，并综合给出投资建议。

2013年，空调行业销售出现转机，但仍然未现大幅度增长。国家信息中心对重点城市监测数据显示，2013冷年国内空调销售量同比增长2.92%，销售额同比增长10.26%。其中，国内重点城市市场空调销售量约为2820万台，如果加上农村和乡镇市场约1000万台的销售量，预计2013冷年空调整体销售规模约为3820万台，与2012冷年基本持平。行业仍处在调整期。

一级城市终止了前几年份额逐步下降态势，开始呈现明显上升势头，销售量占比达到63.73%。三四级城市销售量同比虽保持增长，但占整体市场的比例已基本保持在15%左右的稳定水平，比例提升势头减缓；二级城市依然呈现前几年销售量占比继续下滑趋势。与此同时，消费需求出现新的亮点，变频空调销售量同比增长10.37%，销售额同比增长20.30%，明显高于整体水平，变频空调占整体空调销售量比例已达到51.64%，高于2012冷年4.34个百分点。

工信部数据同样显示，2013年上半年家用空调销售量同比增长3.64%，销售额同比增长17.1%，利润同比增长36.2%。因此，空调行业整体处于调整期，行业竞争向中高端产品竞争的特点十分明显。

目录

第一章 空调行业相关概述 1

第一节 空调简介 1

一、空调定义及分类 1

二、空调的主要功能 1

三、空调的工作原理 1

第二节 空调能效比及认证标志 2

一、空调器能效比 2

二、空调的认证标志 2

三、空调的命名标准 3

第三节 空调系统的主要组件 4

一、压缩机 4

二、换热器 4

三、节流部件 5

四、气液分离器 5

第二章 国际空调行业发展状况 7

第一节 世界空调行业发展概况 7

一、世界空调产业链发展状况 7

二、2011年全球空调行业发展简析 7

三、2012年全球空调市场总析 8

四、2013年全球空调市场总析 9

第二节 国外主要空调市场发展概况 10

一、欧洲市场 10

二、北美市场 10

三、拉美市场 11

四、东南亚市场 11

五、中东市场 12

第三节 美国 13

一、美国空调市场发展回顾 13

二、2009年美国空调市场行情简析 13

三、2010年美国空调市场分析 14

四、2010年美国实施空调限制氟氯烃使用新规 14

五、2011年美国出台家用中央空调器能效标准 16

六、美国企业开发新型太阳能制冷空调 16

第四节 日本 17

一、日本空调能效标准发展历程 17

二、日本空调品牌定位高端市场 19

三、2011年日本家用空调出货量分析 19

四、2012年日本空调市场解析 19

五、2013年日本空调市场解析 20

六、日本空调厂商加大节能空调研发力度 21

第五节 其他国家 21

一、英国 21

二、意大利 22

三、澳大利亚 22

四、印度 22

五、阿联酋 23

第三章 中国空调行业发展分析 24

第一节 中国空调行业全面解析 24

一、我国空调行业发展阶段 24

二、我国空调行业总体状况 24

三、我国空调消费市场趋于成熟 25

四、国内空调市场品牌集中度不断提升 25

五、我国制冷空调行业总体发展状况 25

第二节 2009年中国空调市场的发展 26

一、2010年中国空调市场关注度分析 26

二、2010年度中国空调行业产销下降 27

三、2010年我国空调出口贸易的基本特征 28

四、2010年度我国空调业内销保持平稳态势 28

第三节 2011年中国空调市场的发展 28

一、2011年我国空调市场发展简述 28

二、2011年中国空调产量分析 29

三、2011年我国空调出口状况 29

四、2011年中国空调行业产销分析 30

五、2011年主要空调企业发展策略比较 30

第四节 2012年中国空调市场状况 41

一、2012年度我国空调市场分析 41

二、2012年中国空调市场解析 41

三、2011-2012年中国空调产销状况 42

第五节 2011年-2013年全国及主要省份房间空气调节器产量分析 42

一、2011年1-12月全国及主要省份房间空气调节器产量分析 42

二、2012年1-12月全国及主要省份房间空气调节器产量分析 44

三、2013年1-12月全国及主要省份房间空气调节器产量分析 46

第六节 农村空调市场 47

