

2017-2022年中国中央空调 市场现状研究及未来前景趋势预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国中央空调市场现状研究及未来前景趋势预测报告》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.abaogao.com/b/kongdiao/883827V1OE.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

中央空调系统由一个或多个冷热源系统和多个空气调节系统组成。采用液体汽化制冷的原理为空气调节系统提供所需冷量，用以抵消室内环境的热负荷；制热系统为空气调节系统提供所需热量，用以抵消室内环境冷负荷。制冷系统是中央空调系统至关重要的部分，其采用种类、运行方式、结构形式等直接影响了中央空调系统在运行中的经济性、高效性、合理性。

由于中央空调在技术上完全可以满足小型化和小制冷量的要求，从而在家用消费领域存在扩大的趋势。2010年行业市场规模达到450亿元，2011年进一步扩大，仅上半年市场规模就达300亿元，同比增长达40%以上。

市场占有率超过10%的企业包括大金、美的、格力，构成我国中央空调行业的第一梯队；美资四大冷水机组企业约克、开利、特灵、麦克维尔继续稳居第二梯队，在冷水机组市场中的优势仍然十分明显，并且在短期内难以被逾越，同样身处第二梯队的还有海信日立，作为专业变频多联机组企业，海信日立在专业化发展战略下保持了快速的增长。行业销售专业人员认为，从2011年上半年度各大类产品的占有率情况与2011年度对比来看，各大类产品的占有率情况较为稳定，波动平缓。不过其中仍然表现出值得关注的变化：多联机组和水地源热泵的整体占有率均略有下降，单元机组的占有率则有明显上升，这一现象说明了已经成为中国中央空调行业最重要产品形式的多联机组已经达到了一定的市场高峰，水地源热泵产品经历了高速增长之后逐渐归于冷静，而在国内家电系企业格力、美的等企业的推动下，单元机组大幅放量，增长尤为迅速。

商用中央空调的结构与家用中央空调大体相同。之所以区分成商用与家用，主要由于功率差距大所形成的不同的制冷形式。家用中央空调以一体式转子式压缩机、螺杆式压缩机等为主，而大型商用中央空调主要以离心式压缩机和大型螺杆压缩机为主。此外，商用中央空调系统的控制，管路的自动调控，空气的除湿、加湿、卫生处理等要比家用中央空调复杂得多，且牵扯分户计费等问题。商用中央空调是特殊的项目性工程，随着社会市场需求的持续扩大，企业间竞争正在加剧，商用中央空调行业在市场、品牌、产品、销售渠道、服务等方面将会持续以下转变。服务逐渐技术化。对大型的商用空调项目的服务绝不仅仅是简单操作，而需要大量专业技术保障。技术与服务总是相辅相成的，对厂商来说则要通过提高技术含金量来提高服务质量，如海尔等企业相继应用远程控制系统，在很大程度上提高了其服务质量和效率，而其产生的意义将会反作用于市场需求，进一步提升企业的品牌竞争力，更好地开发市场潜力。

家用中央空调的特点：

(1) 高效节能：采用模块化主机，根据设置自动调节制冷量。合理的将白天生活和晚上生活区域分别安装空调，室内及分区控制，各个室内及独立运行，分别调节各个区域内的空气。

(2) 家用中央空调舒适感好：采用集中空调的设计方法，送风量大，送风温差小，房间温度均匀。送风方式多样化，不同于分体式空调一样只有一种送风方式，家用中央空调可以实现多种送风方式，能够根据房型的具体情况制定不同的方案，增强人体的舒适性。

(3) 外型美观：可根据用户需求与喜好，实施从设计到安装的综合解决方案。系统采用暗装方式，能配合室内的高档装修。同时由于室外机组的合理安置也不会破坏建筑物的整体外型美观。

