



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2022年中国空调市场发展 现状及战略咨询报告

## 一、调研说明

《2017-2022年中国空调市场发展现状及战略咨询报告》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/285319.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

2013年全年，我国空调行业总出货量11133万台，同比上涨6.8%；其中，内销6235万台，同比上涨9.1%，出口4897万台，同比上涨4.3%。2014年由于宏观经济下行和房市不景气等诸多因素，空调市场呈现先热后冷、高开低走态势。2014年空调市场零售额规模为4212万台，同比增长4.3%，零售额规模为1454亿元，同比增长3.2%。

2016年8月空调总销量924万台，同比增长26.97%，其中内销659万台，同比增长22.88%，出口264万台，同比增长38.46%，总库存686万台，同比增长3.93%；当月空调内销出货延续7月增长趋势且增速进一步提升，主因仍在于前期龙头休克式去库存成效显著，且在旺季高温天气带动终端需求明显提升背景下，空调库存去化步入尾声所致；此外去年同期去库存所致的内销低基数也对当期出货表现有所影响；总的来说，考虑到目前空调内销已连续两月维持正增长且增速环比提升，且预计后续出货也将延续稳健高增长，行业基本面拐点基本确立。8月份空调行业内销659.45万台，同比增长22.88% 8月份空调行业出口264.48万台，同比增长38.46%

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 空调行业相关概述

#### 1.1 空调简介

##### 1.1.1 空调定义及分类

##### 1.1.2 空调的主要功能

##### 1.1.3 空调的工作原理

#### 1.2 空调能效比及认证标志

##### 1.2.1 空调器能效比

##### 1.2.2 空调的认证标志

##### 1.2.3 空调的命名标准

#### 1.3 空调系统的主要组件

##### 1.3.1 压缩机

- 1.3.2 换热器
- 1.3.3 节流部件
- 1.3.4 气液分离器

## 第二章 2014-2016年国际空调行业发展状况

### 2.1 世界空调行业发展概况

- 2.1.1 市场发展分析
- 2.1.2 市场并购状况
- 2.1.3 市场未来走向

### 2.2 欧洲市场

- 2.2.1 欧洲市场总况
- 2.2.2 英国
- 2.2.3 法国
- 2.2.4 德国
- 2.2.5 俄罗斯
- 2.2.6 意大利
- 2.2.7 西班牙
- 2.2.8 希腊
- 2.2.9 土耳其

### 2.3 北美市场

- 2.3.1 北美市场总况
- 2.3.2 美国
- 2.3.3 加拿大

### 2.4 东南亚市场

- 2.4.1 东南亚市场总况
- 2.4.2 印度尼西亚
- 2.4.3 泰国
- 2.4.4 马来西亚
- 2.4.5 新加坡
- 2.4.6 越南
- 2.4.7 菲律宾

### 2.5 其他地区及国家

- 2.5.1 非洲市场
- 2.5.2 拉美市场
- 2.5.3 中东市场
- 2.5.4 澳大利亚

### 第三章 2014-2016年中国空调行业发展分析

#### 3.1 中国空调行业发展概况

- 3.1.1 我国空调行业发展阶段
- 3.1.2 我国空调行业总体状况
- 3.1.3 我国空调消费市场趋于成熟
- 3.1.4 国内空调市场品牌集中度提升
- 3.1.5 我国制冷空调行业总体发展状况

#### 3.2 2014-2016年中国空调市场发展现状

- 3.2.1 2014年空调行业市场发展状况
- 3.2.2 2015年空调行业市场发展状况
- 3.2.3 2016年空调行业市场发展状况

2016年8月份空调零售量同比增长 9.05%，零售额同比增长 12.20%；中怡康数据显示 8 月份空调行业终端零售增速有速下滑，考虑到 8 月天气对下游需求的拉动有所减弱，零售增速环比下滑处于预期之中，不过从当月近 两位数的销量增速及持续优于销量的销售额表现来看，行业终端需求表现依旧可观。 8 月份空调行业零售量同比增长 9.05%，零售额同比增长 12.20%

#### 3.3 2014年-2016年全国及主要省份房间空气调节器产量分析

- 3.3.1 2014年全国及主要省份房间空气调节器产量分析
- 3.3.2 2015年全国及主要省份房间空气调节器产量分析
- 3.3.3 2016年全国及主要省份房间空气调节器产量分析

#### 3.4 2014-2016年中国空调进出口数据分析

- 3.4.1 中国空调进出口总量数据分析
- 3.4.2 2014-2016年主要贸易国空调进出口情况分析
- 3.4.3 2014-2016年主要省市空调进出口情况分析

