

2020-2026年中国空调家电 市场深度分析与市场调查预测报告

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年中国空调家电市场深度分析与市场调查预测报告》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/202004/160322.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

以人均GDP3000美元和5000美元作为区分过度阶段的阈值用以对应产业周期，我国家电行业新增市场重心目前向三四线市场拓展，农村市场普及需求以及更新需求占比将越来越高，一、二线成熟市场则更突显消费升级。

从房地产销售数据来看，自2012年至今，受房地产调控影响，房地产竣工面积一直保持平稳，累计年销售面积不断上升，对家电销售的推荐作用滞后有望在2019年有较好的体现。

我们以新增住房数据来测算房地产所带来电器的新增需求，根据行业经验和地产期房交割的生活经验作出以下假设：

现房当年配置家电，次年2/3的期房会有配置，1/3会在第三年的上半年配置；

新房装修我们假定有90%的购房者会购置家电以当年我国家电渗透率为基准，2019年洗、冰每百户分别为96.15和98.8台，空调为129.9台每百户，排油烟机为73.05台每百户。一二线城市新增地产推动占比

年份

电冰箱

洗衣机

空调器

排油烟机

2012

5.46%

8.69%

6.84%1

14.25%

2013

5.06%

7.41%

5.18%

11.46%

2014

6.01%

8.34%

5.30%

10.87%

2015

6.73%

8.28%

6.40%1

11.42%

2016

7.59%

8.52%

7.61%

11.97%

2017

8.26%

8.16%

5.48%

10.71%

数据来源：公开资料整理三四线城市新增地产推动占比

年份

电冰箱

洗衣机

空调器

排油烟机

2012

9.21%

14.65%

11.55%

24.03%

2013

8.93%

13.09%

9.15%

20.24%

2014

10.38%

14.40%

9.15%

18.78%

2015

11.20%

13.78%

10.66%

19.03%

2016

12.38%

13.91%

12.42%

19.53%

2017

15.66%1

15.47%

10.39%

20.28%

数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国空调家电市场深度分析与市场调查预测报告》共十六章。首先介绍了空调家电相关概念及发展环境，接着分析了中国空调家电规模及消费需求，然后对中国空调家电市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国空调家电面临的机遇及发展前景。您若想对中国空调家电有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 2019年国际空调及主要市场行业发展状况剖析

2.1 2019年世界空调行业发展概况

2.1.1 世界空调产业链发展状况

2.1.2 国际空调市场格局面临调整

2.1.3 2019年全球空调行业发展简析

2.1.4 2019年全球空调市场发展态势

2.2 国外主要空调市场发展概况

2.2.1 欧洲市场

2.2.2 北美市场

2.2.3 拉美市场

2.2.4 东南亚市场

2.2.5 中东市场

第三章2019年世界主要国家空调行业运行形势分析

3.1 美国

3.1.1 美国空调市场发展概况

- 3.1.2 2019年美国空调市场行情简析
- 3.1.3 2019年美国实施空调限制氟氯烃使用新规
- 3.1.4 美国企业开发新型太阳能制冷空调
- 3.1.5 美国空调节能法规及新技术
- 3.2 日本
 - 3.2.1 日本空调能效标准发展历程
 - 3.2.2 日本空调品牌定位高端市场
 - 3.2.3 2019年日本家用空调出货量下降
 - 3.2.4 日本空调厂商加大节能空调研发力度
- 3.3 其他国家
 - 3.3.1 英国空调市场发展简况
 - 3.3.2 意大利成为欧洲重要空调出口市场
 - 3.3.3 2019年澳大利亚实施空调能效新标准
 - 3.3.4 2019年印度空调市场投资升温
 - 3.3.5 阿联酋空调市场持续增长