(4) 四季运行：夏季,制冷机组运行，实现冷调节；冬季,冷机配合热源共同使用，可以实现冬季采暖。在春秋两季可以用新风直接送风，达到节能，舒适的效果。

(5) 运行宁静：采用主机和室内机分离的安装方式，送风回风系统设计合理，保证了宁静的家居环境

(6) 卫生要求好：同中央空调一样，能够合理补充新风，配合厨房、卫生间的排风，保证室内空气的新鲜卫生，还可以四季换气，满足人体的卫生要求。这些都是分体式空调所不能实现的。

(7) 灵活方便：根据用户需要可以将一台设备以切换方式为两个环境提供冷气。

(8) 制热运行因地制宜：可以使用集中供热的水，也可安装小型挂墙式燃气热水器作为能源，实用热水盘管冬季采暖。可以使用热泵式空调机采暖。在热量不足时，用燃气热水器及热水盘管加热。

市场上中央空调不管是品牌还是产品系列繁多，要区分不容易，购买时多看技术参数就可以了，下面这些由上海群坛工程师提供的技术参数都是经常见到的，要认真看哟，不然被忽悠了就不好了，不过大体上也是贵的好点。输入功率：简单的说就是耗电多少，和制冷量是两个概念，输入功率可以看空调的铭牌。不过标称的是最大输入功率，也就是满负荷的耗电量。制冷量：空调所提供的冷量，即为常说的空调几匹（ $2500W=1匹$ ），一般家用的为 $200W$ 每平方米，例如：房间为 12 平方米，需要的制冷量为 $12m^2 \times 200W/m^2 = 2400W \approx 1匹$ ，即 12 平方米房间需要 $1匹$ 的空调。冷量配比：室内末端与室外主机的的比值。例如：室内末端冷量总和为 $20KW$ ，按同时开机率 70% ，即 $20KW \times 70\% = 14KW$ ，再根据实际机型取大原则可能用上 $15KW$ 或者 $16KW$ 左右的室外主机，如果同时使用率达到 $80\%-90\%$ ，就会配 $19KW$ 左右的室外主机。

2015年12月我国空调产量为 $1,286.60$ 万台，同比增长 0% 。

以下为2015-2016年我国空调产量统计表： - 空调(万台) - - 时间 年度累计 同比增长率(%) 当月

| | | | | | | | |
|----------|-----------|-------|----------|----------|-----------|-------|----------|
| 2015年12月 | 15,649.80 | 0 | 1,286.60 | 2015年11月 | 14,416.70 | -0.4 | 1,072.20 |
| 2015年10月 | 13,348.31 | -0.11 | 1,005.33 | 2015年9月 | 12,386.05 | 0.95 | 1,072.44 |
| 2015年8月 | 11,263.49 | 1.47 | 1,053.06 | 2015年7月 | 10,213.99 | 2.39 | 1,213.65 |
| 2015年6月 | 9,001.80 | 2.78 | 1,660.31 | 2015年5月 | 7,314.67 | 2.42 | 1,676.84 |
| 2015年4月 | 5,637.50 | 2.02 | 1,798.12 | 2015年3月 | 3,854.97 | -1.47 | 1,720.78 |
| 2015年2月 | 2,095.40 | -7 | -- | 2014年12月 | 15,716.93 | 11.46 | 1,280.57 |
| 2014年11月 | 14,516.00 | 13.77 | 1,142.25 | 2014年10月 | 13,397.77 | 13.32 | 1,101.28 |
| 2014年9月 | 12,296.50 | 13.91 | 1,163.63 | 2014年8月 | 11,132.76 | 14.61 | 1,113.79 |
| 2014年7月 | 10,004.01 | 14.67 | 1,231.53 | 2014年6月 | 8,840.29 | 16.31 | 1,587.78 |
| 2014年5月 | 7,252.48 | 14.43 | 1,690.56 | 2014年4月 | 5,692.76 | 16.23 | 1,685.51 |
| 2014年3月 | 4,009.07 | 19.9 | 1,749.25 | 2014年2月 | 2,258.33 | 16.27 | -- |