#### 3.5 农村空调市场

- 3.5.1 中国农村空调市场潜力巨大
- 3.5.2 我国农村空调市场发展特征

- 3.5.3 农村市场支撑空调业持续增长
- 3.5.4 空调企业争抢农村市场份额
- 3.5.5 拓展农村空调市场的策略措施
- 3.5.6 我国农村空调市场潜力巨大
- 3.6 中国空调行业技术研发进展状况
  - 3.6.1 国内外空调产业专利技术竞争态势
  - 3.6.2 我国制冷空调技术研发进展简析
  - 3.6.3 我国空调产业面临潜在技术危机
- 3.7 中国空调行业存在的问题问题
  - 3.7.1 中国空调行业存在的主要问题
  - 3.7.2 制约我国空调行业发展的因素
  - 3.7.3 标识混乱制约行业良性发展
- 3.8 促进空调行业发展的策略建议
  - 3.8.1 国内空调企业加快发展的对策思路
  - 3.8.2 国内制冷空调行业发展重点及战略
  - 3.8.3 国家政策引导解决空调行业结构性矛盾
  - 3.8.4 加快中国空调行业发展的政策建议

#### 第四章 中国家用空气调节器制造行业财务状况

- 4.1 中国家用空气调节器制造行业经济规模
  - 4.1.1 2012-2016年家用空气调节器制造业销售规模
  - 4.1.2 2012-2016年家用空气调节器制造业利润规模
  - 4.1.3 2012-2016年家用空气调节器制造业资产规模
- 4.2 中国家用空气调节器制造行业盈利能力指标分析
  - 4.2.1 2012-2016年家用空气调节器制造业亏损面
  - 4.2.2 2012-2016年家用空气调节器制造业销售毛利率
  - 4.2.3 2012-2016年家用空气调节器制造业成本费用利润率
  - 4.2.4 2012-2016年家用空气调节器制造业销售利润率
- 4.3 中国家用空气调节器制造行业营运能力指标分析
  - 4.3.1 2012-2016年家用空气调节器制造业应收账款周转率
  - 4.3.2 2012-2016年家用空气调节器制造业流动资产周转率
  - 4.3.3 2012-2016年家用空气调节器制造业总资产周转率

