

# 2009-2010年中国空调行业 市场调研与投资前景分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2009-2010年中国空调行业市场调研与投资前景分析报告》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/B784775AZ2.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

[b]2009-2010年中国[b]空调[/b]行业市场调研与投资前景分析报告 内容介绍：[/b]

随着中国经济的发展和人民生活水平的提高，空调作为一款重要的家用电器，在国民经济生产和人们社会生活中扮演的角色也越来越重要。

2006年1-12月，中国空调工业企业实现累计工业总产值188,564,788千元，比2005年同期增长20%；全年实现累计产品销售收入178,258,342千元，比2005年同期增长18.39%；全年实现累计利润总额5,257,035千元，比2005年同期增长了7.58%。2007年，中国空调工业企业继续保持稳定的增长势头，全年实现累计工业总产值217,005,555千元，比2006年同期增长19.35%；全年实现累计产品销售收入203,127,502千元，比2006年同期增长17.39%；全年实现累计利润总额4,795,149千元，比2006年同期增长2.91%。

2008年受全球经济危机带来的持续影响、出口大幅下滑、原材料价格的剧烈波动、运输成本增加、房地产市场的持续低迷、地震以及大范围的夏季降雨等自然反应对于空调行业的冲击，导致了空调业市场销售的冷淡。截止2008年末，我国空调的销量达到2116.8万台，增长率为-7.6%；销售额达到596.8亿元，增长率为-2.3%。全年累计出口量为3192.68万台，同比2007年下滑0.19%。但由于出口企业对产品结构的调整，使得累计出口额达63.37亿美元，比2007年同期增长14.95%。累计平均价格为198.51美元/台。随着空调市场竞争的异常激烈，2008年18个空调品牌惨遭淘汰，品牌数目由52个减少为34个，空调市场也逐渐的进入品牌消费时期，第一阵营格力、美的、海尔三大品牌市场占有率再次提升，从原来66.3%提升到67%；第二阵营，志高、奥克斯、海信科龙、格兰仕等品牌，市场占有率达到28%，同比2007年提高了2.4个百分点；第三阵营，中小品牌及外资品牌，市场占有率只有5%，同比下降了3.1%。中国空调发展的同时，一些问题也日益显露出来。特别是空调行业规范标准不健全，生产企业繁多但未能相成规模效应，科研开发能力弱，市场培育能力差，产品的附加值低等导致经营效益有所不佳，而严重制约了行业的进一步发展和品质的提高。

因此，中国空调企业必须抓住新的发展形势，加大科技创新，注重空调节能，提高技术含量，加强自主研发能力，打造有效推广策略，对空调行业的国家标准进行统一规划，只有这样才能在新形势下立于不败之地。

本报告主要依据国家统计局、国家发改委、国务院发展研究中心、国家海关总署、空调行业协会、国内外相关刊物的基础信息以及空调行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界空调行业相关界定[/b]

### 第一节 空调相关概念

#### 一、空调的定义和分类

二、空调的命名标准

三、空调的认证标志

第二节 空调的功能和发展历史

一、空调的功能

二、空调的发明

三、空调发展历史

第三节 空调行业的地位分析

一、行业在第二产业中的地位

二、行业在GDP中的作用

[b]第二章 金融危机下空调行业宏观经济环境分析[/b]