第四章 2019年中国空调行业发展动态分析

- 4.1 中国空调行业发展概况
 - 4.1.1 我国空调行业发展阶段
 - 4.1.2 中国空调市场发展综述
 - 4.1.3 我国空调消费市场趋于成熟
 - 4.1.4 国内空调市场品牌集中度不断提升
 - 4.1.5 我国制冷空调行业总体发展状况
- 4.2 2019年中国空调市场的发展
 - 4.2.1 2019年我国空调市场发展简述
 - 4.2.2 2019年中国空调产量突破1亿台
 - 4.2.3 2019年我国空调行业产能扩张加剧
 - 4.2.4 2019年国内空调企业发力非洲市场
 - 4.2.5 2019年主要空调企业发展策略比较
- 4.3 2018-2024年中国房间空气调节器产量统计分析
 - 4.3.1 2018-2024年全国房间空气调节器产量分析
 - 4.3.2 2019年全国及主要省份房间空气调节器产量分析

4.3.3 2019年房间空气调节器产量集中度分析

4.4 农村空调市场

消费升级带动油烟机、燃气灶会成为必需品，以保有量较高的空、洗、冰为例，厨电大家电距达到“一户一机”的保有量水平仍有一定差距，我们认为城镇每百户仍有20台以上的渗透空间，尤其是乡村渗透潜力巨大。2016年中国油烟机出货量2,223万台，但市场仍处于成长期，以每年20%的增速计算，到2020年油烟机市场年出货量会在4,000万台以上。厨房大家电渗透空间可观

数据来源：公开资料整理

4.4.1 中国农村空调市场潜力巨大

4.4.2 我国农村空调市场发展特征

4.4.3 农村市场支撑空调业持续增长

4.4.4 空调企业争抢农村市场份额

4.4.5 拓展农村空调市场的策略措施

4.5 中国空调行业技术研发进展状况

4.5.1 国内外空调产业专利技术竞争态势

4.5.2 我国制冷空调技术研发进展简析

4.5.3 中国空调节能技术取得重大突破

4.5.4 我国空调产业面临潜在技术危机

4.6 空调行业存在的问题及发展对策

4.6.1 中国空调行业存在的主要问题

4.6.2 制约我国空调行业发展的因素

4.6.3 中国空调产业资金链面临的挑战

4.6.4 标识混乱制约我国空调行业良性发展

4.7 促进空调行业发展的策略建议

4.7.1 国内空调企业加快发展的对策思路

4.7.2 国内制冷空调行业发展重点及战略

4.7.3 国家政策引导解决空调行业结构性矛盾

4.7.4 加快中国空调行业发展的政策建议

第五章 2018-2024年中国家用空气调节器制造行业数据监测分析

5.1 2018-2024年中国家用空气调节器制造行业规模分析

5.1.1 企业数量增长分析

- 5.1.2 从业人数增长分析
- 5.1.3 资产规模增长分析
- 5.2 2019年中国家用空气调节器制造行业结构分析
 - 5.2.1 企业数量结构分析
 - 5.2.2 销售收入结构分析
- 5.3 2018-2024年中国家用空气调节器制造行业产值分析
 - 5.3.1 产成品增长分析
 - 5.3.2 工业销售产值分析
 - 5.3.3 出口交货值分析
- 5.4 2018-2024年中国家用空气调节器制造行业成本费用分析
 - 5.4.1 销售成本统计
 - 5.4.2 费用统计
- 5.5 2018-2024年中国家用空气调节器制造行业盈利能力分析
 - 5.5.1 主要盈利指标分析
 - 5.5.2 主要盈利能力指标分析

第六章 2019年中国空调细分产品市场剖析——中央空调

- 6.1 中央空调概述
 - 6.1.1 中央空调的工作原理
 - 6.1.2 家用中央空调
 - 6.1.3 商用中央空调
- 6.2 中国中央空调行业发展概况
 - 6.2.1 我国中央空调产业的发展概况
 - 6.2.2 中国中央空调行业总体特征
 - 6.2.3 我国中央空调发展面临的挑战
 - 6.2.4 我国中央空调产业亟需整合升级
- 6.3 中国中央空调市场分析
 - 6.3.1 市场走势
 - 6.3.2 整体特征
 - 6.3.3 细分市场
 - 6.3.4 品牌格局
- 6.4 中国主要省市中央空调市场简析

