

# 2017-2022年中国空调扇市 场全景调查与投资前景评估报告

## 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

《2017-2022年中国空调扇市场全景调查与投资前景评估报告》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/xiaojiadian/Q36189PR8G.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

空调扇，家用电器，空调扇结合空调与电扇的优点，比如空调吹出的是机器风，并且需要在一个封闭的环境里，容易让人有不适的感觉。电扇虽然是自然风，但如果所处的环境非常脏那吹出的风也一样很脏。而一大部分空调扇都有除尘网可以过滤空气，若除尘网上再有一层光触媒还可以起到杀菌的效果。空调扇在启动制冷时只有60-80W和冰箱一样，所以不耗电。

空调扇是一种全新概念的风扇，兼具送风、制冷、取暖和净化空气、加湿等多功能于一身，以水为介质，可在短时间内送出等同于水温的风，冷暖皆可。与电风扇相比，空调扇更有加湿空气的功能，但其功率较传统风扇高得多，有60-80W左右，但又比空调低得多。价格方面非常具有亲和力。但毕竟其自身不能制冷，需要不断的注入所需温度的水才能持续提供所需温度的风，故而在使用上颇为不便，比如，夏季室内温度30℃，向空调扇内加满1L的水，大约能持续提供冷风半小时左右，半小时后机体内的水温被室温同化，所以在使用中一定要注意一次不要加太多的水，要少量多次。（注：如非电器说明中注明可以加冰块的型号，请勿将冰块投入水槽，以免堵住进水口，造成负压损毁机器）

### 空调扇原理

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国空调扇市场全景调查与投资前景评估报告》共十五章。首先介绍了空调扇相关概念及发展环境，接着分析了中国空调扇规模及消费需求，然后对中国空调扇市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国空调扇面临的机遇及发展前景。您若想对中国空调扇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家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 行业发展概述

##### 第一节 全球空调扇行业发展概况

###### 一、全球空调扇行业发展现状

###### 二、主要国家和地区发展状况

## 第二节 中国空调扇行业发展概况

### 一、发展历程与现状

### 二、发展中存在的问题

## 第二章 空调扇行业发展环境分析

### 第一节 宏观经济环境

### 第二节 国际贸易环境

### 第三节 产业政策环境

### 第四节 行业技术环境

## 第三章 空调扇市场需求分析

### 第一节 市场需求概述

### 第二节 国内市场需求分析

#### 一、消费规模及增速

#### 二、市场潜力及饱和度

#### 三、消费结构

#### 四、区域市场

#### 五、需求发展预测

### 第三节 国际市场需求分析

#### 一、出口规模

#### 二、出口分布

#### 三、出口形势判断及规模预测

## 第四章 空调扇行业供给分析

### 第一节 行业供给概述

### 第二节 国内空调扇行业生产分析

2016年中国空调扇十大品牌企业排名 序列 公司名称 基本情况介绍 1 美的Midea 美的集团（SZ.000333）是一家以家电制造业为主的大型综合性企业集团，于2013年9月18日在深交所上市，旗下拥有小天鹅（SZ000418）、威灵控股（HK00382）两家子上市公司。1968年，美的创业，1980年，美的正式进入家电业，1981年注册美的品牌，美的多年来专注于白色家电领域，现已成为一家以家电制造业为主的大型综合性企业，目前，美的集团员工人数10.8万人，旗下拥有美的、小天鹅、威灵、华凌、安得、美芝等十余个品牌。集团在国内建有广东顺

德、广州、中山；安徽合肥及芜湖；湖北武汉及荆州；江苏无锡、淮安、苏州及常州；重庆、江西贵溪、河北邯郸等14个生产基地，辐射华南、华东、华中、西南、华北五大区域；在越南、白俄罗斯、埃及、巴西、阿根廷、印度等6个国家建有生产基地。主要家电产品有家用空调、商用空调、大型中央空调、冰箱、洗衣机、微波炉、风扇、洗碗机、电磁炉、电饭煲、电压力锅、豆浆机、饮水机、热水器、空气能热水机、吸尘器、取暖器、电水壶、烤箱、抽油烟机、净水设备、空气清新机、加湿器、灶具、消毒柜、照明等和空调压缩机、冰箱压缩机、电机、磁控管、变压器等家电配件产品。现拥有中国最完整的空调产业链、冰箱产业链、洗衣机产业链、微波炉产业链和洗碗机产业链；拥有中国最完整的小家电产品群和厨房家电产品群；在全球设有60多个海外分支机构，产品远销200多个国家和地区。

