

2015-2020年中国中央空调 行业全景调研及发展前景报告

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

《2015-2020年中国中央空调行业全景调研及发展前景报告》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/Q36189PM2G.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

近年来，随着我国经济的快速发展、房地产市场的突进和商业的日益繁荣，中央空调市场取得了较大的突破，2014年，我国中央空调市场规模首次超过600亿元，同比增长近10%。2012年，在国内房地产市场持续不景气、经济增速下滑、国家反腐败整合投资增速下滑的多重因素的影响下，国内中央空调市场一度出现市场下滑的现象。到2014年，房地产市场出现了行业投资环境全面回暖、城市住宅市场成交量持续回升、重点城市房价普涨、土地市场量价齐升的现象，家用中央空调成为市场亮点，随着我国铁路、城市轨道等大型基础设施的投资加快，交通站点用中央空调市场未来将成为市场争夺的焦点。

一直以来，中国中央空调市场呈现“三足鼎立”的局面，国产系、日韩系、欧美系组成三大阵营给中央空调市场增添了精彩。从近三年三大阵营的品牌占有率对比来看，国产品牌占有率日趋提升，从2011年的43.9%提升至2014年的46.9%，可谓增长迅猛。而日韩系品牌和欧美品牌近3年间，处于交替增减的趋势。仅看2014年，日韩系品牌占比相比2012年增长了0.7%，而欧美系品牌同比占有率下降了2.5%。

在传统领域内的竞争已经无法满足中央空调企业对于销量增长的预期，开发新市场成为行业共识。美的、格力、海尔等国内一线中央空调品牌接二连三的中标，使得轨道交通领域成为本土中央空调企业成长的一片新的沃土。近年来格力、美的、海尔中央空调纷纷进入轨道交通、房地产、通信、医疗卫生等工程项目，在商用空调市场大有作为。从近年政府采购空调的情况来看，政府采购的空调的规模都有明显的增长，2014年政府中央空调采购规模已经超过30亿元，在政府采购致力于强制采购节能空调的情况下，伴随着政府创建节能型机关力度的加大，中央空调采购规模日益膨胀。“十二五”期间，公共建筑成为节能降耗的重要领域，占到建筑能耗40%-50%的空调系统成为重点关注对象，2014年我国推出了节能中央空调补贴政策，刺激各大企业纷纷推出高节能水准的中央空调，随着绿色建筑理念的推进，节能中央空调成为市场热点。

