

# 2018年中国家用中央空调行业分析报告- 市场深度调研与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国家用中央空调行业分析报告-市场深度调研与发展趋势预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/kongtiao/331176331176.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

随着中国经济的飞速发展，空调销量整体呈上升趋势。2017年7月，空调销量为1396万台，同比增长52.4%。作为重要组成部分的中央空调，近年来随着空调行业的迅猛发展，增速显著。

受整体经济环境影响，中央空调在公建市场销量受限，厂商纷纷将重心转移至家装零售市场。2014至2016年家装零售市场中央空调市场容量依次为150、170、220亿元。2017年上半年市场容量已达到160亿元，全年市场容量创造历史新高基调已定。多联机空调依旧为中央空调销售主体，2017年上半年多联机空调销售额占总额68.8%，较2016年整年度提高0.6%。2017年上半年中央空调市场容量为240亿，其中家装零售和工程项目类分别为160亿、80亿，家装市场较2016年同期同比增长50%，项目类同比增长10%。在家装零售渠道销量快速增长拉动下，2017年上半年中央空调行业市场销售额已突破430亿，较2016年同期同比增长22.9%，为近几年市场容量最高值。目前空调市场的高速发展主要由以下多种因素综合形成：1.核心消费区域高温期提前、极端高温天气数破极值；2.消费结构升级，终端用户审美提升；3.国内地产开发商精装修配套比例逐渐提升；4.家用零售领域竞争对手增加导致市场不断扩容；5.主流企业开始尝试电商平台渗透推广；6.厂商通过优化成本，每年降低3%的空调单价持续刺激市场交易。

推动消费者选择中央空调的原因可以总结为以下四点：1.价格劣势逐步消除。中央空调为适应中小户型需求，通过减配降低价格。加之分体壁挂机价格的上涨，二者价格差距逐步缩小。

2.空间占用量优于传统机型。中央空调安装可隐藏在吊顶内，占用较小空间，降低压抑感。考虑大规模使用空调地区，如华东、华南等地区每平米地价较高，使用中央空调显著优于使用传统机型。

3.基于对美观的考虑。现在房价较高，如何在小空间内设计出层次感成为困扰住户和设计师的一个问题。而中央空调和住房的融合度最高。

4.基于对舒适度的考虑。中央空调安装在层顶，使用者身处空气互流区，感觉较舒适。而传统空调出风范围小，存在直吹现象且调温不均匀。

基于以上四点原因，相对传统机型，中央空调性价比显著提升，较小户型已经开始考虑使用中央空调。区域家装零售市场容量显示，发展较早的华东、华南地区以47.8%、14.6

%的占有率排在前两位；华中地区作为后起之秀，市场占有率从2016年底的9.3%上升至现阶段的13.4%，位居第三。考虑后续发展进程，较早发展市场将逐步趋稳、新市场开发力度加大，中央空调家装零售市场有望保持高速发展。

目前中央空调零售市场占有率排名前五的品牌分别是大金、日立、格力、美的和东芝。1993年进入中国市场的行业领头羊大金依靠其在华东区域长期积累的优势，近两年持续平稳发展。日立则凭借本土化营销模式和对经销商的大力支持迅速抢占市场。格力和美的作为国产品牌的代表，依托分体空调、网店和渠道布局广的优势发展迅猛。原以公建市场为主的东芝短期内专注深攻家装领域，市场表现值得长期关注。各大厂商在技术领域已不存在特别明显的差距，售后及渠道支持会是影响未来市场份额的关键。受政策影响，中央空调市场未来在工程项目方向的增长将逐步趋于平稳，家装零售市场短期内仍有望保持高速发展势头。（GYTYM）

观研天下发布的《2018年中国家用中央空调行业分析报告-市场深度调研与发展趋势预测》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家用中央空调交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、家用中央空调T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2015-2017年中国家用中央空调行业发展概述

#### 第一节 家用中央空调行业发展情况概述

- 一、家用中央空调行业相关定义
- 二、家用中央空调行业基本情况介绍
- 三、家用中央空调行业发展特点分析

## 第二节 中国家用中央空调行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、家用中央空调行业产业链条分析
- 三、中国家用中央空调行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