2 艾美特  
艾美特于1973年创始于台湾，其品牌名称源于空气良伴(Airmate)，长期专注于空气品质改善类家用电器产品，创业初期以电风扇的制造与出口贸易为主。凭着品质至上的敬业态度与务实创新兼具的研发精神，艾美特不断茁壮与成长。自1997年起更专注于拓展中国市场自有品牌的发展，经过多年的市场深耕，艾美特深入中国各地，更跨足电暖器与健康小家电等新产品领域，俨然已成为中国市场精品小家电的领导品牌。艾美特于2013年3月成功在台湾挂牌上市，并于2014年5月签约设立艾美特九江小家电产业园。艾美特一直坚持提供优质产品和服务，在产品制造与研发创新的重要课题上，艾美特团队也从未懈怠。近年艾美特更积极关注环保议题与社会责任，期许每个中国家庭都能享受艾美特用心打造的舒适、便利、健康、愉悦生活！艾美特专注于空气质量改良类家用电器产品，为消费者提供外观时尚做工精致的健康小家电，目前产品营销中国国内31个省市的12,000余家商场，遍及线上与线下渠道，其中线下渠道包含大润发、家乐福、沃尔玛、苏宁电器、国美电器、华润万家、乐购等各种形态的连锁及区域大型零售商场，而线上渠道更布局天猫、京东商城、苏宁易购、易迅、国美在线、亚马逊、拍拍网、当当网等线上平台。此外，产品也出口至日本、韩国、欧洲及美洲等世界60余国家和地区，是全球小家电主要结合设计、开发、生产一体的生产及品牌商之一，并与国际多家知名品牌保持长久合作关系。从OEM、ODM到OBM，艾美特期许永续经营，为消费者提供更健康优质的生活而努力。

3 联创LIAN  
创业于1993年的深圳市联创科技集团有限公司，是一家以家电业为主，涉足商务礼品、移动通讯、电子数码产品等领域的大型综合性现代化企业集团，旗下拥有十二家产业公司、四大产业制造基地，是中国最早生产空调扇产品的企业和全球最大的空调扇产品研发生产基地，更是国内商务礼品行业的龙头企业。联创科技集团以商务礼品为起点，1994年进入家电行业，2005年进入移动通讯行业，目前，联创科技集团员工近5000人，拥有包括深圳市龙岗区南湾联创科技园、布吉罗岗联创工业区、龙华清湖工业区、东莞塘厦联顺工业区等四大产业制造基地。其中，南湾联创科技园被深圳市政府纳为“深圳市现代家电产业聚集基地”。联创科技集团在全国各地设有强

大的营销网络，同时产品远销至欧洲、美洲、中东、东南亚等近80多个国家和地区，在部分国家还成为当地市场的主导品牌。2006年，“联创”品牌价值评估为23.65亿元。多年来，联创科技集团坚持自主创新，以消费者需求为导向，拥有自主知识产权280多项，自主开发的空调扇已经成为全球家电市场风向标。早在2006年，联创科技集团研发中心便被政府认定为“深圳市企业技术中心”，中心现有科技研发人员335人，与清华大学（深圳）研究院合作成立了“博士后工作站”，是珠三角经济圈中具有突出科研实力和广泛影响力的企业技术研发基地之一。目前，联创科技集团已经全面掌握空调扇、电风扇、电暖器、热水器等家电的核心技术和核心自我配套能力，拥有中国最大最完整的空调扇产业链和礼品产品群。作为中国制造和中国民营企业的杰出代表之一，联创科技集团在过去16年实践中一直保持着健康、稳定、快速的增长，新世纪以来，年均增长速度超过22%。并获得了“中国名牌”、“最具市场竞争力品牌”、“广东省著名商标”等多项荣誉称号。2007年，联创被深圳市政府首批认定为“民营领军骨干企业”，2009年被升级认定为“国家级高新技术企业”。

