



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国空调行业投资 分析及深度研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年中国空调行业投资分析及深度研究咨询报告》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/134733.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

→内容简介

从2009年上半年空调销售数据看，大部分空调品牌价格下降幅度普遍超过30%。经历了价格下调的阵痛后，各个品牌面对市场形势，已经有了充分的心理承受和应变能力。价格走跌的原因归结如下：内销需求下降、原材料价格走低以及厂家清理库存产品。全国迄今空调保有量近2亿台。如此巨大的市场保有量成为内需下降的一个至关重要的原因。其次，城市房地产市场不景气，虽然3月份开始出现了楼市的小阳春，但是大部分人都还处于持币观望的态度。城市空调市场需求的提高还需期待下半年"金九银十"的地产市场表现。第三，农村市场难有突破。很多空调厂家销售渠道、售后网络不是很健全。同时，空调对安装和电力基础设施建设有较高要求。这些都成了空调在农村市场发展的瓶颈。最后，因为受金融危机的影响，部分人群的收入水平下降，所以导致空调的购买需求也随之下降。原材料价格的走低则为空调产品提供了价格下降的空间。2009年1月，作为空调重要原材料的铜，价格只有2008年最高价位的1/3。铝、钢等其他空调原材料价格也在下降，空调的制造成本已经减少许多。从内销的需求来看，需求的下降使得降价成为空调厂家争夺市场的必然选择。库存产品降价促销，2008年底国内空调库存多达1500万台，各大空调品牌厂家在库存压力面前，都在积极调整2009年的销售思路。如果不能在新能效标准实施前把能效不能达标的空调销售出去，这些低能效空调就彻底成了"废铜烂铁"，给企业造成资金链危机。因此，各厂家无一例外地都选择通过降价促销等措施将库存低价甩卖套现，以加速资金周转。

从上半年空调厂家普遍喊涨等种种迹象可以预测，下半年空调市场价格将有波动，可以从以下两方面分析：一方面原材料价格上涨空调价格重拾升势。7月，国际原油价格一度突破70美元/桶，创下6个月以来的新高。同时，自3月以来，铜、铝、钢等原材料价格开始走高，使空调的生产成本增加。如果原材料价格持续上涨，下半年空调价格有望触底反弹。另一方面产销趋于平衡，库存压力减小。由于3月份开始空调市场便进入旺季，基于国美、苏宁等渠道商的压力和自身巨大的库存压力，空调厂商不得不对空调进行降价甚至亏本销售，价格大战让各厂家伤痕累累。目前，空调行业经过上半年全面调整，产销开始趋于平衡，厂商的库存压力已经减小。同时，由于下半年市场将开始转入淡季，渠道商的压力和库存压力都会减少，各品牌厂家极有可能通过提高价格以提升产品毛利率。新能效标准的执行，将使空调的节能卖点不复存在。健康、时尚和价格将成为空调市场最大亮点和卖点。

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进出口市场的发展情况，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。

→报告目录

第一部分 行业发展概况及国外市场分析

第一章 空调概述 1

第一节 空调定义和工作原理 1

一、空调定义 1

二、空调工作原理 1

第二节 空调的功能和发展历史 1

一、空调的功能 1

二、空调的发明 2

三、空调发展历史 3

第三节 中国空调产业发展历程 4

一、萌芽阶段 4

二、引进阶段 5

三、成长阶段 5

四、快速增长阶段 5

五、高速发展阶段 6

六、平稳发展阶段 7

第四节 我国家用空调产品外观历史演变 7

一、第一代格栅式面板家用空调器 7

二、第二代格栅式面板家用空调器 8

三、光面板时代的来临 9

四、彩色面板的异军突起 10

第二章 世界空调行业市场分析 12

第一节 2009年全球空调市场发展分析 12

- 一、2009年全球空调市场发展现状 12
- 二、金融危机对全球空调市场影响 13
- 三、2009年全球空调市场发展趋势 17

第二节 主要国家 17

- 一、德国 17
- 二、意大利 18
- 三、法国 19
- 四、俄罗斯 19
- 五、西班牙 21
- 六、英国 22
- 七、加拿大 23
- 八、日本 24

第二部分 行业发展现状分析

第三章 我国空调产业发展分析 27

第一节 2009年中国空调市场发展现状 27

- 一、2009年上半年空调市场发展状况 27
- 二、2008-2009年空调产量统计 29
- 三、2009年空调行业库存情况分析 32
- 四、2009年天气对空调销售影响 33
- 五、2009年空调市场热点分析 35