第一节 2009-2010年全球宏观经济分析

一、2008年全球宏观经济运行概况

二、2009年全球宏观经济走势预测

三、2009-2010年全球宏观经济趋势预测

第二节 金融危机对全球经济的影响

一、对各国实体经济的影响

二、国际金融危机发展趋势及其国际影响

第三节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

一、2008年中国宏观经济发展情况

二、2008年中国宏观经济走势分析

三、2009-2010年中国宏观经济趋势预测

第四节 金融危机对中国经济的影响

一、金融危机引致的中国经济损失

二、金融危机影响下的主要行业

三、中国宏观经济政策变动及趋

[b]第三章 世界空调市场形势分析

第二节 国外空调市场现状分析

二、世界空调市场价格分析

三、世界空调市场需求状况

第三节 世界主要国家空调行业考察)行业发展分析

一、美国

二、欧盟

三、日本

四、韩国

第四节 金融危机下世界空调市场发展预测

一、金融危机下世界空调需求预测

二、2009-2010年世界空调消费需求分析

三、2009-2010年世界空调市场发展趋势

四、2009-2010年世界世界空调市场销售额预测

[b]第四章 中国空调发展分析

一、中国空调定频技术和变频技术发展状况

二、2008年变频技术发展动态

三、2008年中国空调静音技术发展情况

第五节 中国空调发展潜能分析

第二节 行业销售状况分析

一、2007-2008年行业销售收入分析

二、2007-2008年行业产品销售集中度分析

三、2007-2008年行业产品销售成本分析

第三节 中国精空调产量数据分析

一、2006年1-12月全国及重点省市房间空气调节器产量

二、2007年1-12月全国及重点省市房间空气调节器产量

三、2008年1-12月全国及重点省市房间空气调节器产量

第四节 行业存在问题及发展限制

一、行业存在的问题

二、行业主要制约因素

三、行业基本应对策略分析

[b]第六章 中国空调发展现状

四、家用空调存在的问题及发展对策

[b]第九章 中国空调关联行业发展情况[/b]

第一节 家电业发展状况及未来走势

一、2008年家电行业运行动态

二、2009年中国家电行业发展预测

三、2010年我国家电产品能效标识情况

第二节 国内空调压缩机行业行业消费者调研及营销策略分析[/b]

## 第一节 空调市场消费特点

### 一、中国消费行业区域市场发展分析[/b]

## 第一节 广东空调产业发展状况

### 一、2008年广东空调出口价格数量齐增长

### 二、广东空调企业突破欧盟贸易壁垒

### 三、广东空调企业集体抵制价格战

## 第二节 上海空调产业发展状况

### 一、上海空调渠道发展的四个阶段

### 二、上海空调市场销售渠道概况

### 三、2008上海空调市场特点

### 四、上海空调市场的品牌格局

## 第三节 浙江空调产业发展状况

### 一、浙江商用空调市场概述

### 二、浙江各区域市场空调发展概况

### 三、浙江空调业发展势头直逼广东

## 第四节 重庆空调产业发展状况

### 一、重庆空调市场掀起品质风潮

### 二、海尔中央空调发力攻重庆市场

### 三、移动空调在重庆市场上市销售

## [b]第十三章 中国空调行业重点企业运营分析[/b]

## 第一节 珠海格力电器股份有限公司

### 一、企业概况

### 二、2008年企业经营状况分析

### 三、企业竞争力分析

### 四、企业应对金融危机策略分析

## 第二节 广东美的电器股份有限公司

### 一、企业概况

### 二、2008年企业经营状况分析

### 三、企业竞争力分析

### 四、企业应对金融危机策略分析

## 第三节 广东科龙电器股份有限公司

### 一、企业概况

二、2008年企业经营状况分析

三、企业竞争力分析

四、企业应对金融危机策略分析

第四节 江苏春兰制冷设备股份有限公司

一、企业概况

二、2008年企业经营状况分析

三、企业竞争力分析

四、企业应对金融危机策略分析

第五节 青岛海尔股份有限公司

一、企业概况

二、2008年企业经营状况分析

三、企业竞争力分析

四、企业应对金融危机策略分析

第六节 青岛海信电器股份有限公司

一、企业概况

二、2008年企业经营状况分析

三、企业竞争力分析

四、企业应对金融危机策略分析

[b]第十四章 2009-2010年中国空调行业发展趋势分析[/b]

第一节 中国空调行业市场状况预测分析

一、2009-2010年中国空调行业供给状况预测分析

二、2009-2010年中国空调行业需求状况预测分析

三、2009-2010年中国空调行业市场价格走势预测

第二节 中国空调行业发展技术趋势分析

一、空调生产技术新突破

二、空调应用技术的新发展

第三节 中国国空调行业投资分析及建议[/b]

第一节 投资机遇分析

一、中国强劲的经济增长率对行业的支撑

二、空调企业在危机中的竞争优势

三、金融危机促使优胜劣汰速度加快

第二节 投资风险分析

- 一、国内同业竞争风险
- 二、国际同业竞争风险
- 三、行业金融信贷市场风险
- 四、产业政策变动的影响

### 第三节 行业应对策略

- 一、金融危机下的空调企业投资战略
- 二、2009年空调行业价格策略分析
- 三、2009年空调业二三线品牌投资形势分析
- 四、2009年空调下乡投资战略分析
- 五、2009年空调业内销市场规模分析

### 第四节 市场的重点客户战略实施

- 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

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/kongdiao/B784775AZ2.html>