- 6.4.1 广东市场
- 6.4.2 江苏市场
- 6.4.3 上海市场
- 6.4.4 浙江市场
- 6.4.5 北京市场
- 6.5 中央空调节能技术分析
 - 6.5.1 空调设计中关键环节的节能控制
 - 6.5.2 中央空调使用过程中的节能措施
 - 6.5.3 加强中央空调的日常节能管理
- 6.6 中央空调行业未来发展趋势
 - 6.6.1 技术趋势
 - 6.6.2 产品趋势
 - 6.6.3 市场需求趋势
 - 6.6.4 行业结构趋势
 - 6.6.5 品牌集中度提高的趋势

第七章 2019年中国空调细分产品市场剖析——家用空调

- 7.1 中国家用空调市场概况
 - 7.1.1 我国家用空调产品外观演变进程
 - 7.1.2 中国家用空调行业发展回顾
 - 7.1.3 国内家用空调市场调整步伐加快
 - 7.1.4 中国家用空调业从规模竞争转向多重博弈
- 7.2 2018-2024年中国家用空调业发展分析
 - 7.2.1 2019年中国家用空调行业平稳增长
 - 7.2.2 经济危机对中国家用空调行业的影响
 - 7.2.3 2019年我国家用空调市场发展简析
 - 7.2.4 2019年上半年家用空调市场持续增长
 - 7.2.5 2019年我国家用空调产销状况
- 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 中国家用空调业存在的主要问题

7.4.2 我国家用空调业面临能源环境问题

7.4.3 拓展我国家用空调市场的对策

7.4.4 改进家用空调产品设计的创新思路

第八章 2019年中国空调细分产品市场剖析——变频空调

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 我国变频空调行业发展历程

8.2.2 中国变频空调行业发展迅猛

8.2.3 2019年国内变频空调产业快速增长

8.2.4 2019年我国变频空调内销市场简述

8.2.5 我国变频空调行业迎来发展新契机

8.3 中国变频空调市场分析

8.3.1 变频空调市场规模不断扩张

8.3.2 变频空调价格渐趋平民化

8.3.3 变频空调市场的主要品牌

8.3.4 变频空调市场品牌集中度不断提升

8.4 变频空调技术

8.4.1 变频空调技术的发展阶段

8.4.2 中国变频空调技术水平不断升级

8.4.3 我国主要变频空调企业的技术路线

8.4.4 中国变频空调控制技术发展方向简析

第九章 2019年中国空调细分产品市场剖析——户式中央空调

9.1 户式中央空调简述

9.1.1 户式中央空调的型式

9.1.2 户式中央空调的特点

- 9.1.3 户式中央空调的应用
- 9.1.4 与家用分体空调的区别
- 9.2 主要户式中央空调系统
 - 9.2.1 冷、热水系统
 - 9.2.2 多联机系统
 - 9.2.3 风管式系统
- 9.3 中国户式中央空调行业总体分析
 - 9.3.1 中国家用小型中央空调发展要求
 - 9.3.2 我国户式中央空调市场潜力较大
 - 9.3.3 户式中央空调行业发展思路
- 9.4 户式中央空调的安装及维护
 - 9.4.1 户式中央空调的选择原则
 - 9.4.2 户式中央空调的安装
 - 9.4.3 户式中央空调的安装验收
 - 9.4.4 户式中央空调的维护管理
- 9.5 户式中央空调市场需求前景
 - 9.5.1 户式中央空调产品需求将增大
 - 9.5.2 需求的地域范围合理扩大
 - 9.5.3 需求层次呈现多样化发展趋势
 - 9.5.4 潜在市场发展空间巨大

第十章 2019年中国空调市场营销策略分析

- 10.1 空调营销面临市场变局
 - 10.1.1 消费者趋于理性消费
 - 10.1.2 潜规则基础已经动摇
 - 10.1.3 流通格局今非昔比
 - 10.1.4 市场增长点已经转移
 - 10.1.5 可支配资源逐渐减少
- 10.2 空调营销渠道分析
 - 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 新型营销渠道趋向扁平化
- 10.3 空调营销中存在的不足
 - 10.3.1 营销渠道竞争无序
 - 10.3.2 营销效率低下
 - 10.3.3 目标市场同质化
 - 10.3.4 渠道创新不足
- 10.4 中国空调行业营销策略
 - 10.4.1 空调行业产品营销策略
 - 10.4.2 空调营销的合作思路
 - 10.4.3 中小空调企业营销策略
 - 10.4.4 空调厂商须全方位提升服务水平
- 10.5 空调营销案例介绍
 - 10.5.1 格力空调的“简单化”营销
 - 10.5.2 美的空调的品牌营销
 - 10.5.3 海信空调的“诚信”营销
 - 10.5.4 海尔中央空调的奥运营销