## 第三节 中国家用中央空调行业生命周期分析

- 一、家用中央空调行业生命周期理论概述
- 二、家用中央空调行业所属的生命周期分析

## 第四节 家用中央空调行业经济指标分析

- 一、家用中央空调行业的赢利性分析
- 二、家用中央空调行业的经济周期分析
- 三、家用中央空调行业附加值的提升空间分析

## 第五节 中国家用中央空调行业进入壁垒分析

- 一、家用中央空调行业资金壁垒分析
- 二、家用中央空调行业技术壁垒分析
- 三、家用中央空调行业人才壁垒分析
- 四、家用中央空调行业品牌壁垒分析
- 五、家用中央空调行业其他壁垒分析

## 第二章 2015-2017年全球家用中央空调行业市场发展现状分析

### 第一节 全球家用中央空调行业发展历程回顾

### 第二节 全球家用中央空调行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲家用中央空调行业地区市场分析

- 一、亚洲家用中央空调行业市场现状分析
- 二、亚洲家用中央空调行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲家用中央空调行业市场前景分析

### 第四节 北美家用中央空调行业地区市场分析

- 一、北美家用中央空调行业市场现状分析
- 二、北美家用中央空调行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美家用中央空调行业市场前景分析

### 第五节 欧盟家用中央空调行业地区市场分析

- 一、欧盟家用中央空调行业市场现状分析
- 二、欧盟家用中央空调行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟家用中央空调行业市场前景分析

### 第六节 2018-2024年世界家用中央空调行业分布走势预测

## 第七节 2018-2024年全球家用中央空调行业市场规模预测

### 第三章 2015-2017年中国家用中央空调产业发展环境分析

#### 第一节 我国宏观经济环境分析

##### 一、中国GDP增长情况分析

##### 二、工业经济发展形势分析

##### 三、社会固定资产投资分析

##### 四、全社会消费品零售总额

##### 五、城乡居民收入增长分析

##### 六、居民消费价格变化分析

##### 七、对外贸易发展形势分析

#### 第二节 中国家用中央空调行业政策环境分析

##### 一、行业监管体制现状

##### 二、行业主要政策法规

#### 第三节 中国家用中央空调产业社会环境发展分析

##### 一、人口环境分析

##### 二、家用中央空调环境分析

##### 三、文化环境分析

##### 四、生态环境分析

##### 五、消费观念分析

### 第四章 2015-2017年中国家用中央空调行业运行情况

#### 第一节 中国家用中央空调行业发展状况情况介绍

##### 一、行业发展历程回顾

##### 二、行业创新情况分析

##### 三、行业发展特点分析

#### 第二节 中国家用中央空调行业市场规模分析

#### 第三节 中国家用中央空调行业供应情况分析

#### 第四节 中国家用中央空调行业需求情况分析

#### 第五节 中国家用中央空调行业供需平衡分析

#### 第六节 中国家用中央空调行业发展趋势分析

### 第五章 中国家用中央空调所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国家用中央空调所属行业总体规模分析

##### 一、企业数量结构分析

##### 二、行业资产规模分析

#### 第二节 中国家用中央空调所属行业产销与费用分析

##### 一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国家用中央空调所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国家用中央空调市场格局分析

第一节 中国家用中央空调行业竞争现状分析

一、中国家用中央空调行业竞争情况分析

二、中国家用中央空调行业主要品牌分析

第二节 中国家用中央空调行业集中度分析

一、中国家用中央空调行业市场集中度分析

二、中国家用中央空调行业企业集中度分析

第三节 中国家用中央空调行业存在的问题

第四节 中国家用中央空调行业解决问题的策略分析

第五节 中国家用中央空调行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2015-2017年中国家用中央空调行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国家用中央空调行业消费特点

