



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年空调行业竞争格局 与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年空调行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/125626.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

来自工业和信息化部最近公布的统计数据显示，继2008年度空调产量同比下降4.9%，创下历史最高降幅之后，2009年1季度空调产量继续呈现同比下降的不利态势。日前，空调业几大巨头相继发布的2009年1季度业绩报告（含空调）显示，几大巨头今年1季度营收较去年同比出现不同程度下滑，最低为15.97%，最高至29.44%。从几大巨头2009年1季度业绩报告中看，此前一些企业所实施的降价减库存的效果并不明显。而“家电下乡”政策实施以来，对于空调产品的农村市场销售推动作用并不显著。显而易见，库存居高不下、存货贬值严重、市场需求不畅，这些因素必将成为引爆今年农村空调市场大战的导火索。由于低能效空调所具有的低价格优势，导致现阶段一些企业的产品重点仍置于4、5级低能效空调上。特别是利用高能耗低价格导向，面向农村市场进行高能耗产品的倾销，最终阻碍了中标家电下乡的高能效空调在农村市场的普及化进程。

行业出口在经历大幅下降之后，当前并未出现明显的回暖迹象，2009年3月份出口量同比下降27%，环比降幅则进一步扩大。空调行业3月份出口量为386.4万台，同比下降27%，且跌幅较2月份进一步扩大。2月份出口量为297.9万台，当月同比降幅为12.8%。3月份出口降幅进一步扩大，一方面是因为2008年上半年出口量处于历史高位；另一方面，也意味着海外采购商依然消费信心不足。2009年全行业出口量将下降约30%，其中对东欧和中东的出口急剧下降，加上平均价格下调，全行业出口大幅下降已成定局。这将进一步加大产能过剩压力，为了争夺出口订单，各企业相互杀价更加厉害，行业出口毛利率明显下滑。在对各空调企业调研中，企业普遍反应出口单价近期大幅下滑，同型号产品出口单价比2008年高点时相比降幅在20%-25%，与原材料成本下降幅度相当。在这样的形势下，部分二线空调企业近期出口业务甚至处于亏损状态，而两大龙头格力与美的则采取了明显不同的战略，前期格力出口价格都不低于行业水平，而美的出口价格下滑幅度则相对较大。但如果后期海外市场需求持续疲软，竞争加剧将使得包括格力在内的厂商出口价格面临下降压力。

2009年5月20日财政部与发改委公布《高效节能产品推广财政补助资金管理暂行办法》，并同时推出《“节能产品惠民工程”高效节能房间空调器推广实施细则》，拟对能效2级及以上的分体式房间空调器进行财政补贴。经济政策支持下的家电产业升级之路日渐清晰。政府通过经济手段，鼓励家电制造企业调整产品结构，而市场供应状况又会影响到消费，进而，可以预期的是，一段时间之后，受政策鼓励的节能产品将会是市场销售的主流型号，规模效应产生之后，技术进步与成本降低都有可能进一步加速。《房间空气调节器能效限定值及能源效率等级》现行版本中能效2级及以上的分体式房间空气调节器，不包括移动式、变频式、多联式、单元式空调机组。仅从这一政策来看，这有利于在变频等领域不占优势的国内厂商。但实际上，这主要是因为能效标准存在差异，不能一概而论，因而，预计后期会对不同类的空

制定不同的补贴标准。空调行业产销量有望复苏，格力、美的等龙头厂商受益较大。目前制约空调行业产销量增长的重要因素是：低能效等级空调生产少；高能效等级受价格影响，销量上升需要时间。节能产品补贴政策实施后，厂商有信心增加入围产品的生产，经销商受益售价下降与信息提升，备货将显著增加。格力、美的的利润率水平存在提升的空间。由于空调厂商的积极响应，补贴政策有望赶在6-7月旺季开始实施。等待补贴政策可能影响到5-6月的空调内销，但最大的决定因素还是天气；节能空调需求将在补助实施后集中爆发，房地产销量的回暖对此也有推动作用。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国务院发展研究中心、国家信息中心、全国商业信息中心、中国家电协会、中国制冷空调工业协会、中国电器工业协会、国内外相关报刊杂志公布的基础信息与数据，对我国空调行业的供需现状、空调产业发展状况以及空调市场运行情况等进行了全面的论述和分析。报告综合了空调细分市场与空调区域市场的发展情况，以及空调竞争现状，就空调的行业发展前景与市场发展趋势做了详尽而独到的阐述，同时对空调市场营销提出了独到的见解。本报告是空调生产企业、空调产业投资、空调研究单位及空调产品销售企业等准确、全面、迅速了解目前空调产业发展动向，把握企业战略发展定位方向不可或缺的专业性报告。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 空调行业发展概述