第十一章 2019年中国空调业部分区域市场格局分析

- 11.1 山东
 - 11.1.1 山东中央空调市场总体分析
 - 11.1.2 山东空调市场的渠道特征
 - 11.1.3 2019年山东中央空调市场发展分析
 - 11.1.4 山东地区燃气空调推广面临瓶颈
- 11.2 江苏
 - 11.2.1 江苏省空调市场发展综述
 - 11.2.2 2019年江苏中央空调市场发展特征
 - 11.2.3 2019年江苏苏州市空调业发展简况
 - 11.2.4 2019年江苏无锡市空调业发展简况
 - 11.2.5 2019年江苏南通市空调业发展简况
- 11.3 上海
 - 11.3.1 上海空调业渠道发展进程简析

- 11.3.2 上海空调市场发展综述
- 11.3.3 2019年上海中央空调市场格局状况
- 11.3.4 上海市将变频空调列入节能补贴范围
- 11.3.5 “十二五”期间上海将更新高能耗家用空调
- 11.4 浙江
 - 11.4.1 浙江地区商用空调市场介绍
 - 11.4.2 浙江空调市场发展综述
 - 11.4.3 2019年浙江中央空调市场发展特征
 - 11.4.4 2019年浙江宁波市空调市场发展状况
 - 11.4.5 浙江水源热泵空调市场迎来发展机遇
- 11.5 广东
 - 11.5.1 广东地区空调市场基本情况
 - 11.5.2 2019年广东省中央空调市场综述
 - 11.5.3 2019年广东口岸空调出口大幅增长
 - 11.5.4 2019年广东东莞市空调市场发展简况
 - 11.5.5 广东空调企业积极加强渠道竞争

第十二章 2019年中国空调行业市场竞争态势分析

- 12.1 2019年中国空调行业竞争概述
 - 12.1.1 中国空调行业竞争简况
 - 12.1.2 空调流通渠道竞争环境分析
 - 12.1.3 空调行业竞争逐步进入良性轨道
 - 12.1.4 我国空调业两大阵营已初步形成
 - 12.1.5 空调业竞争加速品牌格局调整
 - 12.1.6 17年企业群体主导中国空调业升级
- 12.2 2019年中国空调行业竞争态势分析
 - 12.2.1 空调市场回归规模化竞争
 - 12.2.2 空调行业竞争趋向差异化
 - 12.2.3 高端定速与低端变频空调竞争加剧
 - 12.2.4 空调售后服务竞争不断升级
 - 12.2.5 标准之争渐成空调厂商博弈重点
- 12.3 2019年中国空调市场中外竞争分析

- 12.3.1 中国空调市场中外品牌发展模式比较
- 12.3.2 外资空调品牌在中国的发展进入整合期
- 12.3.3 外资品牌加入中国变频空调市场之争
- 12.3.4 本土空调企业积极拓展海外市场
- 12.4 2019年中国空调行业竞争模型分析
 - 12.4.1 波特模型分析
 - 12.4.2 SWOT模型分析
 - 12.4.3 SCOR模型
- 12.5 2019年中国空调行业竞争策略分析
 - 12.5.1 谨慎选择目标市场
 - 12.5.2 确定市场切入点
 - 12.5.3 集中资源形成相对竞争优势
 - 12.5.4 进行必要的组织变革和培训
 - 12.5.5 亟须切换竞争新模式

第十三章 中国空调行业重点企业竞争性财务数据分析

- 13.1 珠海格力电器股份有限公司
 - 13.1.1 企业概况
 - 13.1.2 企业主要经济指标分析
 - 13.1.3 企业盈利能力分析
 - 13.1.4 企业偿债能力分析
- 13.2 广东美的电器股份有限公司
 - 13.2.1 企业概况
 - 13.2.2 企业主要经济指标分析
 - 13.2.3 企业盈利能力分析
 - 13.2.4 企业偿债能力分析
- 13.3 海信科龙电器股份有限公司
 - 13.3.1 企业概况
 - 13.3.2 企业主要经济指标分析
 - 13.3.3 企业盈利能力分析
 - 13.3.4 企业偿债能力分析
- 13.4 青岛海尔股份有限公司