第二节 2009年中国空调市场形势分析 38

- 一、2009年上半年空调行业发展形势 38
- 二、2009年上半年空调市场价格变化分析 40
- 三、2009年上半年空调品牌动向分析 42
- 四、2009年上半年空调新品分析 44
- 五、2009年下半年空调价格走势预测 48

第三节 2009年中国高能效空调市场分析 50

- 一、2009年空调厂商产品高能效定位分析 50
- 二、2009年2级能效空调销售情况 51
- 三、2009年空调"以旧换新"节能产品销售情况 52
- 四、2009年空调厂商应对能效标准策略 58

五、2009年"节能产品补贴"对空调市场影响 60

第四节 2009年中国空调下乡分析 62

一、2009年上半年空调下乡情况分析 62

二、2009年上半年空调下乡销售数据分析 63

三、2009年农村空调市场潜力分析 64

第四章 我国变频空调市场发展分析 66

第一节 2009年我国变频空调市场政策分析 66

一、变频空调未入第二批高效节能空调名单 66

二、未来两年变频空调政策分析 66

三、2009年上海补贴变频空调政策分析 68

四、2009年变频空调企业应对无缘补贴策略 69

第二节 2009年我国变频空调市场分析 72

一、变频空调市场发展历程 72

二、2009年政策对变频空调市场影响分析 81

三、2009年政策影响下变频空调市场发展分析 82

四、2009年变频空调阵营信任危机分析 83

五、2009年变频空调市场蓝海局面分析 87

六、2009年变频空调市场发展方向分析 89

第三节 2009年我国变频空调市场竞争分析 92

一、2009年变频空调市场占有率分析 92

二、2009年变频空调市场外资国产品牌竞争分析 93

三、2009年变频空调市场竞争分析 94

第四节 2009年我国重点变频空调企业动向分析 100

一、海信 100

二、美的 101

三、格力 108

四、长虹 114

第五章 2009年我国空调市场季度发展研究 116

第一节 2009年第一季度中国空调市场研究 116

一、市场概况 116

二、市场结构研究	118
三、市场价格研究	127
四、2009年一季度空调行业运行状况	131
第二节 2009年第二季度中国空调市场研究	132
一、市场概况	132
二、市场结构研究	135
三、市场价格研究	143
四、市场发展趋势预测	147
第三节 2009年上半年中国空调市场价格研究分析	149
一、空调市场价格区间关注比例格局	149
二、空调市场价格区间关注比例与产品数量对比	151
三、空调市场不同价格区间品牌分布比例	152

第六章 2009年我国空调市场月度发展研究 155

第一节 2009年1月中国空调市场发展研究 155

一、整体市场关注度	156
二、品牌关注度格局	157
三、不同类别关注度	158
四、不同价位关注度	161
五、三大品牌热门产品排行情况	162

第二节 2009年2月中国空调市场发展研究 163

一、整体市场关注度	164
二、品牌关注度格局	165
三、不同类别关注度	166
四、不同价位关注度	170
五、三大品牌热门产品排行情况	171

第三节 2009年3月中国空调市场发展研究 172

一、整体市场关注度	173
二、品牌关注度格局	174
三、不同类别关注度	175
四、不同价位段关注度	179
五、三大品牌热门产品排行情况	180

第四节 2009年4月中国空调市场发展研究 181

一、整体市场关注度 182

二、品牌关注度格局 183

三、不同类别关注度 185

四、不同价位段关注度 188

五、三大品牌热门产品排行情况 189

第五节 2009年5月中国空调市场发展研究 190

一、整体市场关注度 191

二、品牌关注度格局 192

三、不同类别关注度 193

四、不同价位段关注度 195

五、三大品牌热门产品排行情况 196

第六节 2009年6月中国空调市场发展研究 197

一、整体市场关注度 198

二、品牌关注度格局 199

三、产品关注度调查 200

四、三大品牌热门产品排行情况 204

第七节 2009年7月中国空调市场发展研究 205

一、空调品牌格局及用户关注走势 205

二、空调品牌关注比例变化分析 207

三、空调价格关注比例走势 209

四、空调重点价格段品牌关注比例 211

五、空调不同类型与功率关注比例 212

六、空调品牌关注度排名分析 214

第七章 我国空调进出口分析 216

第一节 2008年空调进出口分析 216

一、2008年我国空调进口统计 216

二、2008年我国空调出口统计 218

三、2008年我国主要省市空调进口统计 221

四、2008年我国主要省市空调出口统计 225

第二节 2009年空调出口情况及预测分析 229

- 一、2009年上半年我国空调出口情况分析 229
- 二、2009年第四季度家用空调行业出口预测 231
- 三、2009年空调行业出口形势预测 232
- 四、2010年国产空调出口预测 233