第一节 空调定义及分类

一、空调的定义

二、空调的种类

三、空调的特性

第二节 空调产业链分析

一、行业经济特性

二、主要细分行业

三、产业链结构分析

第三节 空调行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球空调市场发展分析

第一节 2008年全球空调市场分析

- 一、2008年全球空调市场回顾
- 二、2008年全球空调市场环境
- 三、2008年全球空调产销分析
- 四、2008年全球空调技术分析

第二节 2009年全球空调市场分析

- 一、2009年全球空调需求分析
- 二、2009年欧美空调需求分析
- 三、2009年全球空调产销分析
- 四、2009年中外空调市场对比

第三节 主要国家地区空调市场分析

- 一、2008-2009年美国空调市场分析
- 二、2008-2009年欧洲空调市场分析
- 三、2008-2009年日本空调市场分析
- 四、2008-2009年韩国空调市场分析
- 五、2008-2009年其他国家空调市场

第三章 我国空调行业发展现状

第一节 我国空调行业发展现状

- 一、空调行业品牌发展现状
- 二、空调行业消费市场现状
- 三、空调市场消费层次分析
- 四、我国空调市场走向分析

第二节 2007-2009年空调业发展情况分析

- 一、2007年空调行业发展情况分析
- 二、2008年空调行业发展情况分析
- 三、2009年空调行业发展特点分析
- 四、2009年1-5月空调行业发展情况

第三节 2008-2009年空调行业运行分析

- 一、2008-2009年空调业产销存运行分析
- 二、2008-2009年空调行业利润情况分析
- 三、2008-2009年空调行业发展周期分析
- 四、2009-2012年空调行业发展机遇分析
- 五、2009-2012年空调行业利润增速预测

第四节 对中国空调市场的分析及思考

- 一、空调市场特点
- 二、空调市场分析
- 三、空调市场变化的方向
- 四、中国空调产业发展的新思路
- 五、对中国空调产业发展的思考

第四章 我国空调市场发展研究

第一节 2008年我国空调市场发展研究

- 一、2008年我国空调市场发展概况
- 二、2008年中国商用空调市场概况
- 三、2008年三季度我国空调市场研究
- 四、2008年四季度我国空调市场研究

第二节 2009年我国空调市场情况

- 一、2009年1-5月我国空调产销情况
 - 二、2009年1-5月我国空调市场价格情况
 - 三、2009年1-5月重点城市空调市场发展情况
 - 四、2009年1-5月我国空调市场发展情况
- #### 第三节 2009年我国空调市场结构和价格走势分析
- 一、2009年Q1我国空调市场结构和价格走势概述
 - 二、2009年Q1我国空调市场结构分析
 - 三、2009年Q1我国空调市场价格走势分析
 - 四、2009年1-5月我国空调市场结构和价格走势概述
 - 五、2009年1-5月我国空调市场结构分析
 - 六、2009年1-5月我国空调市场价格走势分析

第四节 2009年我国空调业市场发展特点分析

- 一、2009年Q1我国空调市场格局特点

- 二、2009年Q1我国空调产品创新特点
- 三、2009年Q1我国空调市场服务特点
- 四、2009年Q1我国空调市场品牌特点

第五章 空调行业经济运行分析

第一节 2008-2009年空调产量分析

- 一、2008年空调产量分析
- 二、2009年1-5月空调产量分析

第二节 2008-2009年空调行业主要经济指标分析

- 一、销售收入前十家企业分析
- 二、2008年空调行业主要经济指标分析
- 三、2009年1-5月空调行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年我国空调行业绩效分析