13.4.1 企业概况

13.4.2 企业主要经济指标分析

13.4.3 企业盈利能力分析

13.4.4 企业偿债能力分析

13.5 广东志高空调有限公司

13.5.1 企业概况

13.5.2 企业主要经济指标分析

13.5.3 企业盈利能力分析

13.5.4 企业偿债能力分析

第十四章 2019年中国空调压缩机行业分析

14.1 空调压缩机概述

14.1.1 空调压缩机定义及特点

14.1.2 空调压缩机的分类

14.1.3 空调压缩机的工作原理

14.2 中国压缩机行业发展概况

14.2.1 我国压缩机行业发展历程

14.2.2 国内压缩机市场整合加速

14.2.3 中国压缩机行业面临的挑战及策略

14.2.4 中国压缩机行业标准体系构成情况

14.3 中国空调压缩机行业总体分析

14.3.1 我国空调压缩机产能持续扩张

14.3.2 我国空调压缩机销量大幅增长

14.3.3 我国空调压缩机市场需求状况

14.3.4 国内空调压缩机销售模式分析

14.3.5 日系品牌抢夺中国空调压缩机市场份额

14.4 汽车空调压缩机

14.4.1 汽车空调压缩机的概念及分类

14.4.2 我国汽车空调压缩机的发展历程

14.4.3 中国汽车空调压缩机市场分析

14.4.4 我国乘用车空调压缩机行业发展特点

第十五章 影响中国空调行业发展的相关政策

15.1 标准规范

15.1.1 变频空调国家强制性能效标准启用

15.1.2 多联式空调机能效强制性标准实施

15.1.3 2019年我国定频空调能效新标准实施

15.1.4 2019年中国空调业三大服务标准实施

15.1.5 2019年全面禁用氟利昂类物质对空调业的影响

15.2 家电下乡政策

15.2.1 《家电下乡操作细则》

15.2.2 家电下乡政策带动空调内销市场发展

15.2.3 家电下乡政策加速国内空调市场洗牌

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 家电以旧换新政策拉动千亿内需市场

15.3.4 以旧换新成空调市场发展新动力

15.3.5 以旧换新推动我国空调业进入节能时代

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 高效节能空调推广目录简析

15.4.3 节能补贴新政助力空调市场发展

15.4.4 节能空调补贴政策加速产业升级步伐

15.4.5 2019年高效节能空调推广补贴政策调整

第十六章 2020-2026年中国空调行业发展趋势及前景展望分析

16.1 空调行业未来发展趋势

16.1.1 我国空调行业的发展趋势

16.1.2 国内空调市场两极化趋势将加速

16.1.3 空调销售渠道趋向多元化

16.1.4 空调室外机向小型化转变

16.2 2020-2026年中国空调行业发展方向

16.2.1 节能技术

16.2.2 绿色环保

16.2.3 健康舒适

16.3 2020-2026年中国空调行业前景展望

16.3.1 2020-2026年中国空调行业预测分析

16.3.2 高能效空调发展潜力巨大

16.3.3 燃气空调应用前景看好

16.3.4 太阳能空调市场发展前景广阔

图表目录：

图表：2019年国内空调市场不同产品市场份额情况

图表：2019年中国空调市场关注度对比

图表：2019年中国市场最受用户关注的十大空调品牌关注度分布情况

图表：2019年空调市场最受用户关注十款产品

图表：2019年中国市场不同类型空调关注分布

图表：2019年不同类型空调关注度走势对比

图表：2019年不同功率空调产品关注比例分布

图表：2019年变频与非变频空调关注度走势对比

图表：2019年中国市场不同价位段空调关注分布

图表：2018-2024年全国房间空气调节器产量分析

图表：2019年全国及主要省份房间空气调节器产量分析

图表：2019年房间空气调节器产量集中度分析

图表：2019年我国家用空调产销数据

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202004/160322.html>