



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国中央空调市场 运行态势及投资策略报告

一、调研说明

《2015-2020年中国中央空调市场运行态势及投资策略报告》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/249584.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

第一章 中央空调行业相关界定 1

第一节 中央空调行业概述 1

一、中央空调简介 1

二、工作原理 2

三、分类 4

第二节 中央空调节能已成为建筑节能减排的工作重心 7

一、将中央空调节能成为建筑节能工作重心 7

二、绿色建筑节能赋予中央空调行业新的机遇 8

三、国内中央空调推行节能化产业 9

第二章 中央空调行业发展环境及影响因素分析 10

第一节 2014年我国经济运行分析及预测 10

一、2014年经济形势分析 10

二、2014年经济运行主要问题 20

三、未来经济运行分析与政策展望 21

四、“十二五”中后期我国经济增长潜力分析 22

第二节 2013-2014年中央空调政策环境分析 32

一、利好政策对中央空调行业的复苏起到了重要作用 32

二、大型中央空调机组有望获补贴 32

第三节 2014年节能惠民政策到期对中央空调的影响 33

一、两类产品境遇不同 33

二、制约因素犹存 34

三、推动产业升级 36

第三章 中国中央空调行业发展分析 37

第一节 中国中央空调行业发展现状分析 37

一、我国中央空调的发展形式 37

二、2013年我国中央空调行业发展分析 39

三、2014上半年我国中央空调发展分析 40

四、我国中央空调行业面临节能机遇与挑战 41

第二节 2014年中国传统中央空调升级改造分析 43

一、能耗分析 45

二、噪音分析 48

三、舒适度分析 49

四、使用寿命分析 49

五、国内外现状分析 49

六、效果及发展趋势预测 50

第三节 2014年我国中央空调行业面临四大变革 51

一、节能减排成为主导 52

二、节能替换市场考验可持续发展能力 52

三、人性化体验感将促成消费主力 52

四、服务将进入云平台智能化时代 53

第四章 中国中央空调行业整体运行状况 54

第一节 2013年中央空调市场分析 54

一、开局艰难，后市回暖 54

二、品牌格局有变 55

三、2014年度市场前景 58

第二节 2014年中央空调市场分析 59

一、价格下降 销量攀升 59

二、产品舒适度在提高 60

三、售后服务不断改进 60

四、2014年三季度政府空调采购市场观察 61

第三节 2014年中央空调多联机市场分析 63

一、多联机在户式中央空调市场占比持续攀升 63

二、2014年多联机实现快速增长 64

三、多联机成我国中央空调市场整体规模最大产品系列 64

第四节 2014年中央空调磁悬浮技术市场分析 65

一、又爱又恨的磁悬浮 66

二、又强又大的新海尔 67

第五章 中国主要区域中央空调市场分析 69

第一节 2012年中国主要区域中央空调市场分析 69

一、江苏市场 69

二、上海市场 71

三、浙江市场 73

四、广东市场 75

五、北京市场 77

第二节 2013年中国主要区域中央空调市场分析 78

一、江苏市场 78

二、上海市场 81

三、浙江市场 83

四、广东市场 86

五、北京市场 89

第三节 山东中央空调市场分析 91

一、2014年上半年山东中央空调市场调查 91

二、2013年山东中央空调采购全国第一 93

第四节 青岛区域中央空调市场调研 94

一、总体特征分析 95

二、品牌特征 96

三、机型特征 100

四、渠道特征 102

五、专家、设计院 106

第六章 我国中央空调行业市场竞争分析 109

第一节 中央空调行业竞争格局 109

第二节 2013年我国商用空调市场格局特征分析 111

一、韩资品牌在华市场转战高端商用 112

二、日资品牌在华空调市场受冲击 112

三、欧美品牌或迎来新机遇 112

四、国产品牌话语权增大 113

第三节 外资品牌淘金中国家用中央空调市场 114

一、中国市场吸引力依然存在 114

二、策略调整是必然 115

三、节能减排凸显政策商机	116
第四节 中央空调市场：国内品牌逆势突破	117
一、变频多联机表现突出	117
二、单元机能效升级	119