4 先锋SINGFUN

始建于1993年的先锋电器集团有限公司主要生产取暖器、电风扇、转换器等三大主导系列产品，在“诚信、执着、创新、感恩”核心价值观的统一下，秉承“事实竭尽全力、处处争创一流”的企业精神，奋进的先锋人努力拼搏，不断创造佳绩，先锋电器先后荣获“国家免检产品”、“中国名牌产品”、“驰名商标”、“最具市场竞争力品牌”等荣誉称号，是全国家用电器标准化技术委员会室内加热器标准化工作组组长单位。据中国商业联合会、中华全国商业信息中心的数据统计显示，自2002年起，先锋取暖器已经连续七年取得国内市场销售量第一，电风扇位居小家电行业前三，先锋——已经成为中国小家电行业的主导品牌，为众多消费者所喜爱。技术改造和科技创新是企业发展的加速器。至今为止，先锋集团共开发出三大系列六大类别的新产品300多款，申报产品专利200多项，其中国际发明专利3项，国家火炬计划项目2项。先锋，已经在10多个领域的技术研究取得了突破性进展，并在多个产品工艺制造方面处于国内小家电行业的领先水平。为保障产品的品质，先锋不但投巨资建成了占据国内领先地位的电脑全自动生产/检测电机生产线，还建设了通过中国合格评定国家认可委员会（CNAS）评审的先锋小家电检测中心，极大提高了先锋的技术检测和技术认证能力，增强了先锋集团的综合竞争力。

5 大松TOSOT 格力电器

小家电创立以来，公司不断强化在研发、生产、销售等方面的综合优势，不断扩大产能、扩充产品品种，巩固作为小家电顶级制造商的地位。目前，公司经过各方面的优化重组，并采用了格力电器的各种资源优势平台，迅速地将产能、研发技术力量、管理能力、供应链等向前发展了一大步。2005年珠海格力电器股份有限公司全资收购珠海格力小家电有限公司，正式进军小家电，对小家电项目重资投入，

旗下现已形成包括电风扇、电暖器、电磁炉、电饭煲、电饭锅、电热水壶、饮水机、加湿器等在内的丰富产品群。格力小家电以“做精、做大、做强”为目标，始终坚持格力电器的精品路线，全部原材料均选用行业品质优良的物料，如：宝钢、攀钢、韩国浦项、三星、美国华福、日本NEG、德国西门子、肖特的产品，并采用先进的生产工艺严格控制产品质量。格力小家电通过了ISO9001质量管理体系认证，全线产品均通过中国3C认证。公司始终坚持的“精品战略”，在激烈的市场竞争中也结出了累累硕果。格力电暖器在1995-2006连续十一年在全国市场同类产品中销量领先，格力电风扇也连续多年稳居行业同类产品市场销售前三甲，并获得国家质检总局颁发的“产品质量免检证书”，其他产品在市场上也表现不俗。格力小家电产品凭借踏实的质量和时尚精致的设计，得到了市场的肯定和青睐，获得了多项国内国际权威认证和荣誉。