-- 资料来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国中央空调市场现状研究及未来前景趋势预测报告》共十章。首先介绍了中央空调行业市场发展环境、中央空调整体运行态势等，接着分析了中央空调行业市场运行的现状，然后介绍了中央空调市场竞争格局。随后，报告对中央空调做了重点企业经营状况分析，最后分析了中央空调行业发展趋势与投资预测。您若想对中央空调产业有个系统的了解或者想投资中央空调行业，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 中国中央空调行业发展综述

1.1 中央空调行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 行业主要产品大类

1.1.3 行业在国民经济中的地位

1.2 中央空调行业统计标准

1.2.1 中央空调行业统计部门和统计口径

1.2.2 中央空调行业统计方法

1.2.3 中央空调行业数据种类

1.3 中央空调行业供应链分析

1.3.1 中央空调行业上下游产业供应链简介

1.3.2 中央空调行业下游产业链分析

- (1) 全国房地产开发投资情况分析
- (2) 全国商业地产投资情况分析
- (3) 酒店行业发展现状及趋势
- (4) 零售百货行业发展现状及趋势
- (5) 体育场馆建设发展现状及趋势
- (6) 市政工程建设行业发展状况分析
- (7) 医疗机构发展分析

1.3.3 中央空调行业上游产业供应链分析

- (1) 钢材市场运营情况与价格分析
- (2) 铜材市场运营情况与价格分析
- (3) 铝材市场运营情况与价格分析
- (4) 压缩机市场现状与趋势分析
- (5) 电力市场价格分析

第二章 中央空调行业发展状况分析

2.1 中国中央空调行业发展状况分析

2.1.1 中国中央空调行业发展总体概况

2.1.2 中国中央空调行业发展主要特点

2.1.3 中央空调行业经营情况分析

- (1) 中央空调行业经营效益分析
- (2) 中央空调行业盈利能力分析
- (3) 中央空调行业运营能力分析
- (4) 中央空调行业偿债能力分析
- (5) 中央空调行业发展能力分析