- 一、2008-2009年行业产销情况
- 二、2008-2009年行业规模情况
- 三、2008-2009年行业盈利能力
- 四、2008-2009年行业经营发展能力
- 五、2008-2009年行业偿债能力分析

第六章 我国空调行业进出口分析

第一节 我国空调进口分析

- 一、2008年进口总量分析
- 二、2008年进口结构分析
- 三、2008年进口区域分析

第二节 我国空调出口分析

- 一、2008年出口总量分析
- 二、2008年出口结构分析
- 三、2008年出口区域分析

第三节 我国空调进出口预测

- 一、2009年1季度进口分析
- 二、2009年1季度出口分析
- 三、2009年空调进口预测

四、2009年空调出口预测

第七章 空调细分市场发展分析

第一节 家用空调

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 商用空调

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 中央空调

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 汽车空调

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2009-2012年行业发展趋势分析

第八章 空调区域市场情况分析

第一节 华北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析

- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第九章 中国空调行业消费市场分析

第一节 中国空调消费者收入分析

- 一、中国人口、人民生活分析
- 二、2008-2009年消费者收入水平
- 三、2009年消费者信心指数分析

第二节 空调行业产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 空调市场消费需求分析

- 一、空调市场的消费需求变化
- 二、空调行业的需求情况分析
- 三、2009年空调品牌市场消费需求分析

第四节 空调消费市场状况分析

- 一、空调行业消费特点
- 二、空调消费者分析
- 三、空调消费结构分析

四、空调消费的市场变化

五、空调市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第六节 空调行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、空调行业品牌忠诚度调查

六、空调行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第十章 空调行业营销策略分析

第一节 空调营销分析

一、2008年我国空调业奥运营销分析

二、2009年我国空调市场营销新特点

三、中央空调企业未来营销模式探讨

四、中央空调项目营销的报价技巧

第二节 空调行业发展策略研究

一、空调销售渠道变革发展策略

二、商用空调应对地产市场低迷策略

三、空调企业开拓海外市场策略

第二部分 行业竞争格局

第十一章 空调行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

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 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 中国空调行业竞争格局综述

一、2008年空调行业集中度

二、2008年空调行业竞争程度

三、2008年空调企业与品牌数量

四、2008年空调行业竞争格局分析

第四节 2008-2009年空调行业竞争格局分析

一、2008-2009年国内外空调竞争分析

二、2008-2009年我国空调市场竞争分析

三、2008-2009年我国空调市场集中度分析

四、2009-2012年国内主要空调企业动向

五、2009年国内空调拟在建项目分析

第十二章 空调企业竞争策略分析

第一节 空调市场竞争策略分析

一、2009年空调市场增长潜力分析

二、2009年空调主要潜力品种分析

三、现有空调产品竞争策略分析

四、潜力空调品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 空调企业竞争策略分析

一、金融危机对空调行业竞争格局的影响

二、金融危机后空调行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国空调市场竞争趋势

四、2009-2012年空调行业竞争格局展望

五、2009-2012年空调行业竞争策略分析

六、2009-2012年空调企业竞争策略分析

第十三章 重点空调企业竞争分析

第一节 海尔

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 格力

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 美的

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 志高

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 奥克斯

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 海信

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 松下

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 三菱

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第九节 春兰

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十节 LG

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十四章 空调行业发展趋势分析

第一节 我国空调行业前景与机遇分析

一、我国空调行业发展前景

二、我国空调发展机遇分析

三、2009年空调的发展机遇分析

四、金融危机对空调行业的影响分析

第二节 2009-2012年中国空调市场趋势分析

一、2008-2009年空调市场趋势总结

- 二、2009-2012年空调发展趋势分析
- 三、2009-2012年空调市场发展空间
- 四、2009-2012年空调产业政策趋向
- 五、2009-2012年空调技术革新趋势
- 六、2009-2012年空调价格走势分析
- 七、2009-2012年国际环境对行业的影响