第一章 中国中央空调行业发展综述. 17

第一节 中央空调行业定义. 17

一、行业定义及界定. 17

二、中央空调产品类别. 17

三、中央空调运行成本分析. 18

第二节 中国中央空调产业链分析. 20

一、中央空调产业链简介. 20

二、中央空调上游供应链分析. 22

(一) 制冷剂市场分析. 22

(二) 压缩机市场分析. 23

(三) 电机市场分析. 25

(四) 钢材市场分析. 27

(五) 铜材市场分析. 28

(六) 铝材市场分析. 29

(七) 塑料市场分析. 30

三、中央空调下游需求链分析. 33

(一) 房地产市场运行现状. 33

(二) 办公写字楼发展分析. 34

(三) 市政工程建设情况. 36

(四) 体育场馆建设情况. 37

(五) 酒店宾馆发展分析. 38

(六) 百货商场发展分析. 40

(七) 医疗机构发展分析. 46

(八) 金融机构发展分析. 49

(九) 教育机构发展分析. 50

第二章 2014年中国中央空调行业市场环境. 52

第一节 中央空调行业政策环境分析. 52

一、行业监管体制分析. 52

二、中央空调主要标准. 52

三、空调补贴政策分析. 52

四、建筑节能政策分析. 54

五、高效节能中央空调推广实施细则. 56

(一) 推广产品范围及条件. 56

(二) 推广企业条件. 57

(三) 推广补贴标准. 57

(四) 推广资格申请. 58

(五) 补贴资金申请和拨付. 58

(六) 标识的加施. 59

(七) 推广产品名录. 59
第二节 中央空调行业经济环境分析. 62
一、国际宏观经济环境分析. 62
(一) 国际宏观经济发展现状. 62
(二) 国际宏观经济预测分析. 63
二、国内宏观经济环境分析. 64
(一) 中国GDP增长情况分析. 64
(二) 工业经济发展形势分析. 66
(三) 社会固定资产投资分析. 68
(四) 全社会消费品零售总额. 69
(五) 城乡居民收入增长分析. 69
(六) 对外贸易发展形势分析. 70
三、行业发展生命周期分析. 71
第三节 中央空调行业社会环境分析. 72
一、中国空调产销规模分析. 72
二、户均空调数量增长情况. 73
第四节 中央空调能耗现状及升级趋势. 73
一、中央空调能耗现状. 73
二、中央空调噪音分析. 75
三、中央空调舒适度分析. 75
四、中央空调使用寿命分析. 76
五、国外中央空调能耗分析. 76
六、中央空调效果及发展趋势预测. 77
第三章 2014年中国中央空调市场现状及竞争分析. 78
第一节 2014年中央空调市场发展现状分析. 78
一、中央空调市场运行特征. 78
二、中央空调市场规模分析. 80
三、中央空调需求促进因素. 81
四、中央空调行业SWOT分析. 81
第二节 2014年中央空调市场竞争分析. 83
一、中央空调市场梯队分析. 83

二、	中央空调市场竞争格局.	84
三、	中央空调品牌市场占有率.	84
四、	跨国企业在华投资布局分析.	87
第三节	中央空调行业竞争结构分析.	88
一、	行业现有企业间的竞争.	89
二、	行业新进入者威胁分析.	94
三、	替代产品或服务的威胁.	96
四、	上游供应商讨价还价能力.	97
五、	下游用户讨价还价的能力.	99
第四章	2014年中国中央空调细分市场与品牌格局分析.	100
第一节	2014年中国中央空调产品市场份额.	100
一、	中央空调产品市场份额分析.	100
二、	中央空调冷水机组市场分析.	102
第二节	2014年中国中央空调重点产品市场分析.	105
一、	模块机市场分析.	105
(一)	产品市场规模分析.	105
(二)	产品市场发展情况.	105
(三)	产品品牌集中度分析.	106
(四)	产品区域市场格局.	107
二、	离心机市场分析.	108
(一)	产品市场规模分析.	108
(二)	产品市场发展情况.	108
(三)	产品品牌集中度分析.	109
(四)	产品区域市场格局.	111
三、	风冷螺杆机市场分析.	111
(一)	产品市场规模分析.	111
(二)	产品市场发展情况.	112
(三)	产品品牌集中度分析.	112
(四)	产品区域市场格局.	113
四、	水冷螺杆机市场分析.	114
(一)	产品市场规模分析.	114

(二) 产品市场发展情况. 114
(三) 产品品牌集中度分析. 115
(四) 产品区域市场格局. 117
五、溴化锂吸收式冷水机组市场分析. 117
(一) 产品市场规模分析. 117
(二) 产品市场增长情况. 118
(三) 产品品牌集中度分析. 119
(四) 产品区域市场格局. 120
六、水地源热泵中央空调市场分析. 121
(一) 产品市场规模分析. 121
(二) 产品市场增长情况. 121
(三) 产品品牌集中度分析. 122
(四) 产品区域市场格局. 123
七、多联机组中央空调市场分析. 124
(一) 产品市场规模分析. 124
(二) 产品市场增长分析. 124
(三) 产品细分市场分析. 125
(四) 产品品牌集中度分析. 127
八、单元机中央空调市场分析. 127
(一) 产品市场规模分析. 127
(二) 产品市场增长分析. 128
(三) 产品品牌集中度分析. 128
(四) 产品区域市场分析. 129
第三节 2014年中国中央空调核心部件市场分析. 130
一、中央空调压缩机市场分析. 130
(一) 螺杆式压缩机市场分析. 130
(二) 离心式压缩机市场分析. 132
(三) 涡旋式压缩机市场分析. 133
(四) 往复式压缩机市场分析. 133
二、中央空调末端设备市场分析. 134
三、中央空调两器市场分析. 136
四、中央空调膨胀阀市场分析. 139