第三部分 行业竞争格局分析

第八章 空调行业竞争分析 235

第一节 2009年空调行业竞争格局分析 235

- 一、2009年空调行业竞争格局 235
- 二、2009年补贴政策对空调行业竞争影响 237
- 三、2009年变频空调市场竞争状况 239

第二节 2009年空调竞争影响因素分析 240

- 一、2009年空调行业竞争因素分析 240
- 二、空调品牌"节能"竞争分析 241
- 三、2009年空调市场价格战分析 243
- 四、2009年高温对空调市场竞争影响分析 245
- 五、2009年家电下乡对空调业竞争影响分析 247

第三节 2009年上半年空调竞争分析 250

- 一、2009年1月我国空调市场竞争分析 250
- 二、2009年2月我国空调市场竞争分析 255
- 三、2009年3月我国空调市场竞争分析 259
- 四、2009年4月我国空调市场竞争分析 262
- 五、2009年5月我国空调市场竞争分析 266
- 六、2009年6月我国空调市场竞争分析 270

第九章 空调行业营销和策略分析 274

第一节 中国空调渠道模式对比分析 274

- 一、家电连锁卖场 274
- 二、专业经销商 276
- 三、百货商场 278
- 四、专卖店 279

第二节 中国空调营销及策略分析 282

- 一、空调销售渠道变革发展策略 282
- 二、2009年空调内销市场策略 284
- 三、2009年上半年二线空调"高能低价"策略 287
- 第三节 中国空调细分市场营销策略分析 288
 - 一、2009年高能效空调普及营销策略 288
 - 二、2009年变频空调营销策略分析 290
 - 三、中央空调企业未来营销模式探讨 292
 - 四、中央空调项目营销的报价技巧 298

第十章 空调行业商业模式分析 302

第一节 中国空调业北派与南派模式对比分析 302

- 一、南北分布及实力比较 302
- 二、定单制及实践代表 302
- 三、做大做强与利润规模 303

第二节 中国空调业商业模式分析 304

- 一、三大空调企业商业模式剖析 304
- 二、2009年空调业"即需即供"模式分析 306
- 三、二线空调品牌"错位"经销模式 307

第三节 重点空调公司商业模式分析 308

- 一、2009年上半年海尔空调商业模式分析 308
- 二、美的独特变频空调模式分析 310
- 三、格力空调商业模式分析 312

第十一章 空调行业优势企业分析 317

第一节 海尔 317

- 一、公司简介 317
- 二、2008-2009年财务分析 318
- 三、2009年海尔节能环保空调发展分析 323
- 四、2009年海尔空调发展战略分析 326

第二节 美的 327

- 一、公司简介 327
- 二、2008-2009年财务分析 328

三、2009年美的空调发展动态 333

四、2009年美的空调发展战略 334

第三节 格力 335

一、公司简介 335

二、2008-2009年财务分析 336

三、2009年公司发展战略分析 340

第四节 海信 343

一、公司简介 343

二、2008-2009年公司财务状况 344

三、2009年海信变频空调销量情况 352

第五节 双良 353

一、公司简介 353

二、2008-2009年财务分析 354

三、2009年公司发展机遇分析 358

第六节 春兰 359

一、公司简介 359

二、2008-2009年财务分析 360

三、2009年春兰空调销售情况 364

第七节 志高 366

一、公司简介 366

二、2009年志高空调发展战略分析 367

三、2009年公司空调产品动态 368

第八节 奥克斯空调 368

一、公司简介 368

二、2009年公司产品销售状况 369

三、2010年公司发展战略分析 370

第九节 松下空调 372

一、公司简介 372

二、2009年公司动向分析 373

三、2009年公司空调新产品战略分析 375

第十节 三菱空调 376

一、公司简介 376

- 二、2009年公司空调项目分析 377
- 三、2009年公司空调压缩机生产计划 378

第四部分 行业趋势及投资分析

第十二章 空调行业发展趋势分析 379

第一节 2009年空调行业发展趋势 379

- 一、产品外观重视趋势 379
- 二、能效比提升趋势 379
- 三、注重节能趋势 379
- 四、健康和时尚趋势 379
- 五、变频空调主流趋势 380
- 六、品牌竞争走向 380

第二节 2009年空调市场发展趋势分析 380

- 一、2009年空调市场发展趋势分析 380
 - 二、空调市场集中度提高趋势 384
 - 三、2009年空调市场消费趋势 386
 - 四、空调市场两极化趋势 390
 - 五、家用中央空调普及趋势 390
- #### 第三节 2010年空调行业发展趋势分析 391
- 一、2010年空调市场特征预测 391
 - 二、2010年空调市场竞争预测 393
 - 三、2010年空调业格局变化预测 396