一、中国农村空调市场潜力巨大 47

二、我国农村空调市场发展特征 48

三、农村市场支撑空调业持续增长 48

四、空调企业争抢农村市场份额 49

五、拓展农村空调市场的策略措施 49

六、我国农村空调市场潜力巨大 50

第七节 中国空调行业技术研发进展状况 50

一、国内外空调产业专利技术竞争态势 50

二、我国制冷空调技术研发进展简析 54

三、中国空调节能技术取得重大突破 57

四、我国空调产业面临潜在技术危机 57

第八节 空调行业存在的问题及发展对策 58

一、中国空调行业存在的主要问题 58

二、制约我国空调行业发展的因素 59

三、中国空调业面临的忧患 59

四、标识混乱制约我国空调行业良性发展 60

第九节 促进空调行业发展的策略建议 60

一、国内空调企业加快发展的对策思路 60

二、国内制冷空调行业发展重点及战略 62

三、国家政策引导解决空调行业结构性矛盾 64

四、加快中国空调行业发展的政策建议 64

第四章 中国家用空气调节器制造行业财务状况 66

第一节 2009-2013年中国家用空调调节器行业规模分析 66

一、企业数量分析 67

二、资产规模分析 67

三、销售规模分析 67

四、利润规模分析 67

第二节 2009-2013年中国家用空调调节器行业产值分析 68

一、产成品分析 68

二、出口交货值分析 68

三、行业总产值分析 69

第三节 2009-2013年中国家用空调调节器行业成本费用分析 69

一、成本费用结构变动趋势 69

二、销售成本分析 69

三、销售费用分析 70

四、管理费用分析 70

五、财务费用分析 70

第四节 2009-2013年中国家用空调调节器行业运营效益分析 70

一、资产收益率分析 70

二、销售利润率分析 71

三、总资产周转率分析 71

四、流动资产周转率分析 71

五、销售增长率分析 72

六、利润增长率分析 72

七、资产负债率分析 72

八、流动比率分析 72

第五章 中央空调 73

第一节 中央空调概述 73

一、中央空调的工作原理 73

二、家用中央空调 73

三、商用中央空调 74

第二节 中国中央空调行业发展概况 74

一、我国中央空调产业的发展概况 74

二、中国中央空调行业总体特征 75

三、我国中央空调发展面临的挑战 75

四、我国中央空调产业亟需整合升级 75

第三节 中国中央空调市场分析 76

一、市场走势 76

二、整体特征 78

三、细分市场 78

四、品牌格局 79

第四节 我国中央空调业SWOT分析 80

一、优势（STRENGTH） 80

二、劣势（WEAKNESS） 80

三、机会（OPPORTUNITY） 81

四、威胁（THREATEN） 81

第五节 中央空调节能技术分析 82

一、空调设计中关键环节的节能控制 82

二、中央空调使用过程中的节能措施 82

三、加强中央空调的日常节能管理 87

第六节 中央空调行业未来发展分析 88

一、我国中央空调市场展望 88

二、我国中央空调三四级城市市场前景看好 89

三、“十二五”中央空调在建筑领域节能规模预测 89

四、中国中央空调行业发展趋势 90

第六章 户式中央空调 92

第一节 户式中央空调简述 92

一、户式中央空调的型式 92

二、户式中央空调的特点 92

三、户式中央空调的应用 93

四、与家用分体空调的区别 94

第二节 主要户式中央空调系统 94

一、冷、热水系统 94

二、多联机系统 94

三、风管式系统 95

第三节 户式中央空调行业总体分析 95

一、国外户式中央空调市场的发展 95

二、中国家用小型中央空调发展要求 96

三、我国户式中央空调发展态势良好 98

四、我国户式中央空调市场潜力较大 98

五、户式中央空调行业发展思路	98
第四节 户式中央空调的安装及维护	99
一、户式中央空调的选择原则	99
二、户式中央空调的安装	100
三、户式中央空调的安装验收	101
四、户式中央空调的维护管理	103
第五节 户式中央空调市场需求前景	103
一、需求的地域范围合理扩大	103
二、需求层次呈现多样化发展趋势	104
三、潜在市场发展空间巨大	104