第五章 2014年中国中央空调市场营销分析. 141

第一节 中央空调营销模式分析. 141

一、中央空调直效营销模式. 141

二、中央空调混合营销模式. 142

三、中央空调代理营销模式. 143

四、中央空调关联营销模式. 144

五、四种营销模式比较分析. 145

六、中央空调渠道管理模式. 146

第二节 中央空调行业招投标分析. 152

一、中央空调招投标流程分析. 152

二、中央空调招投标意义分析. 153

三、国内招投标收费标准解析. 153

四、中央空调招投标案例分析. 154

五、中央空调招投标问题解析. 159

第三节 中央空调行业4P营销战略. 160

一、产品战略. 160

二、价格战略. 160

三、渠道战略. 161

四、促销战略. 162

第四节 中央空调市场营销策略分析. 163

一、中央空调行业销售特征. 163

二、中央空调营销问题分析. 164

三、中央空调营销发展建议. 165

第六章 2014年中国商用中央空调应用需求分析. 166

第一节 政府系统. 166

一、政府系统中央空调需求分析. 166

二、政府中央空调采购特点分析. 167

三、政府系统中央空调招标案例. 168

四、政府系统中央空调市场前景. 170

第二节 交通领域. 170

一、交通领域中央空调需求分析.	170
二、交通领域中央空调招标案例.	171
三、交通领域中央空调市场前景.	171
第三节 体育场馆.	172
一、体育场馆中央空调需求分析.	172
二、体育场馆中央空调招标案例.	173
三、体育场馆中央空调市场前景.	174
第四节 写字楼.	175
一、写字楼中央空调需求分析.	175
二、写字楼中央空调招标案例.	177
三、写字楼中央空调应用前景.	178
第五节 酒店会所.	179
一、酒店会所中央空调需求分析.	179
二、酒店会所中央空调招标案例.	179
三、酒店会所中央空调应用前景.	180
第六节 医院领域.	180
一、医院中央空调需求分析.	180
二、医院中央空调招标案例.	181
三、医院中央空调应用前景.	181
第七节 金融系统.	181
一、金融系统中央空调需求分析.	181
二、金融系统中央空调招标案例.	182
三、金融系统中央空调应用前景.	182
第八节 高校系统.	183
一、高校中央空调需求分析.	183
二、高校中央空调招标案例.	184
三、高校中央空调应用前景.	185
第九节 百货商超.	185
一、百货商超中央空调需求分析.	185
二、百货商超中央空调应用前景.	186
第七章 2014年中国家用中央空调市场分析.	187

第一节 家用中央空调市场发展分析. 187	
一、家用中央空调发展历程. 187	
二、国外家用中央空调发展. 187	
三、国内家用中央空调发展水平. 188	
四、国内家用中央空调销售情况. 188	
五、国内家用中央空调需求渐增. 189	
六、家用中央空调市场容量情况. 190	
第二节 家用中央空调细分产品. 191	
一、家用中央空调的一般分类. 191	
二、家用中央空调的主要使用类型. 192	
三、各类型家用中央空调生产厂家. 192	
四、多联机的发展及演变. 193	
第三节 家用中央空调企业竞争情况. 194	
一、品牌竞争. 194	
二、技术竞争. 194	
三、价格竞争. 195	
四、服务竞争. 195	
第四节 家用中央空调市场发展前景分析. 196	
一、家用中央空调增长空间. 196	
二、家用中央空调市场容量. 196	
三、家用中央空调发展前景. 197	
第八章 2014年中国中央空调区域市场品牌格局分析. 199	
第一节 中央空调区域市场竞争分析. 199	
一、中央空调区域市场竞争特征分析. 199	
二、中央空调行业区域集中度分析. 199	
第二节 华东市场分析. 200	
一、江苏市场分析. 200	
（一）市场增长情况分析. 200	
（二）市场品牌份额分析. 201	
二、浙江市场分析. 204	
（一）市场增长情况分析. 204	