2.2 中央空调行业经济指标分析

2.2.1 中央空调行业经济指标分析

2.2.2 不同规模企业经济指标分析

2.2.3 不同性质企业经济指标分析

2.2.4 不同地区企业经济指标分析

2.3 中央空调行业供需平衡分析

2.3.1 全国中央空调行业供给情况分析

(1) 全国中央空调行业总产值分析

(2) 全国中央空调行业产成品分析

2.3.2 各地区中央空调行业供给情况分析

(1) 总产值排名前10个地区分析

(2) 产成品排名前10个地区分析

2.3.3 全国中央空调行业需求情况分析

(1) 全国中央空调行业销售产值分析

(2) 全国中央空调行业销售收入分析

2.3.4 各地区中央空调行业需求情况分析

(1) 销售产值排名前10个地区分析

(2) 销售收入排名前10个地区分析

2.3.5 全国中央空调行业产销率分析

2.4 中央空调行业进出口分析

2.4.1 中央空调行业进出口状况综述

2.4.2 中央空调行业出口分析

(1) 行业出口整体情况

(2) 行业出口产品结构

(3) 行业出口前景及建议

2.4.3 中央空调行业进口分析

(1) 行业出口整体情况

(2) 行业出口产品结构

(3) 行业进口前景及建议

第三章 中央空调行业市场环境分析

3.1 行业政策环境分析

3.1.1 行业相关政策动向

3.1.2 中央空调行业发展规划

3.2 行业经济环境分析

3.2.1 国际宏观经济环境分析

3.2.2 国内宏观经济环境分析

3.2.3 行业宏观经济环境分析

3.3 行业需求环境分析

3.3.1 行业需求特征分析

3.3.2 行业需求趋势分析

3.4 行业社会环境分析

3.4.1 行业发展与社会经济的协调

3.4.2 行业发展面临的能源瓶颈问题

3.4.3 行业发展的地区不平衡问题

3.5 行业技术环境分析

3.5.1 行业技术水平分析

3.5.2 行业主要技术分析

(1) 行业节能技术分析

1) 主要节能技术

2) 领先企业节能技术分析

(2) 行业制冷技术分析

1) 主要制冷企业

2) 领先企业制冷技术分析

(3) 行业制热技术分析

1) 主要制热技术

2) 领先企业制热技术分析

3) 行业技术发展趋势分析

第四章 中央空调行业市场竞争状况分析

4.1 全球中央空调市场竞争分析

4.1.1 全球中央空调市场分析

(1) 欧洲中央空调市场分析

(2) 北美中央空调市场分析

(3) 拉美中央空调市场分析

(4) 亚太中央空调市场分析

4.1.2 全球中央空调市场竞争分析

4.2 中国中央空调市场外资企业在华竞争

4.2.1 日本大金工业株式会社在华竞争分析

- 4.2.2 株式会社日立制作所在华竞争分析
- 4.2.3 美国约克公司在华竞争分析
- 4.2.4 美国特灵空调公司在华竞争分析
- 4.2.5 美国麦克维尔公司在华竞争分析
- 4.2.6 美国开利空调公司在华竞争分析
- 4.3 中国中央空调市场竞争分析
 - 4.3.1 中央空调市场规模分析
 - 4.3.2 国内中央空调行业竞争格局分析
 - (1) 国内中央空调行业区域竞争格局
 - 1) 整体中央空调产品区域发展与市场份额
 - 2) 冷水机组产品区域发展与市场份额
 - 3) 多联机组产品区域发展与市场份额
 - 4) 单元机产品区域发展与市场份额
 - (2) 国内中央空调行业品牌发展格局
 - 1) 整体中央空调品牌市场份额与发展分析
 - 2) 国外中央空调品牌市场份额与发展分析
 - 3) 国内中央空调品牌市场份额与发展分析
 - 4) 典型企业品牌发展与竞争分析
 - 4.3.3 中央空调行业议价能力分析
 - (1) 行业上游议价能力分析
 - (2) 行业下游议价能力分析
 - 4.3.4 国内中央空调行业潜在威胁分析
- 4.4 行业投资兼并与重组分析
 - 4.4.1 国际中央空调行业投资兼并与重组分析
 - 4.4.2 国内中央空调行业投资兼并与重组分析
 - 4.4.3 中央空调行业投资兼并与重组特征分析
 - 4.4.4 中央空调行业投资兼并与重组趋势分析
- 4.5 行业不同经济类型企业特征分析
 - 4.5.1 不同经济类型企业特征情况
 - 4.5.2 行业经济类型集中度分析