第七章 家用空调 105

第一节 中国家用空调市场概况	105
一、我国家用空调产品外观演变进程	105
二、中国家用空调行业发展回顾	108
三、国内家用空调市场调整步伐加快	108
四、中国家用空调业从规模竞争转向多重博弈	109
第二节 2008-2011年中国家用空调业发展分析	109
一、2008冷年中国家用空调行业平稳增长	109
二、2009年我国家用空调市场发展简析	109
三、2010年中国家用空调市场状况	110
四、2011-2012年我国家用空调市场分析	110
第三节 住宅家用空调运行分析	111
一、空调房间室温变化分析	111
二、住宅家用空调的运行方式	112
三、空调启动温度和空调控制温度	114
第四节 家用空调行业发展存在的问题及对策	115
一、中国家用空调业存在的主要问题	115
二、我国家用空调业面临能源环境问题	116
三、拓展我国家用空调市场的对策	117
四、改进家用空调产品设计的创新思路	117

第八章 变频空调 118

第一节 变频空调概述 118

一、变频空调的概念 118

二、变频空调的特点 118

三、变频空调的工作原理 118

第二节 中国变频空调行业总体分析 120

一、我国变频空调行业发展历程 120

二、中国变频空调行业发展现状 121

三、2009年国内变频空调产业快速增长 121

四、2010冷年我国变频空调内销市场简述 123

五、2011-2012年我国变频空调市场状况 123

六、变频空调日渐受青睐 124

第三节 中国变频空调市场分析 124

一、变频空调市场规模不断扩张 124

二、变频空调价格渐趋平民化 124

三、变频空调市场的主要品牌发展分析 125

四、变频空调市场品牌集中度不断提升 125

第四节 变频空调技术 125

一、变频空调技术的发展阶段 125

二、中国变频空调技术水平不断升级 126

三、我国主要变频空调企业的技术路线 126

四、中国变频空调控制技术发展方向简析 127

五、我国变频空调迈向技术竞争时代 128

第五节 变频空调发展前瞻 128

一、变频空调将成为中国家电市场的发展方向 128

二、变频空调未来市场前景预测 128

三、未来变频空调的发展趋向 129

第九章 中国空调行业竞争分析 130

第一节 空调行业竞争概述 130

一、中国空调行业竞争简况 130

二、空调流通渠道竞争环境分析 130

- 三、空调行业竞争逐步进入良性轨道 132
- 四、我国空调行业“迈入产业价值链竞争时代” 132
- 五、我国空调业两大阵营已初步形成 132
- 六、空调业竞争加速品牌格局调整 132
- 七、15年企业群体主导中国空调业升级 133
- 八、我国空调市场品牌竞争日趋激烈 134
- 第二节 空调行业竞争态势 134
 - 一、空调市场回归理性竞争 134
 - 二、空调行业竞争差异化显现 135
 - 三、高端定速与低端变频空调竞争加剧 135
 - 四、空调售后服务竞争不断升级 136
 - 五、标准之争渐成空调厂商博弈重点 137
- 第三节 空调市场中外竞争分析 137
 - 一、中国空调市场中外品牌发展模式比较 137
 - 二、外资空调品牌在中国的发展进入整合期 137
 - 三、外资品牌加入中国变频空调市场之争 139
 - 四、本土空调企业积极拓展海外市场 139
- 第四节 空调行业竞争模型分析 140
 - 一、波特模型分析 140
 - 二、SWOT模型分析 143
 - 三、SCOR模型 143
- 第五节 空调行业竞争策略分析 144
 - 一、谨慎选择目标市场 144
 - 二、确定市场切入点 145
 - 三、集中资源形成相对竞争优势 146
 - 四、进行必要的组织变革和培训 146
 - 五、亟须切换竞争新模式 147