第十三章 空调行业投资分析 399

第一节 政策法规环境分析 399

- 一、2009年3C行业政策环境 399
- 二、2009年国内宏观政策对其影响 402
- 三、2009年行业产业政策对其影响 403

第二节 2009-2011年空调行业投资分析 403

- 一、2009-2011年空调行业投资风险分析 403
- 二、2009-2011年空调行业投资机遇分析 404

图表目录

图表：2009年1-6月空调市场关注度对比 27

图表：2009年1-6月空调市场关注度走势对比 28

图表：2009年1-6月空调市场关注比例分布 28

图表：2008-2009年空调产量全国统计 29

图表：2008-2009年空调产量天津市统计 29

图表：2008-2009年空调产量辽宁省统计 29

图表：2008-2009年空调产量上海市统计 30

图表：2008-2009年空调产量江苏省统计 30

图表：2008-2009年空调产量浙江省统计 30

图表：2008-2009年空调产量安徽省统计 30

图表：2008-2009年空调产量福建省统计 30

图表：2008-2009年空调产量江西省统计 30

图表：2008-2009年空调产量山东省统计 31

图表：2008-2009年空调产量河南省统计 31

图表：2008-2009年空调产量湖北省统计 31

图表：2008-2009年空调产量湖南省统计 31

图表：2008-2009年空调产量广东省统计 31

图表：2008-2009年空调产量全国统计 31

图表：2008-2009年空调产量四川省统计 32

图表：2004-2009年空调行业销售均价 41

图表：2009年6月上旬所铜价回升至4万元/吨但仍有小幅波动 49

图表：2009年6月上旬所铝价有小幅上扬 49

图表：空调高效节能产品推广价格表 60

图表：2009年高效节能空调器推广财政补助标准 61

图表："节能产品惠民工程"标识 62

图表：2009年上半年空调下乡销售数据 64

图表：2009年第一季度中国市场最受用户关注的十大空调品牌市场份额 118

图表：2009年第一季度中国市场最受用户关注的十大空调品牌分布 118

图表：2009年第一季度中国市场七大区域空调关注比例分布 119

图表：2009年第一季度空调厂商在中国七大区域市场关注度排名 120

图表：2009年第一季度中国市场挂式与历史空调关注比例分布 121

图表：2009年1至3月不同类型空调关注度走势对比 122

图表：2009年第一季度中国市场变频与非变频空调关注比例分布 122

图表：2009年1至3月变频与非变频空调关注度走势对比 123

图表：2009年第一季度中国市场不同冷暖类型空调关注比例分布 123

图表：2009年1至3月不同冷暖类型空调关注度走势对比 124

图表：2009年第一季度不同功率空调关注比例对比 125

图表：2009年第一季度不同价位段空调关注比例分布 125

图表：2009年1至3月不同价位段空调关注度走势对比 126

图表：2009年第一季度主流品牌挂式空调市场均价对比 127

图表：2009年第一季度主流品牌立式空调市场均价对比 128

图表：2009年第一季度主流品牌1.5匹空调市场均价对比 129

图表：2009年第一季度主流品牌2匹空调市场均价对比 130

图表：2009年第一季度主流品牌小1匹空调市场均价对比 131

图表：2009年第二季度中国市场最受用户关注的十大空调品牌市场份额 135

图表：2009年第二季度中国市场最受用户关注的十大空调品牌分布 135

图表：2009年第二季度中国市场七大区域空调关注比例分布 137

图表：2009年第二季度空调厂商在中国七大区域市场关注度排名 138

图表：2009年第二季度中国市场挂式与历史空调关注比例分布 139

图表：2009年1至6月不同类型空调关注度走势对比 139

图表：2009年第二季度中国市场变频与非变频空调关注比例分布 140

图表：2009年1至6月变频与非变频空调关注度走势对比 140

图表：2009年第二季度不同功率空调关注比例对比 141

图表：2009年第二季度不同价位段空调关注比例分布 142

图表：2009年1至6月不同价位段空调关注度走势对比 142

图表：2009年第二季度主流品牌挂式空调市场均价对比 143

图表：2009年第二季度主流品牌立式空调市场均价对比 144

图表：2009年第二季度主流品牌1.5匹空调市场均价对比 145

图表：2009年第二季度主流品牌小1匹空调市场均价对比 146

图表：2009年第二季度主流品牌2匹空调市场均价对比 147

图表：2009年上半年空调市场不同价格区间平均关注比例 149

图表：2009年上半年空调市场不同价格区间关注比例走势 150

图表：2009年空调市场不同价格区间平均关注比例与相应产品数量对比 151

图表：2009年空调市场不同价格区间平均关注比例与相应数量比例对比 151

图表：2009年上半年空调2000元以下价格区间品牌分布比例 152

图表：2009年上半年空调2000-3000元价格区间品牌分布比例 153

图表：2009年上半年空调3000-4000元价格区间品牌分布比例 153

图表：2008年7月至2009年1月中国空调市场关注度对比 156

图表：2009年1月中国市场最受用户关注的十大空调品牌关注比例 157

图表：2008年12月与2009年1月中国市场最受用户关注的十大空调品牌关注比例分布 157

图表：2009年1月中国市场挂式与立式空调关注比例分布 158