(二) 市场品牌份额分析. 205
三、上海市场分析. 207
(一) 市场增长情况分析. 207
(二) 市场品牌份额分析. 208
四、安徽市场分析. 210
(一) 市场增长情况分析. 210
(二) 市场品牌份额分析. 211
五、福建市场分析. 213
(一) 市场增长情况分析. 213
(二) 市场品牌份额分析. 214
六、江西市场分析. 216
(一) 市场增长情况分析. 216
(二) 市场品牌份额分析. 217
七、山东市场分析. 219
(一) 市场增长情况分析. 219
(二) 市场品牌份额分析. 220
第三节 华南市场分析. 222
一、广东市场分析. 222
(一) 市场增长情况分析. 222
(二) 市场品牌份额分析. 223
二、广西市场分析. 225
(一) 市场增长情况分析. 225
(二) 市场品牌份额分析. 226
第四节 华北市场分析. 227
一、北京市场分析. 227
(一) 市场增长情况分析. 227
(二) 市场品牌份额分析. 228
二、天津市场分析. 230
(一) 市场增长情况分析. 230
(二) 市场品牌份额分析. 231
三、河北市场分析. 232
(一) 市场增长情况分析. 232

(二) 市场品牌份额分析. 234

四、山西市场分析. 235

(一) 市场增长情况分析. 235

(二) 市场品牌份额分析. 236

第五节 华中市场分析. 238

一、河南市场分析. 238

(一) 市场增长情况分析. 238

(二) 市场品牌份额分析. 239

二、湖北市场分析. 241

(一) 市场增长情况分析. 241

(二) 市场品牌份额分析. 242

三、湖南市场分析. 243

(一) 市场增长情况分析. 243

(二) 市场品牌份额分析. 244

第六节 西南市场分析. 246

一、四川市场分析. 246

(一) 市场增长情况分析. 246

(二) 市场品牌份额分析. 247

二、重庆市场分析. 249

(一) 市场增长情况分析. 249

(二) 市场品牌份额分析. 250

三、云贵市场分析. 252

(一) 市场增长情况分析. 252

(二) 市场品牌份额分析. 253

第七节 西北市场分析. 254

一、市场增长情况分析. 254

二、市场品牌份额分析. 255

第八节 东北市场分析. 257

一、市场增长情况分析. 257

二、市场品牌份额分析. 258

第九章 2014年中国中央空调行业重点品牌竞争力分析. 261

第一节 格力. 261	
一、中央空调产品系列. 261	
二、企业经营情况分析. 262	
三、企业营销策略分析. 264	
四、企业中标情况分析. 265	
五、企业产品开发动态. 265	
第二节 美的. 265	
一、中央空调产品系列. 265	
二、企业经营情况分析. 266	
三、企业营销策略分析. 267	
四、企业中标情况分析. 268	
五、企业产品开发动态. 268	
第三节 大金. 269	
一、中央空调产品系列. 269	
二、企业经营情况分析. 269	
三、中央空调优势分析. 270	
四、企业中标情况分析. 271	
五、企业产品开发动态. 272	
第四节 约克. 273	
一、中央空调产品系列. 273	
二、企业经营情况分析. 273	
三、中央空调生产情况. 273	
四、企业中标情况分析. 274	
五、企业产品开发动态. 274	
第五节 开利. 275	
一、中央空调产品系列. 275	
二、企业经营情况分析. 276	
三、开利中央空调荣誉. 276	
四、企业中标情况分析. 276	
五、企业产品开发动态. 277	
第六节 麦克维尔. 278	
一、中央空调产品系列. 278	