第五章 中央空调行业主要产品分析

5.1 行业主要产品结构特征

5.1.1 行业产品结构特征分析

5.1.2 行业产品结构变化趋势

5.2 行业主要产品市场分析

5.2.1 多联机组市场分析

(1) 多联机组产品市场发展情况

(2) 多联机组产品品牌发展分析

(3) 多联机组产品市场竞争分析

5.2.2 单元机市场分析

(1) 单元机产品市场发展情况

(2) 单元机产品品牌发展分析

(3) 单元机产品市场竞争分析

5.2.3 冷水机组市场分析

(1) 冷水机组产品市场发展情况

1) 离心机组产品市场发展情况

2) 风冷螺杆机组产品市场发展情况

3) 水冷螺杆机组产品市场发展情况

4) 模块机组产品市场发展情况

(2) 冷水机组产品品牌发展分析

1) 离心机组产品品牌发展分析

2) 风冷螺杆机组产品品牌发展分析

3) 水冷螺杆机组产品品牌发展分析

4) 模块机组产品品牌发展分析

(3) 冷水机组产品市场竞争分析

1) 离心机组产品市场竞争分析

2) 风冷螺杆机组产品市场竞争分析

3) 水冷螺杆机组产品市场竞争分析

4) 模块机组产品市场竞争分析

5.2.4 溴化锂机组市场分析

(1) 溴化锂机组产品市场发展情况

(2) 溴化锂机组产品品牌发展分析

(3) 溴化锂机组产品市场竞争分析

5.2.5 末端产品市场分析

- (1) 末端产品市场发展情况
- (2) 末端产品品牌发展分析
- (3) 末端产品市场竞争分析

5.2.6 水/地源热泵市场分析

- (1) 水/地源热泵市场发展情况
- (2) 水/地源热泵品牌发展分析
- (3) 水/地源热泵市场竞争分析

5.3 中国中央空调核心部件市场分析

5.3.1 中央空调压缩机市场分析

- (1) 螺杆式压缩机市场分析
 - 1) 螺杆式压缩机技术优势
 - 2) 螺杆式压缩机应用情况
 - 3) 螺杆式压缩机竞争格局
 - 4) 螺杆式压缩机供需形势
- (2) 离心式压缩机市场分析
- (3) 涡旋式压缩机市场分析
- (4) 往复式压缩机市场分析