图表：2009年1月中国市场不同冷暖类型空调关注比例分布 159

图表：2009年1月中国市场变频与非变频空调关注度对比 160

图表：2009年1月中国市场不同功率空调关注比例对比 160

图表：2009年1月中国市场不同价位段空调关注比例分布 161

图表：2009年1月格力热门产品TOP5排行 162

图表：2009年1月美的热门产品TOP5排行 162

图表：2009年1月海尔热门产品TOP5排行 163

图表：2008年9月至2009年2月中国空调市场关注度对比 164

图表：2009年2月中国市场最受用户关注的十大空调品牌关注比例分布 165

图表：2009年1、2月中国市场最受用户关注的十大空调品牌关注比例分布对比 165

图表：2009年2月中国市场挂式与立式空调关注比例分布 166

图表：2009年2月中国市场不同冷暖类型空调关注比例分布 167

图表：2009年2月中国市场变频与非变频空调关注度对比 168

图表：2009年2月中国市场不同功率空调关注比例对比 169

图表：2009年2月中国市场不同价位段空调关注比例分布 170

图表：2009年2月格力热门产品TOP5排行 171

图表：2009年2月美的热门产品TOP5排行 171

图表：2009年2月海尔热门产品TOP5排行 172

图表：2008年10月至2009年3月中国空调市场关注度对比 173

图表：2009年3月中国市场最受用户关注的十大空调品牌关注比例分布 174

图表：2009年2、3月中国市场最受用户关注的十大空调品牌关注比例分布对比 174

图表：2009年3月中国市场挂式与立式空调关注比例分布 175

图表：2009年3月中国市场不同冷暖空调关注比例分布 176

图表：2009年3月中国市场变频与非变频空调关注度对比 177

图表：2009年3月中国市场不同功率空调关注比例对比 178

图表：2009年3月中国市场不同价位段空调关注比例分布 179

图表：2009年3月格力热门产品TOP5排行 180

图表：2009年3月美的热门产品TOP5排行 180

图表：2009年3月海尔热门产品TOP5排行 181

图表：2008年11月至2009年4月中国空调市场关注度对比 182

图表：2009年4月中国市场最受用户关注的十大空调品牌关注比例分布 183

图表：2009年3、4月中国市场最受用户关注的十大空调品牌关注比例分布 184

图表：2009年4月中国市场挂式与立式空调关注比例分布 185

图表：2009年4月中国市场不同冷暖类型空调关注比例分布 185

图表：2009年4月中国市场变频与非变频空调关注度对比 186

图表：2009年4月中国市场不同功率空调关注比例对比 187

图表：2009年4月中国市场不同价位段空调关注比例分布 188

图表：2009年4月格力热门产品TOP5排行 189

图表：2009年4月美的热门产品TOP5排行 189

图表：2009年4月海尔热门产品TOP5排行 190

图表：2008年12月至2009年5月中国空调市场关注度对比 191

图表：2009年5月中国市场最受用户关注的十大空调品牌关注比例分布 192

图表：2009年4、5月中国市场最受用户关注的十大空调品牌关注比例对比 192

图表：2009年5月中国市场挂式与立式空调关注比例分布 193

图表：2009年5月中国市场变频与非变频空调关注度对比 194

图表：2009年5月中国市场不同功率空调关注比例对比 194

图表：2009年5月中国市场不同价位段空调关注比例分布 195

图表：2009年5月格力热门产品TOP5排行 196

图表：2009年5月美的热门产品TOP5排行 196

图表：2009年5月海尔热门产品TOP5排行 197

图表：2009年1至6月中国空调市场关注度对比 198

图表：2009年6月中国市场最受用户关注的十大空调品牌关注比例分布 199

图表：2009年5、6月中国市场最受用户关注的十大空调品牌关注对比分析 199

图表：2009年6月中国市场挂式与立式空调关注比例分布 200

图表：2009年6月中国市场变频与非变频空调关注度对比 201

图表：2009年6月中国市场不同功率空调关注比例对比 202

图表：2009年6月中国市场不同价位段空调关注比例分布 202

图表：2009年4至6月不同价位段空调关注度走势 203

图表：2009年6月格力热门产品TOP5排行 204

图表：2009年6月美的热门产品TOP5排行 204

图表：2009年6月海尔热门产品TOP5排行 204

图表：2009年7月空调市场不同品牌关注比例统计 205

图表：2009年7月空调市场用户关注指数走势统计 206

图表：2009年6月与7月空调市场用户关注指数走势对比 206

图表：2009年7月空调市场不同品牌关注比例与产品数量对比 207

图表：2009年7月TOP10品牌关注比例与6月对比变化 208

图表：2009年7月空调市场不同价格区间关注比例统计 209

图表：2009年7月空调不同价格区间关注比例与数量比例对比 210

图表：2009年7月与6月不同价格区间空调市场关注比例变化 210

图表：2009年7月2K-3K元以下空调不同品牌关注比例 211

图表：2009年7月4K元以上空调不同品牌关注比例统计 211

图表：2009年7月空调不同类型用户关注比例统计 212

图表：2009年7月空调不同功率用户关注比例统计 213

图表：2009年7月最受用户关注空调TOP10 214

图表：2009年7月空调市场最受用户关注TOP10产品参数分析 215