6 志高CHIGO 广东志高空调有限公司创建于1994年，系香港联合交易所主板上市公司志高控股旗下核心企业，总部位于珠江三角洲工业重镇佛山市南海区，拥有佛山、九江、四会等生产基地，集团产业涵盖家用空调、中央空调、冰箱、洗衣机、制冷设备、生活电器等领域。经过20年快速稳健的发展壮大，公司现拥有三大工业园，完整的空调配套产业链及物流中心，家用空调年设计产能达1000万套，是国内拥有包括压缩机在内的最大最完整集群式空调产业链企业之一，业务遍及全球200多个国家和地区。与此同时，凭借专业制造和技术研发优势，充分发挥集团的产业规模，志高不断扩大白电产品线，包括小家电、冰箱、空气能热水器、洗衣机等，逐渐构建起了完整的白电产品产业形态。为跻身全球大型白色家电制造商，进一步推进产品多元化。志高产品的世界品质源于强大的科研实力和技术积累，公司不仅拥有业内一流的技术研发中心、制冷技术研究院和国家博士后科研工作站、行业首家院士工作站、数十个国家和国际认可实验室、1500余名技术精英，志高研究院下辖多个研究所，还创建了全球首家云空调服务中心。志高追求卓越的步伐从未停歇，积极采用国际先进技术标准，先后获得国内外200多个权威认证，既是行业唯一一家全系列分体空调获得国家“出口免验”资格的企业，也是全球唯一一家做到“零配件终身免费更换”的企业。专业专注20年，志高以“世界品质、志高创造”而享誉海内外，产品曾先后被“雅典奥运会”、“上海世博会”、“世界大运会”等全球重大项目工程采用，并荣获多项荣誉称号，是消费者最值得信赖的品牌。在未来的征程中，将继续秉承“让人类生活得更加美好”的企业使命，弘扬“勤奋、勇敢、高效、务实、诚信”的企业精神，坚持绿色环保理念，支持全球节能减排，将志高打造成全球最卓越的制冷品牌及世界优质产品的标志。

7 奥克斯AUX 始创于1986年的奥克斯集团，是一家致力于智能电力设备、家用电器等现代制造业，地产、医疗健康、金融等现代服务业，综合发展的企业集团，连续多年位列“中国企业500强”。2014年，集团营业规模552亿元

，总资产374亿元，拥有员工2万余名。在宁波、南昌、天津、上海等地建有七大制造基地。拥有2家上市公司（601567.SH、02080.HK），6家高新技术企业，为国家级企业技术中心和国家级博士后工作站常设单位。持有奥克斯、三星两个跨行业的中国名牌及中国驰名商标。在发展企业的同时，奥克斯也积极履行社会责任，多年来，累计为教育、赈灾、环保等公益事业捐款2.2亿元。面向新的时代，奥克斯秉承“创领智能生活，成就卓越职境”的企业使命，坚持“稳健治业和赢未来”的WIN战略理念，力争在2020年实现“千亿规模、千亿市值、百亿利润”的战略目标，立志成为世界级著名企业。

8 澳柯玛AUCMA 澳柯玛创建于1987年，2000年12月29日公司股票在上海证券交易所上市。公司以成为“全球制冷装备供应商”和“制冷专家”为发展目标，不断推动技术创新，形成了以冰柜、冰箱、商用冷链产品为核心业务，以超低温设备、电动自行车、洗衣机、生活电器、自动售货机为发展业务，以新能源电动工具车、冷链物流装备、新能源家电为未来业务，多层次、多梯度的产业格局，公司拥有员工7000多人，具备年产冷柜500万台、冰箱300万台、生活家电500万台、洗衣机400万台、电动车100万辆、自动售货机1万台的生产能力，营销网络覆盖全球五大洲100多个国家和地区。制冷产业是澳柯玛核心主业，围绕“打造制冷主业核心竞争力”的企业发展战略，公司不断拓展制冷产业领域，形成了涵盖通用（家用）制冷、生物冷链、商用冷链、超低温设备和装备、冷链物流等的全冷链产业体系，在深冷速冻、超低温、恒温、环保节能、智能控制、绿色无氟、MEP保鲜技术、物联网技术、新能源技术的研发和应用等几十项技术领域保持领先水平。在家用制冷领域，澳柯玛积极利用互联网技术全力打造“智慧家庭”，先后推出了智能云冰箱、云空调、物联网冷柜等众多新品，通过置入wifi功能、下载APP客户端即可轻松实现用手机远程控制。目前，澳柯玛已经形成了以智能冰箱为核心覆盖厨房电器的智能家电体系，及以智能空调、洗衣机为核心覆盖生活电器和环境电器的智能家居体系，一个齐备的澳柯玛智能家电大家族已初具雏形。在生物冷链及超低温方面，目前产品已涵盖血液保存箱、药品保存箱、疫苗保存箱、超低温保存箱、组合式冷库、医用保温箱等十三大类近百种规格型号。产品广泛应用于科研院校、医疗卫生、军事航空、生物制药、食品加工、制药厂、血站、防疫站等行业或领域。澳柯玛已与比尔盖茨作为唯一投资人的Global Good达成合作，共同研发新型疫苗冷冻储存设备，双方未来将开发更多具有领先水平的疫苗保存、超低温制冷技术创新产品，共同推进全球疫苗储存、超低温制冷技术的变革。2015年3月，经联合国儿童基金会正式批准，澳柯玛成为联合国全球采购供应商。