5.3.2 中央空调末端设备市场分析

5.3.3 中央空调两器市场分析

5.3.4 中央空调膨胀阀市场分析

第六章 中国中央空调市场需求分析

6.1 中国中央空调商用市场需求分析

6.1.1 中国中央空调在政府系统中的应用

- (1) 政府系统中央空调市场规模
- (2) 政府系统中央空调应用案例
- (3) 政府系统中央空调采购模式
- (4) 政府系统中央空调需求前景

6.1.2 中国中央空调在体育场馆中的应用

- (1) 体育场馆中央空调市场规模
- (2) 体育场馆中央空调应用案例

(3) 体育场馆中央空调采购模式

(4) 体育场馆中央空调需求前景

6.1.3 中国中央空调在办公写字楼中的应用

(1) 办公写字楼中央空调市场规模

(2) 办公写字楼中央空调应用案例

(3) 办公写字楼中央空调采购模式

(4) 办公写字楼中央空调需求前景

6.1.4 中国中央空调在商务会所中的应用

(1) 商务会所中央空调市场规模

(2) 商务会所中央空调应用案例

(3) 商务会所中央空调采购模式

(4) 商务会所中央空调需求前景

6.1.5 中国中央空调在医疗体系中的应用

(1) 医疗体系中央空调市场规模

(2) 医疗体系中央空调应用案例

(3) 医疗体系中央空调采购模式

(4)、医疗体系中央空调需求前景

6.1.6 中国中央空调在金融系统中的应用

(1) 金融系统中央空调市场规模

(2) 金融系统中央空调应用案例

(3) 金融系统中央空调采购模式

(4) 金融系统中央空调需求前景

6.1.7 中国中央空调在高校系统中的应用

(1) 高校系统中央空调市场规模

(2) 高校系统中央空调应用案例

(3) 高校系统中央空调采购模式

(4) 高校系统中央空调需求前景

6.1.8 中国中央空调在交通领域的应用

(1) 交通领域中央空调市场规模

(2) 交通领域中央空调应用案例

(3) 交通领域中央空调采购模式

(4) 交通领域中央空调需求前景

6.1.9 中国中央空调在其他商业领域应用分析

6.2 中国中央空调家用市场需求分析

6.2.1 中国中央空调家用市场应用分析

6.2.2 中国中央空调家用市场需求动力分析

(1) 产品特征

(2) 技术发展因素

(3) 房地产带动市场升温

(4) 企业加大家用市场营销力度

(5) 农村市场需求旺盛

6.2.3 中国中央空调家用市场需求规模分析

6.2.4 中国中央空调家用市场需求前景分析

第七章 中国中央空调行业营销分析

7.1 行业营销模式分析

7.1.1 直效营销模式

7.1.2 分公司营销模式

7.1.3 代理及经销营销模式

7.1.4 关联营销模式

7.1.5 种营销模式比较

7.2 行业营销渠道分析

7.2.1 大卖场渠道

7.2.2 工程渠道

7.2.3 房地产渠道

7.2.4 家居市场渠道

7.2.5 自建渠道

7.2.6 网购渠道

7.3 行业营销策略分析

7.3.1 产品策略

7.3.2 价格策略

7.3.3 渠道策略

7.3.4 促销策略

7.4 行业区域市场营销分析

7.4.1 行业区域市场概况

(1) 市场现状

(2) 未来趋势

7.4.2 行业区域市场营销现状

(1) 渠道到达情况

(2) 广告宣传效果

(3) 市场反馈情况

7.4.3 行业区域市场营销策略

(1) 市场选择

(2) 渠道设置

(3) 广告营销

第八章 中央空调行业重点区域市场分析

8.1 中央空调行业区域市场总体特征

8.2 江苏省中央空调行业发展分析及预测

8.2.1 江苏省中央空调行业市场概况

8.2.2 江苏省中央空调行业发展特点

8.2.3 江苏省中央空调行业渠道分析

8.2.4 江苏省中央空调行业各品牌动向

8.3 广东省中央空调行业发展分析及预测

8.3.1 广东省中央空调行业发展概况

8.3.2 广东省中央空调行业发展特点

8.3.3 广东省中央空调行业渠道分析

8.3.4 广东省中央空调行业各品牌动向

8.4 山东省中央空调行业发展分析及预测

8.4.1 山东省中央空调行业发展概况

8.4.2 山东省中央空调行业发展特点

8.4.3 山东省中央空调行业渠道分析

8.4.4 山东省中央空调行业各品牌动向

8.5 浙江省中央空调行业发展分析及预测

8.5.1 浙江省中央空调行业发展概况

8.5.2 浙江省中央空调行业发展特点

- 8.5.3 浙江省中央空调行业渠道分析
- 8.5.4 浙江省中央空调行业各品牌动向
- 8.6 上海市中央空调行业发展分析及预测
 - 8.6.1 上海市中央空调行业发展概况
 - 8.6.2 上海市中央空调行业发展特点
 - 8.6.3 上海市中央空调行业渠道分析
 - 8.6.4 上海市中央空调行业各品牌动向
- 8.7 北京市中央空调行业发展分析及预测
 - 8.7.1 北京市中央空调行业发展概况
 - 8.7.2 北京市中央空调行业发展特点
 - 8.7.3 北京市中央空调行业渠道分析
 - 8.7.4 北京市中央空调行业各品牌动向
- 8.8 湖南省中央空调行业发展分析及预测
 - 8.8.1 湖南省中央空调行业发展概况
 - 8.8.2 湖南省中央空调行业发展特点
 - 8.8.3 湖南省中央空调行业渠道分析
 - 8.8.4 湖南省中央空调行业各品牌动向

第九章 中央空调行业主要企业生产经营分析

- 9.1 中央空调企业发展总体状况分析
 - 9.1.1 中央空调行业企业规模
 - 9.1.2 中央空调行业销售收入排名
 - 9.1.3 中央空调行业利润总额排名
- 9.2 中央空调行业领先企业个案分析
 - 9.2.1 大金空调（上海）有限公司经营情况分析
 - （1）企业发展简况分析
 - （2）企业经营情况分析
 - （3）企业产品结构及新产品动向
 - （4）企业销售渠道与网络
 - （5）企业经营状况优劣势分析
 - （6）企业投资兼并与重组分析
 - （7）企业最新发展动向分析

9.2.2 珠海格力电器股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

9.2.3 青岛海尔股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

9.2.4 广东美的电器股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向

- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

9.2.5 长沙远大空调有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

9.2.6 约克广州空调冷冻设备有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析
- (7) 企业最新发展动向分析

9.2.7 上海一冷开利空调设备有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.8 特灵空调系统（江苏）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.9 山东凌顿人工环境设备有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.10 深圳麦克维尔空调有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.11 志高控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

9.2.12 宁波奥克斯空调有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.13 上海三菱电机?上菱空调机电器有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.14 双良节能系统股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构及新产品动向