图表：2008年1-12月我国空调进口统计 216

图表：2008年1月我国空调进口统计 216

图表：2008年2月我国空调进口统计 216

图表：2008年3月我国空调进口统计 216

图表：2008年1季度我国空调进口统计 216

图表：2008年4月我国空调进口统计 217

图表：2008年5月我国空调进口统计 217

图表：2008年6月我国空调进口统计 217

图表：2008年2季度我国空调进口统计 217

图表：2008年7月我国空调进口统计 217

图表：2008年8月我国空调进口统计 217

图表：2008年9月我国空调进口统计 217

图表：2008年3季度我国空调进口统计 218

图表：2008年10月我国空调进口统计 218

图表：2008年11月我国空调进口统计 218

图表：2008年12月我国空调进口统计 218

图表：2008年4季度我国空调进口统计 218

图表：2008年1-12月我国空调出口统计 218

图表：2008年1月我国空调出口统计 219

图表：2008年2月我国空调出口统计 219

图表：2008年3月我国空调出口统计 219

图表：2008年1季度我国空调出口统计 219

图表：2008年4月我国空调出口统计 219

图表：2008年5月我国空调出口统计 219

图表：2008年6月我国空调出口统计 219

图表：2008年2季度我国空调出口统计 220

图表：2008年7月我国空调出口统计 220

图表：2008年8月我国空调出口统计 220

图表：2008年9月我国空调出口统计 220

图表：2008年3季度我国空调出口统计 220

图表：2008年10月我国空调出口统计 220

图表：2008年11月我国空调出口统计 220

图表：2008年12月我国空调出口统计 221

图表：2008年4季度我国空调出口统计 221

图表：2008年1-12月北京市空调进口统计 221

图表：2008年1-12月天津市空调进口统计 221

图表：2008年1-12月河北省空调进口统计 221

图表：2008年1-12月山西省空调进口统计 221

图表：2008年1-12月内蒙古区空调进口统计 221

图表：2008年1-12月辽宁省空调进口统计 222

图表：2008年1-12月吉林省空调进口统计 222

图表：2008年1-12月黑龙江省空调进口统计 222

图表：2008年1-12月上海市空调进口统计 222

图表：2008年1-12月江苏省空调进口统计 222

图表：2008年1-12月浙江省空调进口统计 222

图表：2008年1-12月安徽省空调进口统计 222

图表：2008年1-12月福建省空调进口统计 223

图表：2008年1-12月江西省空调进口统计 223

图表：2008年1-12月山东省空调进口统计 223

图表：2008年1-12月河南省空调进口统计 223

图表：2008年1-12月湖北省空调进口统计 223

图表：2008年1-12月湖南省空调进口统计 223

图表：2008年1-12月广东省空调进口统计 223

图表：2008年1-12月广西区空调进口统计 224

图表：2008年1-12月海南省空调进口统计 224

图表：2008年1-12月重庆市空调进口统计 224

图表：2008年1-12月四川省空调进口统计 224

图表：2008年1-12月贵州省空调进口统计 224

图表：2008年1-12月云南省空调进口统计 224

图表：2008年1-12月陕西省省空调进口统计 224

图表：2008年1-12月青海省空调进口统计 225

图表：2008年1-12月新疆区空调进口统计 225

图表：2008年1-12月北京市空调出口统计 225

图表：2008年1-12月天津市空调出口统计 225

图表：2008年1-12月河北省空调出口统计 225

图表：2008年1-12月山西省空调出口统计 225

图表：2008年1-12月内蒙古区空调出口统计 226

图表：2008年1-12月辽宁省空调出口统计 226

图表：2008年1-12月吉林省空调出口统计 226

图表：2008年1-12月黑龙江省空调出口统计 226

图表：2008年1-12月上海市空调出口统计 226

图表：2008年1-12月江苏省空调出口统计 226

图表：2008年1-12月浙江省空调出口统计 226

图表：2008年1-12月安徽省空调出口统计 227

图表：2008年1-12月福建省空调出口统计 227

图表：2008年1-12月江西省空调出口统计 227

图表：2008年1-12月山东省空调出口统计 227

图表：2008年1-12月河南省空调出口统计 227

图表：2008年1-12月湖北省空调出口统计 227

图表：2008年1-12月湖南省空调出口统计 227

图表：2008年1-12月广东省空调出口统计 228

图表：2008年1-12月广西区空调出口统计 228

图表：2008年1-12月重庆市空调出口统计 228

图表：2008年1-12月四川省空调出口统计 228

图表：2008年1-12月贵州省空调出口统计 228

图表：2008年1-12月云南省空调出口统计 228

图表：2008年1-12月西藏区空调出口统计 228

图表：2008年1-12月陕西省省空调出口统计 229

图表：2008年1-12月甘肃省空调出口统计 229

图表：2008年1-12月新疆区空调出口统计 229

图表：2009年1月最受用户关注的十款空调产品排行 251