第十五章 未来空调行业发展预测

第一节 未来空调需求与消费预测

- 一、2009-2012年空调产品消费预测
- 二、2009-2012年空调市场规模预测
- 三、2009-2012年空调行业总产值预测
- 四、2009-2012年空调行业销售收入预测
- 五、2009-2012年空调行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国空调行业供需预测

- 一、2008-2012年中国空调供给预测
- 二、2009-2012年中国空调产量预测
- 三、2009-2012年中国空调需求预测
- 四、2009-2012年中国空调供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国空调产品价格预测
- 六、2009-2012年主要空调产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十六章 空调行业投资现状分析

第一节 2008年空调行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1-5月空调行业投资情况分析

- 一、2009年1-5月总体投资及结构
- 二、2009年1-5月投资规模情况
- 三、2009年1-5月投资增速情况
- 四、2009年1-5月分行业投资分析
- 五、2009年1-5月分地区投资分析
- 六、2009年1-5月外商投资情况

第十七章 空调行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年空调行业政策环境分析
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

- 一、国内空调技术现状
- 二、2009年空调技术发展分析
- 三、2009-2012年空调技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第五节 轻工业振兴规划

- 一、轻工业振兴规划概述
- 二、轻工业振兴规划细则
- 三、轻工业振兴规划主要任务
- 四、轻工业振兴规划主要工程
- 五、轻工业振兴规划主要措施
- 六、轻工业振兴规划的意义与作用
- 七、轻工业振兴规划对空调行业的影响

第十八章 空调行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2009年相关产业活力系数比较

二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2009年相关产业投资收益率比较

二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 空调行业投资效益分析

一、2008-2009年空调行业投资状况分析

二、2009-2012年空调行业投资效益分析

三、2009-2012年空调行业投资趋势预测

四、2009-2012年空调行业的投资方向

五、2009-2012年空调行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响空调行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响空调行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响空调行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响空调行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国空调行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国空调行业发展面临的机遇分析

第五节 空调行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年空调行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年空调行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年空调行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年空调行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年空调行业同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年空调行业其他风险及控制策略

第十九章 空调行业投资战略研究

第一节 空调行业发展战略研究

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

第二节 对我国空调品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、空调实施品牌战略的意义

三、空调企业品牌的现状分析

四、我国空调企业的品牌战略

五、空调品牌战略管理的策略

第三节 空调企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源

七、财务管理

八、国际化策略

第四节 空调行业投资战略研究

一、2009年家电行业投资战略

二、2009年空调行业投资战略

三、2009-2012年空调行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：空调产业链分析

图表：国际空调市场规模

图表：国际空调生命周期

图表：2003-2008年中国空调行业市场规模

图表：2002-2008年全球空调产业市场规模

图表：2006-2008年空调重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国空调行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国空调行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国空调行业资产情况分析