9 长虹Changhong 长虹创始于1958年，公司前身国营长虹机器厂是我国“一五”期间的156项重点工程之一，是当时国内唯一的机载火控雷达生产基地。从军工立业、彩电兴业，到信息电子的多元拓展，已成为集军工、消费电子、核心器件研发与制造为一体的综合型跨国企业集团，并正向具有全球竞争

力的信息家电内容与服务提供商挺进。2015年长虹品牌价值达1135.18亿元人民币，继续稳居中国电子百强品牌第六位，在中国企业500强排名第152位，居中国制造业500强第64位。长虹旗下拥有四家上市公司：四川长虹（600839.SH）、美菱电器（000521.SZ）、华意压缩（000404.SZ）、长虹佳华（08016.HK）。多年来，长虹坚持以用户为中心、以市场为导向，强化技术创新，夯实内部管理，积极培育集成电路设计、软件设计、工业设计、工程技术、变频技术和可靠性技术等核心技术能力，构建消费类电子技术创新平台，立足互联网面向物联网，大力实施智能化战略，不断提升企业综合竞争能力，逐步将长虹建设成为全球值得尊重的企业。

10 荣事达小家电 合肥荣事达小家电有限公司成立于2004年，是一个以家电为主导，涉及家用电器、智能家居、文化创意、金融投资等经营领域，集产品研发、工业设计、生产制造、营销贸易、物流配送、市场服务等全产业链为一体的现代化企业。十年来，荣事达小家电以年均100%的速度高速增长，成为业内增长速度最快、发展后劲最强的企业之一。历经十年拼搏，荣事达小家电建立起合肥、中山、宁波、郑州、景德镇、深圳六大产业基地，拥有三大核心研发制造中心：其一合肥工业园占地300多亩，是华东乃至中国最大的智能家电、环境家电、养生家电生产研发基地之一；其二深圳亚摩斯工厂源自美国，是GE安防设备研发平台之一，也是GE在中国为数不多的全厂认证企业；其三中山荣德工厂凭借自身强大技术实力和珠三角优势资源，是公司国内市场的研发生产支柱企业。荣事达小家电旗下拥有荣事达、亚摩斯元悦、唐悦陶瓷、好帅数码、TOOA品牌资源，并与中国海尔、正大海尔、美国亚摩斯、华特迪士尼、新加坡创新、景德镇汉唐陶瓷文化研究院、东芝、通铂尔等国内外知名企业结成长期战略合作关系，强大的品牌资源和超强的资源整合能力，逐渐成为国内外市场最具竞争力的主流企业。依靠“零缺陷管理”与技术创新，实施“精品战略”，荣事达小家电迅速成为小家电行业产品线最长、品类最全的企业，拥有强大的研发能力和工业设计团队为后盾，汇聚法国、韩国、日本、台湾、香港及中国内地等豪华工业设计团队，并与上游100多家合作伙伴结成战略同盟，完成了整个供应链的产业布局。针对不同区域市场消费特性量身定做，每年推出400多款新品，现已形成70个品类、2000多款单品的“小家电王国”，是中国定制产品最成功的家电企业。不用东奔西走，荣电集团样样都有。荣事达小家电依托全产业链的精品资源，全面占领常规通路、礼品通路、电子商务和电视购物等各种通路，成为销售渠道最全、营销实力最强的企业之一。在常规通路，稳坐市场前四的宝座，跨界营销和工厂店新模式的成功推广赢得了广阔的市场空间。在礼品通路，荣电礼业以“三位一体、主动营销、会员专供”的黄金模式成为“中国实用礼品第一品牌”。去年，公司先后成立网购事业部和电购事业部，加速新媒体业务的拓展，短时间内迅速成为国内主流平台最重要的供应商之一。