三、冷水机组取得突破	120
第五节 国内中央空调行业派系之争愈演愈烈	122
一、本土品牌：提高产能务实求进	122
二、日系品牌：瞄准家用抢占高端	123
第六节 中央空调细分市场竞争格局	123
一、冷水机发展多元化，内资开始与美资正面交锋	123
二、多联机潜力巨大，内资品牌逆势崛起	134
三、单元机市场已为内资品牌垄断	138
四、末端产品市场稳定	140
第七节 未来中央空调行业竞争格局展望	141
一、内资企业从追赶到领跑的产业背景	141
二、内资企业从追赶到领跑的对手背景	144
三、内资企业从追赶到领跑的自身背景	146
四、内资品牌未来有望主导中央空调市场	151
五、格力、美的、海尔等内资品牌赶超潜力巨大	151
第七章 中国中央空调行业重点企业分析	155
第一节 格力电器中央空调	155
一、国内市场份额最高、技术实力最强	155
二、开拓新蓝海的急先锋	155
三、2014上半年格力中央空调市场占有率再夺冠	156
四、2014年格力中央空调开创集中供暖新格局	157
第二节 美的中央空调	160
一、第二大内资中央空调企业	160
二、引进、合作到自创的技术发展路径	161
三、美的引领本土中央空调集体蜕变	162
四、以创新生命线塑造中央空调新格局	163
第三节 海尔中央空调	166

- 一、内资第三大中央空调企业 166
 - 二、整合全球研发力量，主推磁悬浮等节能产品 167
 - 三、2014年海尔中央空调加速"替代"进程 167
 - 四、海尔以磁悬浮开启中央空调中国时代 168
 - 五、2014年海尔中央空调深耕小微市场 171
- 第四节 亿利达 172

第八章 中央空调行业相关行业发展概况 173

第一节 2013-2014年中国商业地产发展现状 173

- 一、2013年中国商业地产发展现状 173
- 二、外资青睐布局商业地产投资 175
- 三、私募房产基金偏爱商业地产 176
- 四、2014年中国海外商业地产投资预计 177

第二节 2014年商业地产运行数据分析 178

- 一、2014年房地产企业整体景气状况判断 178
- 二、2014年商业地产开发情况分析 180
- 三、2014年商业地产销售情况分析 183

第三节 2013-2014年中国一线、二三线城市商业地产发展分析 186

- 一、一线城市商业地产进入"存量时代" 186
- 二、商业地产项目扎堆二三线市场 186
- 三、需防二三线城市商业地产泡沫风险 187

第四节 2015-2020年中国商业地产发展趋势 188

- 一、商业地产的发展方兴未艾 188
- 二、城市综合体开发火热，高端商业地产成开发的主流模式 188
- 三、体验型商业物业成为主体业态 189
- 四、盈利模式发生变化，自主持有商业地产物业将成主流 190

第九章 2015-2020年中国中央空调行业发展前景及趋势分析 191

第一节 2015-2020年中国中央空调行业发展前景 191

- 一、中央空调市场前景广阔 191
- 一、建筑耗能高，空调是关键 191
- 二、政策推动建筑节能改造，中央空调更新需求看涨 193

三、城镇化推进，新增需求空间巨大	195
四、中央空调长期有井喷空间	195
五、国内中央空调需求将进入快速释放期	197
第二节 我国中央空调正迎来广阔的替代市场	199
第三节 2015-2020年中国磁悬浮中央空调行业发展前景	199
一、2014年首批出口磁悬浮中央空调下线	199
二、节能成磁悬浮中央空调推手	200
三、海尔剑指国内2000亿替代市场	201
第四节 家用中央空调或成空调制冷业发展趋势	202
第十章 2015-2020年中国中央空调行业发展策略	203
第一节 中央空调企业新蓝海战略分析	203
一、从单纯制冷走向供暖、制冷全系列产品	203
二、冷链设备行业前景广阔	205
三、军用空调市场高增长可期	207
四、机房空调市场	209
第二节 打造新蓝海的可行性分析	210
一、蓝海产品和原产品是相通的	211
二、竞争对手弱，胜出容易	212
三、兼做更合算：商业模式对	212
四、顺手牵羊做：失败了损失也有限	213
第三节 中央空调的投资策略分析	214
一、中央空调企业投资逻辑	214
二、收入大幅增长	215
三、综合利润率提升	216
第十一章 2015-2020年中国中央空调行业经营管理策略	219
第一节 中央空调企业4P营销组合策略简析	219
一、产品策略	219
二、价格策略	219
三、渠道策略	220
四、促销策略	221
第二节 中央空调企业关系营销战略分析	222