第二节 中国家用中央空调行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

##### 第二节 家用中央空调行业成本分析

##### 第三节 家用中央空调行业价格影响因素分析

###### 一、供需因素

###### 二、成本因素

###### 三、渠道因素

###### 四、其他因素

##### 第四节 中国家用中央空调行业价格现状分析

##### 第五节 中国家用中央空调行业平均价格走势预测

###### 一、中国家用中央空调行业价格影响因素

###### 二、中国家用中央空调行业平均价格走势预测

###### 三、中国家用中央空调行业平均价格增速预测

#### 第八章 2015-2017年中国家用中央空调行业区域市场现状分析

##### 第一节 中国家用中央空调行业区域市场规模分布

##### 第二节 中国华东地区家用中央空调市场分析

###### 一、华东地区概述

###### 二、华东地区经济环境分析

###### 三、华东地区家用中央空调市场规模分析

###### 四、华东地区家用中央空调市场规模预测

##### 第三节 华中地区市场分析

###### 一、华中地区概述

###### 二、华中地区经济环境分析

###### 三、华中地区家用中央空调市场规模分析

###### 四、华中地区家用中央空调市场规模预测

##### 第四节 华南地区市场分析

###### 一、华南地区概述

###### 二、华南地区经济环境分析

###### 三、华南地区家用中央空调市场规模分析

#### 第九章 2015-2017年中国家用中央空调行业竞争情况

##### 第一节 中国家用中央空调行业竞争结构分析（波特五力模型）

###### 一、现有企业间竞争

###### 二、潜在进入者分析

###### 三、替代品威胁分析

###### 四、供应商议价能力

###### 五、客户议价能力

## 第二节 中国家用中央空调行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

## 第三节 中国家用中央空调行业竞争环境分析（家用中央空调T）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 家用中央空调行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
  - 1、主要经济指标情况
  - 2、企业盈利能力分析
  - 3、企业偿债能力分析
  - 4、企业运营能力分析
  - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

### 第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
  - 1、主要经济指标情况
  - 2、企业盈利能力分析
  - 3、企业偿债能力分析
  - 4、企业运营能力分析
  - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

### 第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国家用中央空调行业发展前景分析与预测

第一节 中国家用中央空调行业未来发展前景分析

一、家用中央空调行业国内投资环境分析

二、中国家用中央空调行业市场机会分析

三、中国家用中央空调行业投资增速预测

第二节 中国家用中央空调行业未来发展趋势预测

第三节 中国家用中央空调行业市场发展预测

一、中国家用中央空调行业市场规模预测

二、中国家用中央空调行业市场规模增速预测

三、中国家用中央空调行业产值规模预测

四、中国家用中央空调行业产值增速预测

五、中国家用中央空调行业供需情况预测

第四节中国家用中央空调行业盈利走势预测

一、中国家用中央空调行业毛利润同比增速预测

二、中国家用中央空调行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国家用中央空调行业投资风险与营销分析

第一节 家用中央空调行业投资风险分析

一、家用中央空调行业政策风险分析

二、家用中央空调行业技术风险分析

三、家用中央空调行业竞争风险分析

四、家用中央空调行业其他风险分析

第二节 家用中央空调行业企业经营发展分析及建议

一、家用中央空调行业经营模式

二、家用中央空调行业销售模式

三、家用中央空调行业创新方向

第三节 家用中央空调行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国家用中央空调行业发展策略及投资建议

第一节 中国家用中央空调行业品牌战略分析

一、家用中央空调企业品牌的重要性

二、家用中央空调企业实施品牌战略的意义

三、家用中央空调企业品牌的现状分析

四、家用中央空调企业的品牌战略

五、家用中央空调品牌战略管理的策略

第二节 中国家用中央空调行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国家用中央空调行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国家用中央空调行业发展策略及投资建议

第一节中国家用中央空调行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国家用中央空调行业定价策略分析

第二节中国家用中央空调行业营销渠道策略

一、家用中央空调行业渠道选择策略

二、家用中央空调行业营销策略

第三节中国家用中央空调行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国家用中央空调行业重点投资区域分析

二、中国家用中央空调行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/kongtiao/331176331176.html>