二、企业经营情况分析.	278
三、麦克维尔全球网络.	278
四、企业中标情况分析.	279
五、企业产品开发动态.	279
第七节 特灵.	280
一、中央空调产品系列.	280
二、企业经营情况分析.	280
三、中央空调竞争优势.	281
四、企业所获荣誉现状.	281
五、企业产品开发动态.	281
第八节 海信日立.	282
一、中央空调产品系列.	282
二、企业经营情况分析.	283
三、中央空调竞争优势.	283
四、企业中标情况分析.	283
五、企业产品开发动态.	283
第九节 海尔.	284
一、中央空调产品系列.	284
二、企业经营情况分析.	285
三、企业营销策略分析.	286
四、海尔核心竞争力分析.	286
五、企业产品开发动态.	288
第十节 东芝.	288
一、中央空调产品系列.	288
二、企业经营情况分析.	289
三、企业所获荣誉现状.	289
四、中央空调优势分析.	290
五、企业产品开发动态.	290
第十一节 奥克斯.	291
一、中央空调产品系列.	291
二、企业经营情况分析.	292
三、企业营销策略分析.	292

四、企业中标情况分析. 292

五、企业产品开发动态. 293

第十二节 志高. 293

一、中央空调产品系列. 293

二、企业经营情况分析. 294

三、企业竞争优势分析. 295

四、企业中标情况分析. 295

五、企业产品开发动态. 295

第十章 2015-2020年中国中央空调市场投资前景及机会分析. 297

第一节 2015-2020年中央空调市场前景预测. 297

一、中央空调市场规模预测. 297

二、中央空调竞争格局预测. 297

三、中央空调市场前景展望. 298

第二节 2015-2020年中央空调行业投资特性. 299

一、中央空调投资壁垒分析. 299

二、中央空调行业盈利模式. 301

三、中央空调盈利影响因素. 301

第三节 2015-2020年中央空调行业投资机会. 302

一、中央空调市场驱动因素分析. 302

二、中央空调细分产品投资机会. 302

三、中央空调区域市场投资机会. 304

四、中央空调新兴市场投资机会. 305

第四节 2015-2020年中央空调营销趋势分析. 305

一、中央空调营销渠道发展趋势. 305

二、中央空调营销模式发展趋势. 307

三、中央空调营销策略发展趋势. 309

第十一章 中央空调企业发展战略规划分析. 311

第一节 中央空调企业发展战略规划背景意义. 311

一、企业转型升级的需要. 311

二、企业强做大做的需要. 311

三、企业可持续发展需要. 311
第二节 中央空调企业发展战略规划的制定原则. 312
一、科学性. 312
二、实践性. 312
三、智研性. 312
四、创新性. 312
五、全面性. 313
六、动态性. 313
第三节 中央空调企业战略规划制定依据. 313
一、国家产业政策. 313
二、行业发展规律. 313
三、企业资源与能力. 314
四、可预期的战略定位. 314
第四节 中央空调企业战略规划策略分析. 314
一、战略综合规划. 314
二、技术开发战略. 315
三、区域战略规划. 315
四、产业战略规划. 315
五、营销品牌战略. 316
六、竞争战略规划. 317

图表目录

图表 1 2007-2014年中国气体压缩机产量情况
图表 2 2011-2014年中国气体压缩机行业经济指标统计
图表 3 2011-2014年中国电机行业经济指标统计
图表 4 2003-2014年中国钢材产量统计
图表 5 2011-2014年中国钢材价格指数走势
图表 6 2003-2014年中国铜材产量情况
图表 7 2003-2014年中国铝材产量情况
图表 8 2003-2014年中国初级形态塑料产量情况
图表 9 2011-2014年中国塑料制品行业经济指标统计
图表 10 1986-2014年中国房地产投资情况统计