图表：2007-2008年空调产品进口数量比较

图表：2007-2008年空调进口金额趋势比较

图表：2007-2008年空调进口数量趋势比较

图表：2007-2008年空调出口金额趋势比较

图表：2007-2008年空调出口数量趋势比较

图表：2008年我国前十位出口空调数量省市地区

图表：2008年我国前十位出口空调金额省市地区

图表：2007-2008年中国空调发展能力分析

图表：2007-2008年中国空调竞争力分析

图表：2009-2012年中国空调产能预测

图表：2009-2012年中国空调消费量预测

图表：2009-2012年中国空调市场前景预测

图表：2009-2012年中国空调市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国空调发展前景预测

图表：2008年1-12月空调产量全国合计

图表：2008年1-12月空调产量北京市合计

图表：2008年1-12月空调产量天津市合计

图表：2008年1-12月空调产量河北省合计

图表：2008年1-12月空调产量山西省合计

图表：2008年1-12月空调产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月空调产量吉林省合计

图表：2008年1-12月空调产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月空调产量上海市合计

图表：2008年1-12月空调产量江苏省合计

图表：2008年1-12月空调产量浙江省合计

图表：2008年1-12月空调产量安徽省合计

图表：2008年1-12月空调产量福建省合计

图表：2008年1-12月空调产量江西省合计

图表：2008年1-12月空调产量山东省合计

图表：2008年1-12月空调产量河南省合计

图表：2008年1-12月空调产量湖北省合计

图表：2008年1-12月空调产量湖南省合计

图表：2008年1-12月空调产量广东省合计

图表：2008年1-12月空调产量广西区合计

图表：2008年1-12月空调产量海南省合计

图表：2008年1-12月空调产量重庆市合计

图表：2008年1-12月空调产量四川省合计

图表：2008年1-12月空调产量贵州省合计

图表：2008年1-12月空调产量云南省合计

图表：2008年1-12月空调产量陕西省合计

图表：2008年1-12月空调产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月空调产量新疆区合计

图表：2008年1-12月空调产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月空调产量全国合计

图表：2009年1-5月空调产量北京市合计

图表：2009年1-5月空调产量天津市合计

图表：2009年1-5月空调产量河北省合计

图表：2009年1-5月空调产量山西省合计

图表：2009年1-5月空调产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月空调产量吉林省合计

图表：2009年1-5月空调产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月空调产量上海市合计

图表：2009年1-5月空调产量江苏省合计

图表：2009年1-5月空调产量浙江省合计

图表：2009年1-5月空调产量安徽省合计

图表：2009年1-5月空调产量福建省合计

图表：2009年1-5月空调产量江西省合计

图表：2009年1-5月空调产量山东省合计

图表：2009年1-5月空调产量河南省合计

图表：2009年1-5月空调产量湖北省合计

图表：2009年1-5月空调产量湖南省合计

图表：2009年1-5月空调产量广东省合计

图表：2009年1-5月空调产量广西区合计

图表：2009年1-5月空调产量海南省合计

图表：2009年1-5月空调产量重庆市合计

图表：2009年1-5月空调产量四川省合计

图表：2009年1-5月空调产量贵州省合计

图表：2009年1-5月空调产量云南省合计

图表：2009年1-5月空调产量陕西省合计

图表：2009年1-5月空调产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月空调产量新疆区合计

图表：2009年1-5月空调产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月空气调节器具行业经济指标新疆区合计

图表：2008年2月空气调节器具行业收入前十家企业

图表：2008年5月空气调节器具行业收入前十家企业

图表：2008年8月空气调节器具行业收入前十家企业

图表：2008年11月空气调节器具行业收入前十家企业

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标全国合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月空气调节器具行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月空调进口数据

图表：2008年1季度空调进口数据

图表：2008年1月空调进口数据

图表：2008年2月空调进口数据

图表：2008年3月空调进口数据

图表：2008年2季度空调进口数据

图表：2008年4月空调进口数据

图表：2008年5月空调进口数据

图表：2008年6月空调进口数据

图表：2008年3季度空调进口数据

图表：2008年7月空调进口数据

图表：2008年8月空调进口数据

图表：2008年9月空调进口数据

图表：2008年4季度空调进口数据

图表：2008年10月空调进口数据

图表：2008年11月空调进口数据

图表：2008年12月空调进口数据

图表：2008年1-12月空调出口数据

图表：2008年1季度空调出口数据

图表：2008年1月空调出口数据

图表：2008年2月空调出口数据

图表：2008年3月空调出口数据

图表：2008年2季度空调出口数据

图表：2008年4月空调出口数据

图表：2008年5月空调出口数据

图表：2008年6月空调出口数据

图表：2008年3季度空调出口数据

图表：2008年7月空调出口数据

图表：2008年8月空调出口数据

图表：2008年9月空调出口数据

图表：2008年4季度空调出口数据

图表：2008年10月空调出口数据

图表：2008年11月空调出口数据

图表：2008年12月空调出口数据

图表：2009年1-5月空调进口数据

图表：2009年1季度空调进口数据

图表：2009年1月空调进口数据

图表：2009年2月空调进口数据

图表：2009年3月空调进口数据

图表：2009年2季度空调进口数据

图表：2009年4月空调进口数据

图表：2009年1-5月空调出口数据

图表：2009年1季度空调出口数据

图表：2009年1月空调出口数据

图表：2009年2月空调出口数据

图表：2009年3月空调出口数据

图表：2009年2季度空调出口数据

图表：2009年4月空调出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/125626.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。