第十章 中国空调市场营销分析 149

第一节 空调营销面临市场变局 149

- 一、消费者趋于理性消费 149
- 二、潜规则基础已经动摇 149

三、流通格局今非昔比 150

四、市场增长点已经转移 151

五、可支配资源逐渐减少 151

第二节 空调营销渠道分析 152

一、家电连锁卖场 152

二、专业经销商 153

三、百货商场 155

四、专卖店 157

五、新型营销渠道趋向扁平化 159

第三节 空调营销中存在的不足 159

一、营销渠道竞争无序 159

二、营销效率低下 159

三、目标市场同质化 159

四、渠道创新不足 160

第四节 中国空调行业营销策略 160

一、空调行业产品营销策略 160

二、空调营销的合作思路 160

三、中小空调企业营销策略 160

四、空调厂商须全方位提升服务水平 161

第五节 空调营销案例介绍 162

一、格力空调的“简单化”营销 162

二、美的空调的品牌营销 165

三、海信空调的“诚信”营销 167

四、奥克斯空调的差异化营销分析 170

五、格兰仕空调的植入营销模式 171

第十一章 中国空调业部分区域市场分析 172

第一节 山东 172

一、山东中央空调市场总体分析 172

二、山东空调市场的渠道特征 173

三、2011年山东家电下乡空调销售状况 174

四、山东地区燃气空调推广面临瓶颈 174

第二节 江苏 174

- 一、江苏省空调市场发展综述 174
- 二、2009年江苏中央空调市场发展特征 175
- 三、2010年江苏中央空调市场总体状况 176
- 四、2011冷年江苏苏州市空调业发展简况 177
- 五、2012冷年江苏无锡市空调业发展简况 177
- 六、2012冷年江苏南通市中央空调业发展简况 178

第三节 上海 178

- 一、上海空调业渠道发展进程简析 178
- 二、上海空调市场发展综述 185
- 三、2009年上海中央空调市场格局状况 186
- 四、2012年上海中央空调市场分析 186
- 五、2011冷年上海空调市场分析 188
- 六、“十二五”期间上海将更新高能耗家用空调 189

第四节 浙江 189

- 一、浙江地区商用空调市场介绍 189
- 二、浙江空调市场发展综述 189
- 三、2009年浙江中央空调市场发展特征 190
- 四、2012年浙江中央空调市场的发展 190
- 五、2012冷年浙江宁波市空调市场发展状况 191
- 六、浙江水源热泵空调市场迎来发展机遇 191

第五节 广东 191

- 一、广东地区空调市场基本情况 191
- 二、2009年广东省中央空调市场综述 192
- 三、2012年广东中央空调市场格局分析 192
- 四、2012年广东中央空调市场的特点 193
- 五、2010年广东东莞市空调市场发展简况 193
- 六、广东空调企业积极加强渠道竞争 193

第十二章 中国空调压缩机行业分析 194

第一节 空调压缩机概述 194

- 一、空调压缩机定义及特点 194

二、空调压缩机的分类	194
三、空调压缩机的工作原理	197
第二节 中国压缩机行业发展概况	197
一、我国压缩机行业发展历程	197
二、国内压缩机市场整合加速	198
三、中国压缩机行业面临的挑战及策略	198
四、中国压缩机行业标准体系构成情况	199
第三节 中国空调压缩机行业总体分析	207
一、2009年我国空调压缩机产能持续扩张	207
二、2010年我国空调压缩机行业分析	208
三、2011年中国空调压缩机出口状况	208
四、2012年我国空调旋转压缩机市场概况	209
五、我国空调压缩机市场需求状况	209
六、国内空调压缩机销售模式分析	209
七、日系品牌抢夺中国空调压缩机市场份额	210
第四节 汽车空调压缩机	210
一、汽车空调压缩机的概念及分类	210
二、我国汽车空调压缩机的发展历程	211
三、中国汽车空调压缩机市场分析	213
四、我国乘用车空调压缩机行业发展特点	213