图表：2009年1月最受用户关注的十款空调产品分析 252

图表：2009年1月最受用户关注的十款3000元内空调排行 254

图表：2009年1月最受用户关注的十款3000元内空调分析 254

图表：2009年2月最受用户关注的十款空调产品排行 256

图表：2009年2月最受用户关注的十款空调产品分析 257

图表：2009年2月最受用户关注的十款3000元以下空调排行 258

图表：2009年2月最受用户关注的十款3000元以下空调分析 259

图表：2009年3月最受用户关注的十大空调品牌市场份额 260

图表：2009年3月最受用户关注的十大空调品牌排行 260

图表：2009年3月最受用户关注的十款空调产品排行 261

图表：2009年3月最受用户关注的十款空调产品分析 262

图表：2009年4月最受用户关注的十款空调产品排行 263

图表：2009年4月最受用户关注的十款空调产品分析 264

图表：2009年4月中国市场最受用户关注的十大空调品牌市场份额 265

图表：2009年4月中国市场最受用户关注的十大空调品牌排行 265

图表：2009年5月中国市场最受用户关注的十大空调品牌市场份额 267

图表：2009年5月中国市场最受用户关注的十大空调品牌分析 267

图表：2009年5月最受用户关注的十款空调产品排行 268

图表：2009年5月最受用户关注的十款空调产品分析 269

图表：2009年6月最受用户关注的十款空调产品排行 270

图表：2009年6月最受用户关注的十款空调产品分析 271

图表：2009年6月中国市场最受用户关注的十大空调品牌市场份额 272

图表：2009年6月中国市场最受用户关注的十大空调品牌 272

图表：空调渠道模式对比分析 274

图表：2008年4季度青岛海尔股份有限公司主营构成 318

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司投资收益分析 318

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司获利能力分析 319

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司经营能力分析 319

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司偿债能力分析 319

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司资本结构 320

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司发展能力分析 320

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司现金流量分析 320

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司主营业务收入 320

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司主营业务利润 321

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司营业利润 321

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司利润总额 321

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司净利润 322

图表：2008年4季度广东美的电器股份有限公司主营构成 328

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司投资收益分析 329

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司获利能力分析 330

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司经营能力分析 330

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司偿债能力分析 330

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司资本结构 330

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司发展能力分析 330

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司现金流量分析 331

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司主营业务收入 331

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司主营业务利润 331

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司营业利润 332

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司利润总额 332

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司净利润 333

图表：2008年4季度珠海格力电器股份有限公司主营构成	336