- 一、中央空调关系营销的基本内容 222
- 二、关系营销与中央空调企业特性 223
- 三、中央空调企业的关系营销战略 225
- 第三节 中央空调企业服务营销策略 227
 - 一、营销管理中存在的问题 227
 - 二、服务营销措施的建议 228
- 第四节 中央空调售后服务创新策略 231
 - 一、新服务概念设计 232
 - 二、客户服务界面设计 233
 - 三、服务传递系统设计 234
 - 四、新技术设计 235

图表目录：

- 图表：家用空调与中央空调特点对比 家用空调 商用空调（中央空调） 1
- 图表：中央空调制冷循环原理 2
- 图表：中央空调制热循环原理 2
- 图表：中央空调（冷水机组）工作原理图 3
- 图表：中央空调按使用功能分类 类别 子类 特点 4
- 图表：格力户式中央空调示例 5
- 图表：商用中央空调室外机示例 6
- 图表：家用中央空调布局结构 6
- 图表：家用普通空调布局结构 7
- 图表：2008—2014年3季度国内生产总值同比增长率 10
- 图表：2010年—2014年3季度三次产业增加值季度同比增长率 11
- 图表：2009年—2014年3季度工业增加值及其构成月度累计同比增长率 12
- 图表：2009年—2014年3季度城镇固定资产月度累计投资同比增长率 13
- 图表：2012年—2014年3季度按地区分城镇固定资产月度累计投资同比增长率 14
- 图表：2010年—2014年3季度社会消费零售总额及其同比增长率 15
- 图表：2009年—2014年3季度社会消费品零售总额构成月度同比增长率 15
- 图表：2009年—2014年3季度CPI、PPI月度变化 16
- 图表：2009年—2014年3季度企业商品价格月度指数 16
- 图表：2009年—2014年3季度月度进出口同比增长率 17