图表 11 2014年全国房地产投资开发增速变化趋势图

图表 12 2007-2014年中国办公楼投资完成额变化趋势图

图表 13 2008-2014年中国办公楼建设情况统计

图表 14 2008-2014年中国办公楼销售情况统计

图表 15 中国文化娱乐中心数量

图表 16 中国广播电视工程设施统计

图表 17 中国会展数据比较图

图表 18 中国体育场馆数量情况统计

图表 19 2014年第四季度全国星级饭店经营情况统计表

图表 20 2014年第四季度全国星级酒店经营指标情况统计

图表 21 中国连锁零售企业基本情况统计

图表 22 中国亿元以上商品交易市场数量统计

图表 23 2014年中国主要连锁百货经营情况

图表 24 2014年中国主要连锁便利店发展情况

图表 25 2014年中国快速消费品连锁百强经营情况

图表 46 2003-2014年中国房间空气调节器产量统计

图表 47 近几年中国每百户居民家庭空调拥有量统计

图表 48 2007-2014年中国中央空调市场容量统计

图表 49 2014年度国内欧美系企业占有率对比图

图表 50 2014年度国内家电系企业占有率对比图

图表 51 2014年度国内冷水机组企业占有率对比图

图表 52 2014年度部分多联机组企业占有率对比图

图表 53 波特五力竞争模型与一般战略的关系

图表 54 中央空调企业波特五力竞争分析及应对策略

图表 55 2008-2014年细分产品市场占有率对比情况

图表 56 2010-2014年细分产品市场增长率对比

图表 57 2010-2014年外资品牌冷水机市场占有率分析图

图表 58 2010-2014年外资品牌冷水机市场占有率对比

图表 59 2010-2014年冷水机产品市场占有率对比

图表 60 2011-2014年中国模块机市场销售额统计

图表 61 2009-2014年模块机按功能分各部分占有率对比图

图表 62 2010-2014年模块机按使用场所划分各部分占有率对比图

图表 63 2010-2014年模块机市场样本品牌占有率对比图

图表 64 2010-2014年各区域市场模块机占有率对比图

图表 65 2011-2014年中国离心机市场销售额统计

图表 66 2009-2014年离心机按功能划分各部分占有率对比情况

图表 67 2014年离心机按使用场所划分各部分占有率对比情况

图表 68 2014年离心机各冷量段产品占有率对比情况

图表 69 2010-2014年离心机市场样本品牌占有率对比图

图表 70 2010-2014年五大外资品牌离心机产品占有率对比图

图表 71 2010-2014年各区域市场离心机产品占有率对比图

图表 72 2011-2014年中国风冷螺杆机市场销售额统计

图表 73 2014年螺杆各冷量段占有率对比情况

图表 74 2010-2014年风冷螺杆机市场样本品牌占有率对比图

图表 75 2010-2014年外资品牌风冷螺杆占有率对比图

图表 76 2010-2014年各区域市场风冷螺杆占有率对比图

图表 77 2011-2014年中国水冷螺杆机组市场销售额统计

图表 78 2009-2014年水冷螺杆按功能划分占有率对比情况

图表 79 2010-2014年水冷螺杆机市场样本品牌占有率对比图

图表 80 2010-2012年外资品牌水冷螺杆占有率对比图

图表 81 2010-2014年各区域市场水冷螺杆占有率对比图

图表 82 2010-2014年中国溴化锂机组市场销售额统计

图表 83 2009-2014年溴化锂按功能划分各部分占有率对比图

图表 84 2010-2014年溴化锂市场样本品牌占有率对比图

图表 85 2010-2014年各区域市场溴化锂占有率对比图

图表 86 2010-2014年中国水地源热泵市场销售额统计

图表 87 2010-2014年规模型水地源热泵市场样本品牌占有率对比图

图表 88 2010-2014年专业性企业水地源热泵市场样本品牌占有率对比图

图表 89 2010-2014年各区域市场水地源热泵市场占有率对比图

图表 90 2011-2014年中国多联机市场销售额统计

图表 91 2010-2014年多联机组市场占有率及增长率对比图

图表 92 2010-2014年两大系列多联机产品在多联机市场占有率对比图

图表 93 2009-2014年多联机按功能划分各部分占有率对比图

图表 94 2014年多联机按使用场所及冷量划分各部分占有率对比图

图表 95 2014年多联机按冷量划分各部分占有率对比图