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

(10) 企业投资兼并与重组分析

(11) 企业最新发展动向分析

9.2.15 山东奇威特人工环境有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业投资兼并与重组分析

9.2.16 格兰仕中央空调有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构及新产品动向

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

(10) 企业投资兼并与重组分析

(11) 企业最新发展动向分析

9.2.17 上海富田空调冷冻设备有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

9.2.18 烟台荏原空调设备有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.19 山东贝莱特空调有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

9.2.20 南京五洲制冷集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

9.2.21 TCL空调器(中山)有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.22 浙江盾安人工环境股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业组织架构分析

(8) 企业产品结构及新产品动向

(9) 企业销售渠道与网络

(10) 企业经营状况优劣势分析

(11) 企业投资兼并与重组分析

(12) 企业最新发展动向分析

9.2.23 广东申菱空调设备有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

9.2.24 广东省吉荣空调有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

9.2.25 同方人工环境有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.26 克莱门特捷联制冷设备（上海）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

9.2.27 宁波惠康实业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

9.2.28 山东富尔达空调设备有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

9.2.29 南京天加空调设备有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

9.2.30 上海瀚艺冷冻机械有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析
- (5) 企业最新发展动向分析

第十章 中央空调行业发展趋势分析与预测 (ZYPX)

10.1 中国中央空调市场发展趋势

10.1.1 中国中央空调市场发展趋势分析

10.1.2 中国中央空调市场发展前景预测

10.2 中央空调行业投资特性分析

10.2.1 中央空调行业进入壁垒分析

10.2.2 中央空调行业盈利模式分析

10.2.3 中央空调行业盈利因素分析

10.3 中国中央空调行业关键成功因素

10.3.1 供应链管理

10.3.2 市场占有能力

10.3.3 技术研发能力

10.4 中国中央空调行业投资建议

10.4.1 中央空调行业投资风险分析

10.4.2 中央空调行业投资相关建议

图表目录：

图表1：中央空调工作原理

图表2：2005年以来中国中央空调行业工业总产值及占GDP比重（单位：亿元，%）

图表3：2005年以来国房景气指数走势

图表4：2005年以来房地产开发投资及增长（单位：万元，%）

图表5：2000年以来中国商业地产需求（单位：万平方米，%）

图表6：一线城市自2006年中期以来甲级写字楼平均售价累计涨幅（剔除通胀）（单位：%）

图表7：1995年以来一线城市和主要二线城市甲级写字楼存量（单位：百万方）

图表8：1995年以来一线城市和主要二线城市高端零售物业存量（单位：百万方）

图表9：2009年以来四大一线城市写字楼供销情况比较（单位：万平方米）

图表10：1995年以来上海零售物业供应情况（单位：万平方米）

图表11：2006年以来上海非中心商务区甲写存量及预测（单位：万平方米）

图表12：中国卫生机构及床位数（单位：个，张）

图表13：2007年以来国内粗钢产量及同比增长率（单位：万吨，%）

图表14：2011年以来中国钢材月度进出口数据（单位：万吨）

图表15：2011年以来国内钢材价格走势（单位：元/吨）

图表16：2007年以来铜价走势（单位：元/吨）

图表17：2001年以来全球与中国原铝日均产量变化（单位：千吨）

图表18：2001年以来LME铝库存与价格走势（单位：吨，美元/吨）

图表19：2000年以来中国空调压缩机销量及增速（单位：万台，%）

图表20：中国各品牌压缩机市场占有率（单位：%）

图表21：浙江、江苏、重庆三省市输配电价比较（单位：元/KW）

图表22：2011年以来中央空调行业经营效益分析（单位：个，人，万元，%）

图表23：2011年以来中国中央空调行业盈利能力分析（单位：%）

图表24：2011年以来中国中央空调行业运营能力分析（单位：次）

图表25：2011年以来中国中央空调行业偿债能力分析（单位：%、倍）

图表26：2011年以来中国中央空调行业发展能力分析（单位：%）

图表27：2011年以来中央空调行业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表28：2011年以来中国大型中央空调企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表29：2011年以来中国中型中央空调企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表30：2011年以来中国小型中央空调企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/kongdiao/883827V1OE.html>