第十三章 国内空调行业重点企业介绍 216

第一节 珠海格力电器股份有限公司 216

一、公司简介	216
二、2011年1-12月格力电器经营状况分析	216
三、2012年1-12月格力电器经营状况分析	222
四、2013年1-12月格力电器经营状况分析	226

第二节 广东美的电器股份有限公司 229

一、公司简介	229
二、2010年1-12月美的电器经营状况分析	230
二、2011年1-12月美的电器经营状况分析	230
三、2010年美的推出全球首台太阳能空调	234

四、2011年1-12月美的电器经营状况分析	234
五、2013年1-12月美的电器经营状况分析	238
第三节 海信科龙电器股份有限公司	242
一、公司简介	242
二、2010年1-12月科龙电器经营状况分析	242
三、2010年海信科龙全面推广双模变频空调	246
四、2011年1-12月科龙电器经营状况分析	246
五、2013年1-12月科龙电器经营状况分析	250
第四节 青岛海尔股份有限公司	253
一、公司简介	253
二、2010年1-12月青岛海尔经营状况分析	254
三、2012年1-12月青岛海尔经营状况分析	258
四、2013年1-12月青岛海尔经营状况分析	262
五、海尔空调不断加速欧美市场扩张进程	265
第五节 广东志高空调有限公司	265
一、公司简介	265
二、志高公司空调业务发展态势良好	266
四、2011年1-12月志高控股经营状况分析	269
五、2012年1-12月志高控股经营状况分析	271
第六节 上市公司财务比较分析	274
一、盈利能力分析	274
二、成长能力分析	275
三、营运能力分析	276
四、偿债能力分析	276
第十四章 空调行业发展趋势及前景展望	278
第一节 空调行业未来发展趋势	278
一、我国空调行业的发展趋势	278
二、国内空调市场两极化趋势将加速	280
三、空调销售渠道趋向多元化	281
四、空调室外机向小型化转变	281
第二节 中国空调行业发展方向	282

一、节能技术 282

二、绿色环保 285

三、健康舒适 286

第三节 中国空调行业前景展望 286

一、2013冷年我国空调行业发展预测 286

二、2014-2019年中国空调行业预测分析 287

三、高能效空调发展潜力巨大 288

四、燃气空调应用前景看好 288

五、太阳能空调市场发展前景广阔 289

第十五章 影响中国空调行业发展的相关政策 291

第一节 标准规范 291

一、变频空调国家强制性能效标准启用 291

二、多联式空调机能效强制性标准实施 291

三、2010年我国定频空调能效新标准实施 292

四、2010年中国空调业三大服务标准实施 292

五、2010年全面禁用氟利昂类物质对空调业的影响 292

六、2011年11月起我国正式实施中央空调节能国标 293

第二节 家电下乡政策 293

一、《家电下乡操作细则》 293

二、家电下乡政策对空调行业的影响 302

三、空调受家电下乡政策退潮影响严峻 303

第三节 以旧换新政策 303

一、《促进扩大内需 鼓励汽车、家电“以旧换新”实施方案》 303

二、《家电以旧换新实施办法》 306

三、家电以旧换新政策拉动千亿内需市场 314

四、以旧换新成空调市场发展新动力 315

五、以旧换新推动我国空调业进入节能时代 315

第四节 节能补贴政策 316

一、《节能产品惠民工程高效节能房间空调器推广实施细则》 316

二、高效节能空调推广目录简析 318

三、2011年6月底空调节能补贴取消 319

四、节能补贴政策取消后空调市场依然看好 319

附录 320

附录一：房间空气调节器能效标识规则 320

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家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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/dianqi1403/831984RYKE.html>