图表 96 2010-2014年多联机组市场日系品牌产品占有率对比图

图表 97 2010-2014年中国单元机市场销售额统计

图表 98 2010-2014年单元机产品在全国市场的占有率和增长率对比图

图表 99 2010-2014年六大家电品牌单元机产品在单元机市场占有率对比图

图表 100 2010-2014年各区域市场单元机产品占有率对比图

图表 101 2010-2014年中国末端产品市场规模统计

图表 102 2010-2014年末端产品在全国市场的占有率和增长率对比图

图表 103 2010-2014年末端产品样本品牌占有率对比图

图表 104 2010-2014年各区域市场末端产品占有率对比图

图表 105 中央空调直效营销模式流程示意图

图表 106 中央空调分公司直效营销流程示意图

图表 107 中央空调混合营销模式及流程

图表 108 中央空调代理及经销营销模式流程示意图

图表 109 中央空调关联营销流程示意图

图表 110 中央空调营销模式的分析与比较

图表 111 招投标服务收费标准

图表 112 2008-2014年家用中央空调市场容量情况

图表 113 市场上各类型家用中央空调主要厂家

图表 114 2013-2020年中国家用中央空调市场容量预测趋势图

图表 115 2010-2014年江苏中央空调市场增长率和份额

图表 116 2010-2014年江苏中央空调市场主要品牌占有率

图表 117 2010-2014年江苏中央空调市场主流产品增长率

图表 118 2010-2014年江苏中央空调市场主流产品占有率

图表 119 2010-2014年浙江中央空调市场增长率和份额

图表 120 2010-2014年浙江中央空调市场主要品牌占有率

图表 121 2010-2014年浙江中央空调市场主流产品占有率

图表 122 2010-2014年浙江中央空调市场主流产品增长率

图表 123 2010-2014年上海中央空调市场增长率和份额

图表 124 2010-2014年上海中央空调市场品牌占有率

图表 125 2010-2014年上海中央空调市场主流产品占有率

图表 126 2010-2014年上海中央空调市场主流产品增长率

图表 127 2010-2014年安徽中央空调市场增长率和份额
图表 128 2014年安徽中央空调市场主要品牌占有率
图表 129 2010-2014年安徽中央空调市场主流产品增长率
图表 130 2010-2014年安徽中央空调市场主流产品占有率
图表 131 2010-2014年福建中央空调市场增长率和份额
图表 132 2014年福建中央空调市场主要品牌占有率
图表 133 2010-2014年福建中央空调市场主流产品增长率
图表 134 2010-2014年福建中央空调市场主流产品占有率
图表 135 2010-2014年江西中央空调市场增长率和份额
图表 136 2010-2014年江西中央空调市场主流产品增长率
图表 137 2010-2014年江西中央空调市场主流产品占有率
图表 138 2014年江西中央空调市场主要品牌占有率
图表 139 2010-2014年山东中央空调市场增长率和份额
图表 140 2014年山东中央空调市场主要品牌占有率
图表 141 2010-2014年山东中央空调市场主流产品增长率
图表 142 2010-2014年山东中央空调市场主流产品占有率
图表 143 2010-2014年广东中央空调市场增长率和份额
图表 144 2014年广东中央空调市场主要品牌占有率
图表 145 2010-2014年广东中央空调市场主流产品增长率
图表 146 2010-2014年广东中央空调市场主流产品占有率
图表 147 2010-2014年广西中央空调市场增长率和份额
图表 148 2014年广西中央空调市场主要品牌占有率
图表 149 2010-2014年广西中央空调市场主流产品增长率
图表 150 2010-2014年广西中央空调市场主流产品占有率
图表 151 2010-2014年北京中央空调市场增长率和份额
图表 152 2014年北京中央空调市场主要品牌占有率
图表 153 2010-2014年北京中央空调市场主流产品增长率
图表 154 2010-2014年北京中央空调市场主流产品占有率
图表 155 天津中央空调市场增长率和份额
图表 156 2014年天津中央空调市场主要品牌占有率
图表 157 2010-2014年天津中央空调市场主流产品增长率
图表 158 天津中央空调市场主流产品占有率