- 一、供给规模
- 二、产业区域结构
- 三、产业投资热度
- 四、供给发展预测

### 第三节 空调扇行业进口分析

- 一、进口规模
- 二、品牌结构
- 三、进口形势判断及规模预测

## 第五章 空调扇行业企业特色经营模式研究

### 第一节 公司A

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

### 第二节 公司B

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

### 第三节 公司C

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

## 第六章 空调扇行业竞争分析

### 第一节 TOP10企业市场占比及变化

### 第二节 空调扇行业市场集中度

### 第三节 行业竞争群组

### 第四节 潜在进入者

### 第五节 替代品威胁

### 第六节 供应商议价能力

### 第七节 下游用户或消费者议价能力

## 第七章 空调扇产品价格分析

### 第一节 空调扇产品价格特征

### 第二节 国内空调扇产品当前市场价格评述

### 第三节 影响国内市场空调扇产品价格的因素

### 第四节 主流企业产品价位及价格策略

### 第五节 空调扇行业未来价格变化趋势

## 第八章 企业用户/消费者研究

### 第一节 需求现状

### 第二节 结构

### 第三节 需求趋势

## 第九章 空调扇营销渠道研究

### 第一节 典型及创新渠道

### 第二节 各类渠道要素对比

### 第三节 渠道发展趋势

## 第十章 行业盈利能力分析

### 第一节 2012-2016年空调扇行业销售毛利率

### 第二节 2012-2016年空调扇行业销售利润率

### 第三节 2012-2016年空调扇行业总资产利润率

### 第四节 2012-2016年空调扇行业净资产利润率

### 第五节 2012-2016年空调扇行业产值利税率

### 第六节 2017-2022年空调扇行业盈利能力指标预测

## 第十一章 行业成长性分析

### 第一节 2012-2016年空调扇行业销售收入增长率

### 第二节 2012-2016年空调扇行业总资产增长率

### 第三节 2012-2016年空调扇行业固定资产增长率

### 第四节 2012-2016年空调扇行业净资产增长率

### 第五节 2012-2016年空调扇行业利润增长率

### 第六节 2017-2022年空调扇行业增长指标预测

## 第十二章 行业偿债能力分析

### 第一节 2012-2016年空调扇行业资产负债率

### 第二节 2012-2016年空调扇行业速动比率

### 第三节 2012-2016年空调扇行业流动比率

### 第四节 2012-2016年空调扇行业利息保障倍数

### 第五节 2017-2022年空调扇行业偿债能力指标预测

## 第十三章 行业营运能力分析

### 第一节 2012-2016年空调扇行业总资产周转率

### 第二节 2012-2016年空调扇行业净资产周转率

### 第三节 2012-2016年空调扇行业应收账款周转率

### 第四节 2012-2016年空调扇行业存货周转率

### 第五节 2017-2022年空调扇行业营运能力指标预测

## 第十四章 空调扇行业经营及投资建议

### 第一节 企业经营存在的问题及策略建议

### 第二节 投资机会分析

## 第十五章 空调扇行业风险分析

### 第一节 环境风险

### 第二节 产业政策风险

### 第三节 产业链风险

### 第四节 市场风险(ZY LT)

## 图表目录：

图表：2012-2016年国内市场空调扇消费规模及增速

图表：2017-2022年国内市场空调扇消费规模及增速预测

图表：2012-2016年空调扇行业产值/产量及增速

图表：2017-2022年空调扇行业产值/产量及增速预测

图表：2012-2016年空调扇行业出口量/值及增速

图表：2017-2022年空调扇行业出口量/值及增速预测

图表：2015年中国空调扇市场重点企业市场份额

图表：2012-2016年空调扇行业销售毛利率

图表：2012-2016年空调扇行业销售利润率

图表：2012-2016年空调扇行业总资产利润率

图表：2012-2016年空调扇行业净资产利润率

图表：2012-2016年空调扇行业产值利税率

图表：2012-2016年空调扇行业销售收入增长率

图表：2012-2016年空调扇行业总资产增长率

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/Q36189PR8G.html>