图表：2009年—2014年3季度月度累积货币供应量 18

图表：2012年—2014年3季度本外币信贷月度收支 18

图表：2009年—2014年3季度人民币月度新增贷款量 19

图表：2008年—2014年3季度累计外汇储备总额及同比增长率 19

图表：1978-2013年我国经济发展主要指标变化趋势 23

图表：2006-2013年我国城乡居民收入消费总趋势 24

图表：2006-2012城镇和农村居民消费支出结构 24

图表：多联机在户式中央空调市场占比持续攀升 63

图表：2009 - 2012年度青岛区域市场销售额对比（单位亿元） 96

图表：2009 - 2012年度青岛区域市场增长趋势（单位%） 96

图表：2010 - 2012年度青岛区域市场品牌占有率对比（单位%） 97

图表：2010 - 2012年度青岛区域市场内外资品牌占有率对比（单位%） 97

图表：近几年青岛区域市场主流品牌典型工程项目一览表 100

图表：2012年度青岛区域市场各大机组占有率分布（单位：%） 100

图表：2012年度青岛区域市场冷水机组品牌占有率分布（单位：%） 101

图表：2012年度青岛区域市场多联机组品牌占有率分布（单位：%） 101

图表：2012年度青岛区域市场水地源热泵机组品牌占有率分布（单位：%） 102

图表：2012年度青岛区域市场单元机组品牌占有率分布（单位：%） 102

图表：2012年度青岛区域市场溴化锂机组品牌占有率分布（单位：%） 102

图表：2013年中央空调产品结构收入构成 110

图表：2010-2014年中央空调各类产品收入2010-2014年市场增长率对比 110

图表：2015-2020年国内中央空调子产品销售额（单位：亿元）和市占率变化预测 111

图表：2010-2014年中央空调中冷水机系列市场份额变化 124

图表：2013年冷水机系列产品构成比例对比 125

图表：2010-2014年五大美资品牌冷水机市场份额变化 126

图表：冷水机占五大外资自身收入比重 126

图表：2013年离心机市场份额分布 127

图表：2013年离心机在国内各大区域市场占有率 128

图表：2013年螺杆机市场份额分布 129

图表：2013年水冷螺杆机市场各品牌市占率 129

图表：2013年风冷螺杆机在国内各大区域市场占有率 130

图表：2013年水冷螺杆机在国内各大区域市场占有率 130

图表：2013年模块机市场各品牌市占率 131

图表：2013年模块机在国内各大区域市场占有率 131

图表：2010-2014年溴化锂机组市场各品牌市占率 132

图表：2013年溴化锂机组在国内各大区域市场占有率 133

图表：2013年水地源热泵机组市场各品牌市占率 133

图表：2013年水地源热泵机组在国内各大区域市场占有率 134

图表：2013年多联机产品市占率构成 135

图表：2013年多联机按冷量和使用场所市占率构成 135

图表：2013年变频多联机产品在国内各大区域市场占有率 136

图表：2013年数码多联机按冷量和使用场所市占率构成 136

图表：2013年变频多联机主要品牌市占率分布 137

图表：2013年数码多联机主要品牌市占率分布 138

图表：2013年单元机市场各品牌市占率 139

图表：2013年单元机在国内各大区域市场占有率 139

图表：2013年末端产品市场各品牌市占率 140

图表：2013年末端产品在国内各大区域市场占有率 141

图表：2012年中央空调品牌在国内主要市场品牌分布 143

图表：2013年格力中央空调中标优质项目示例 143

图表：2013年内、外资中央空调龙头企业的实力比较（单位：亿美元） 145

图表：2006-2013年大金工业的收购项目一览表 146

图表：格力中央空调部分核心技术突破介绍 147

图表：格力"高效直流变频离心机组"国际领先 148

图表：海尔水地源热泵磁悬浮离心机组 148

图表：2013年国内中央空调市场企业规模分布 149

图表：2012-2013年国内中央空调市场主要企业市场份额变化 150

图表：2009-2013年内资份额已赶超日美品牌 150

图表：国内家用空调市场发展路径透析 151

图表：国内中央空调企业迅速崛起四大动因 152

图表：内资中央空调龙头格力中央空调发展动力透析 153

图表：内外资中央空调企业市场份额变化图 154

图表：2013年国内中央空调市场按销售收入企业分布 161

图表：美的中央空调的发展路径 162

图表：2013-2014年我国房地产开发景气指数 178

图表：2013-2014年我国房地产开发投资情况 179

图表：2012-2014年我国企业景气指数 180

图表：2013-2014年9月累计土地购置面积及增速 181

图表：2013-2014年9月全国办公楼竣工楼面积和新开工面积及增速 182

图表：2013-2014年商业营业用房竣工面积和新开工面积及增速 183

图表：2013-2014年9月商品房销售面积 184

图表：2013-2014年9月各物业类型销售面积变化示意图 184

图表：2013-2014年9月商品房销售额及增速 185

图表：2013-2014年9月各物业销售额增速 185

图表：全国大型公共建筑面积及其能耗占比 192

图表：办公建筑电耗构成 192

图表：部分建筑节能相关政策 193

图表："十二五"期间建筑节能工作主要指标与节能减排综合性工作方案的比对 194

图表：国内中央空调市场容量空间巨大（单位：亿元） 196

图表：2015-2020年中央空调整体需求构成预测 196

图表：2006-2018年国内中央空调市场规模及增速测算 197

图表：2008-2014年办公楼、商业营业用房竣工面积累计增速 198

图表：2008-2014年商品房销售及竣工面积累计增速 198

图表：采用双级永磁同步变频离心热泵机组耗能较集中燃煤供暖能耗大幅降低 204

图表：采用双级增焓变频技术将明显降低北方集中供暖耗煤量 205

图表：英格索兰冷链解决方案 206

图表：某型气垫登陆艇空调系统 208

图表：合肥天鹅研发的军用空调 208

图表：机房精密空调 209

图表：数据中心使用的列间精密空调 210

图表：传统的中央空调和新蓝海产品的相通性列表 211

图表：全球五大传统中央空调企业产品范围 212

图表：中央空调龙头企业和新蓝海领域龙头企业的实力对比（2013年数据） 212

图表：中央空调企业价值提升逻辑图 215

图表：2015-2020年国内中央空调市场内资中央空调企业市占率变化预测 216

图表：2015年内资三大中央空调企业中央空调规模估算 216

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/249584.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。