图表 159 2010-2014年河北中央空调市场增长率和份额

图表 160 2014年河北中央空调市场主要品牌占有率

图表 161 2010-2014年河北中央空调市场主流产品增长率

图表 162 2010-2014年河北中央空调市场主流产品占有率

图表 163 2010-2014年山西(含内蒙古)中央空调市场增长率和份额

图表 164 2014年山西(含内蒙古)中央空调市场主要品牌占有率

图表 165 2010-2014年山西(含内蒙古)中央空调市场主流产品增长率

图表 166 2010-2014年山西(含内蒙古)中央空调市场主流产品占有率

图表 167 2010-2014年河南中央空调市场增长率和份额

图表 168 2014年河南中央空调市场主要品牌占有率

图表 169 2010-2014年河南中央空调市场主流产品增长率

图表 170 2010-2014年河南中央空调市场主流产品占有率

图表 171 2010-2014年湖北中央空调市场增长率和份额

图表 172 2014年湖北中央空调市场主要品牌占有率

图表 173 2010-2014年湖北中央空调市场主流产品增长率

图表 174 2010-2014年湖北中央空调市场主流产品占有率

图表 175 2010-2014年湖南中央空调市场增长率和份额

图表 176 2014年湖南中央空调市场主要品牌占有率

图表 177 2010-2014年湖南中央空调市场主流产品增长率

图表 178 2010-2014年湖南中央空调市场主流产品占有率

图表 179 2010-2014年四川中央空调市场增长率和份额

图表 180 2014年四川中央空调市场主要品牌占有率

图表 181 2010-2014年四川中央空调市场主流产品增长率

图表 182 2010-2014年四川中央空调市场主流产品占有率

图表 183 2010-2014年重庆中央空调市场增长率和份额

图表 184 2014年重庆中央空调市场主要品牌占有率

图表 185 2010-2014年重庆中央空调市场主流产品增长率

图表 186 2010-2014年重庆中央空调市场主流产品占有率

图表 187 2010-2014年云贵中央空调市场增长率和份额

图表 188 2014年云贵中央空调市场主要品牌占有率

图表 189 2010-2014年云贵中央空调市场主流产品增长率

图表 190 2010-2014年云贵中央空调市场主流产品占有率

图表 191 2010-2014年西北中央空调市场增长率和份额
图表 192 2014年西北中央空调市场主要品牌占有率
图表 193 2010-2014年西北中央空调市场主流产品增长率
图表 194 2010-2014年西北中央空调市场主流产品占有率
图表 195 2010-2014年东北中央空调市场增长率和份额
图表 196 2014年东北市场中央空调主要品牌占有率
图表 197 2010-2014年东北市场中央空调主流增长情况
图表 198 2010-2014年东北市场中央空调主流产品占有率
图表 199 格力中央空调户式机H系列示意图
图表 200 2014年格力电器主营业务分行业、分产品情况表
图表 201 2014年格力电器主营业务分地区情况表
图表 202 2014年美的电器主营业务分行业、分产品、分地区情况
图表 203 大金商用中央空调VRV 二级压缩系列
图表 204 大金集团各事业销售额构成比
图表 205 近年来大金集团销售额变化趋势图
图表 206 开利商用中央空调示意图
图表 207 麦克维尔模块式变频风冷热泵机组
图表 208 麦克维尔全球销售网络图
图表 209 海信日立中央空调室内四面出风嵌入式示意图
图表 210 海尔中央空调环保KVR系列
图表 211 2014年海尔电器零售市场份额情况
图表 212 2014年海尔电器主营业务收入分产品情况
图表 213 2014年海尔电器主营业务收入分地区情况
图表 214 东芝商用中央空调室内机12种款式
图表 215 奥克斯中央空调直流变频多联机系列
图表 216 志高中央空调低静压风管机系列
图表 217 2014年志高空调主营业务收入情况
图表 218 2014年志高空调主营业务收入分地区、分产品情况
图表 219 2015-2020年中国中央空调市场容量预测趋势图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/kongdiao/Q36189PM2G.html>