图表：2008-2009年珠海格力电器股份有限公司投资收益分析	336
图表：2008-2009年珠海格力电器股份有限公司获利能力分析	336
图表：2008-2009年珠海格力电器股份有限公司经营能力分析	337
图表：2008-2009年珠海格力电器股份有限公司偿债能力分析	337
图表：2008-2009年珠海格力电器股份有限公司资本结构	337
图表：2008-2009年珠海格力电器股份有限公司发展能力分析	337
图表：2008-2009年珠海格力电器股份有限公司现金流量分析	338
图表：2008-2009年珠海格力电器股份有限公司主营业务收入	338
图表：2008-2009年珠海格力电器股份有限公司主营业务利润	338
图表：2008-2009年珠海格力电器股份有限公司营业利润	339
图表：2008-2009年珠海格力电器股份有限公司利润总额	339
图表：2008-2009年珠海格力电器股份有限公司净利润	339
图表：2008年4季度青岛海信电器股份有限公司主营构成	344
图表：2008-2009年青岛海信电器股份有限公司投资收益分析	344
图表：2008-2009年青岛海信电器股份有限公司获利能力分析	345
图表：2008-2009年青岛海信电器股份有限公司经营能力分析	345
图表：2008-2009年青岛海信电器股份有限公司偿债能力分析	345
图表：2008-2009年青岛海信电器股份有限公司资本结构	346
图表：2008-2009年青岛海信电器股份有限公司发展能力分析	346
图表：2008-2009年青岛海信电器股份有限公司现金流量分析	346
图表：2008-2009年青岛海信电器股份有限公司主营业务收入	346
图表：2008-2009年青岛海信电器股份有限公司主营业务利润	347
图表：2008-2009年青岛海信电器股份有限公司营业利润	347
图表：2008-2009年青岛海信电器股份有限公司利润总额	347
图表：2008-2009年青岛海信电器股份有限公司净利润	348
图表：2008年4季度海信科龙电器股份有限公司主营构成	348
图表：2008-2009年海信科龙电器股份有限公司投资收益分析	349
图表：2008-2009年海信科龙电器股份有限公司获利能力分析	349
图表：2008-2009年海信科龙电器股份有限公司经营能力分析	349
图表：2008-2009年海信科龙电器股份有限公司偿债能力分析	350
图表：2008-2009年海信科龙电器股份有限公司资本结构	350

图表：2008-2009年海信科龙电器股份有限公司发展能力分析	350
图表：2008-2009年海信科龙电器股份有限公司现金流量分析	350
图表：2008-2009年海信科龙电器股份有限公司主营业务收入	351
图表：2008-2009年海信科龙电器股份有限公司主营业务利润	351
图表：2008-2009年海信科龙电器股份有限公司营业利润	351
图表：2008-2009年海信科龙电器股份有限公司利润总额	352
图表：2008-2009年海信科龙电器股份有限公司净利润	352
图表：2009年2季度江苏双良空调设备股份有限公司主营构成	354
图表：2008-2009年江苏双良空调设备股份有限公司投资收益分析	355
图表：2008-2009年江苏双良空调设备股份有限公司获利能力分析	355
图表：2008-2009年江苏双良空调设备股份有限公司经营能力分析	355
图表：2008-2009年江苏双良空调设备股份有限公司偿债能力分析	356
图表：2008-2009年江苏双良空调设备股份有限公司资本结构	356
图表：2008-2009年江苏双良空调设备股份有限公司发展能力分析	356
图表：2008-2009年江苏双良空调设备股份有限公司现金流量分析	356
图表：2008-2009年江苏双良空调设备股份有限公司主营业务收入	357
图表：2008-2009年江苏双良空调设备股份有限公司主营业务利润	357
图表：2008-2009年江苏双良空调设备股份有限公司营业利润	357
图表：2008-2009年江苏双良空调设备股份有限公司利润总额	358
图表：2008-2009年江苏双良空调设备股份有限公司净利润	358
图表：2009年2季度江苏春兰制冷设备股份有限公司主营构成	360
图表：2008-2009年江苏春兰制冷设备股份有限公司投资收益分析	360
图表：2008-2009年江苏春兰制冷设备股份有限公司获利能力分析	360
图表：2008-2009年江苏春兰制冷设备股份有限公司经营能力分析	361
图表：2008-2009年江苏春兰制冷设备股份有限公司偿债能力分析	361
图表：2008-2009年江苏春兰制冷设备股份有限公司资本结构	361
图表：2008-2009年江苏春兰制冷设备股份有限公司发展能力分析	361
图表：2008-2009年江苏春兰制冷设备股份有限公司现金流量分析	362
图表：2008-2009年江苏春兰制冷设备股份有限公司主营业务收入	362
图表：2008-2009年江苏春兰制冷设备股份有限公司主营业务利润	362
图表：2008-2009年江苏春兰制冷设备股份有限公司营业利润	363
图表：2008-2009年江苏春兰制冷设备股份有限公司利润总额	363

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/134733.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专业提供投资咨询报告、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。