#### 4.4 中国家用空气调节器制造业偿债能力指标分析

##### 4.4.1 2012-2016年家用空气调节器制造业资产负债率

##### 4.4.2 2012-2016年家用空气调节器制造业利息保障倍数

#### 4.5 中国家用空气调节器制造业财务状况综合评价

##### 4.5.1 家用空气调节器制造业财务状况综合评价

##### 4.5.2 影响家用空气调节器制造业财务状况的经济因素分析

### 第五章 2014-2016年中国中央空调发展分析

#### 5.1 中央空调概述

##### 5.1.1 中央空调的工作原理

##### 5.1.2 家用中央空调

##### 5.1.3 商用中央空调

#### 5.2 2015年中国中央空调市场分析

##### 5.2.1 总体特征分析

##### 5.2.2 全年走势分析

##### 5.2.3 品牌特征分析

##### 5.2.4 区市场总体分析

#### 5.3 2016年中国中央空调市场分析

##### 5.3.1 整体特征分析

##### 5.3.2 品牌格局分析

##### 5.3.3 产品格局分析

#### 5.4 我国中央空调业SWOT分析

##### 5.4.1 优势 ( Strength )

##### 5.4.2 劣势 ( Weakness )

##### 5.4.3 机会 ( Opportunity )

##### 5.4.4 威胁 ( Threaten )

#### 5.5 中国中央空调升级改造分析

##### 5.5.1 能耗分析

##### 5.5.2 噪音分析

##### 5.5.3 舒适度分析

##### 5.5.4 使用寿命分析

##### 5.5.5 升级改造现状

### 5.5.6 效果及发展趋势

## 5.6 中央空调节能技术分析

### 5.6.1 空调设计中关键环节的节能控制

### 5.6.2 中央空调使用过程中的节能措施

### 5.6.3 加强中央空调的日常节能管理

## 第六章 2014-2016年户式中央空调发展分析

### 6.1 户式中央空调简述

#### 6.1.1 户式中央空调的型式

#### 6.1.2 户式中央空调的特点

#### 6.1.3 户式中央空调的应用

#### 6.1.4 与家用分体空调的区别

### 6.2 主要户式中央空调系统

#### 6.2.1 冷、热水系统

#### 6.2.2 多联机系统

#### 6.2.3 风管式系统

### 6.3 2014-2016年户式中央空调行业总体分析

#### 6.3.1 发展动因剖析

#### 6.3.2 国外应用状况

#### 6.3.3 市场规模分析

#### 6.3.4 市场运行特点

#### 6.3.5 市场关注热点

#### 6.3.6 行业发展思路

### 6.4 户式中央空调的安装及维护

#### 6.4.1 户式中央空调的选择原则

#### 6.4.2 户式中央空调的安装

#### 6.4.3 户式中央空调的安装验收

#### 6.4.4 户式中央空调的维护管理

### 6.5 户式中央空调市场需求前景

#### 6.5.1 需求的地域范围合理扩大

#### 6.5.2 需求层次呈现多样化发展趋势

#### 6.5.3 潜在市场发展空间巨大

#### 6.5.4 户式中央空调发展趋势分析

### 第七章 2014-2016年家用空调行业发展分析

#### 7.1 中国家用空调市场概况

##### 7.1.1 市场发展历程

##### 7.1.2 产品外观演变

##### 7.1.3 市场推动因素

##### 7.1.4 淘汰落后产能

##### 7.1.5 家用中央空调趋势

#### 7.2 2014-2016年中国家用空调业发展分析

##### 7.2.1 行业发展态势

##### 7.2.2 行业运行情况

##### 7.2.3 出口市场规模

##### 7.2.4 电商渠道格局

##### 7.2.5 线上市场规模

##### 7.2.6 提高保修年限

#### 7.3 住宅家用空调运行分析

##### 7.3.1 空调房间室温变化分析

##### 7.3.2 住宅家用空调的运行方式

##### 7.3.3 空调启动温度和空调控制温度

#### 7.4 家用空调行业发展存在的问题及对策

##### 7.4.1 市场需求放缓

##### 7.4.2 能源环境问题

##### 7.4.3 拓展家用空调市场对策

##### 7.4.4 改进家用空调产品设计

### 第八章 2014-2016年中国变频空调行业发展分析

#### 8.1 变频空调概述

##### 8.1.1 变频空调的概念

##### 8.1.2 变频空调的特点

##### 8.1.3 变频空调的工作原理

#### 8.2 中国变频空调行业总体分析

- 8.2.1 行业发展历程
- 8.2.2 市场份额提升
- 8.2.3 行业发展现状
- 8.2.4 行业新标准发布
- 8.3 2014-2016年中国变频空调市场发展分析
  - 8.3.1 变频空调市场扩容
  - 8.3.2 行业产销规模
  - 8.3.3 市场发展特点
  - 8.3.4 市场竞争格局
  - 8.3.5 重点企业动态
- 8.4 变频空调技术
  - 8.4.1 变频空调技术发展
  - 8.4.2 变频空调技术原理
  - 8.4.3 技术水平不断升级
  - 8.4.4 美的公司技术升级
- 8.5 变频空调发展前瞻
  - 8.5.1 行业发展前景
  - 8.5.2 技术发展方向
  - 8.5.3 行业发展趋势
  - 8.5.4 产品能效发展趋势

## 第九章 2014-2016年中国空调行业竞争分析

- 9.1 空调行业竞争现状
  - 9.1.1 空调流通渠道竞争环境分析
  - 9.1.2 迈入产业价值链竞争时代
  - 9.1.3 企业群体主导中国空调业升级
  - 9.1.4 行业售后服务竞争
  - 9.1.5 竞争差异化显现
  - 9.1.6 标准之争成重点
- 9.2 中国空调市场中外竞争分析
  - 9.2.1 中外品牌发展模式比较
  - 9.2.2 外资空调品牌竞争现状

### 9.2.3 本土空调海外市场发展

## 9.3 空调行业波特五力竞争模型分析

### 9.3.1 现有企业竞争分析

### 9.3.2 潜在进入者分析

### 9.3.3 供应商议价能力

### 9.3.4 购买者议价能力

### 9.3.5 替代品的威胁

## 9.4 空调行业其他竞争模型分析

### 9.4.1 SWOT模型

### 9.4.2 SCOR模型

## 9.5 空调行业竞争策略分析

### 9.5.1 目标市场选择

### 9.5.2 市场切入点

### 9.5.3 集中资源优势

### 9.5.4 培训及组织变革

### 9.5.5 切换竞争新模式

## 第十章 2014-2016年中国空调市场营销分析

### 10.1 空调营销面临的市场现状分析

#### 10.1.1 消费者趋于理性

#### 10.1.2 潜规则基础动摇

#### 10.1.3 流通格局改变

#### 10.1.4 市场增长点转移

#### 10.1.5 可支配资源减少

### 10.2 空调行业营销渠道分析

#### 10.2.1 家电连锁卖场

#### 10.2.2 专业经销商

#### 10.2.3 百货商场

#### 10.2.4 专卖店

#### 10.2.5 新型营销渠道

### 10.3 空调行业分销渠道模式分析

#### 10.3.1 美的模式

- 10.3.2 海尔模式
- 10.3.3 格力模式
- 10.3.4 志高模式
- 10.4 空调营销中存在的不足
  - 10.4.1 渠道竞争无序
  - 10.4.2 营销效率低下
  - 10.4.3 目标市场同质化
  - 10.4.4 渠道创新不足
- 10.5 中国空调行业营销策略
  - 10.5.1 产品营销策略
  - 10.5.2 营销合作思路
  - 10.5.3 中小企业营销策略
  - 10.5.4 提升服务策略
- 10.6 空调营销案例介绍
  - 10.6.1 格力空调"简单化"营销
  - 10.6.2 美的空调品牌营销
  - 10.6.3 海信空调"诚信"营销
  - 10.6.4 奥克斯空调的差异化营销
  - 10.6.5 格兰仕空调的植入营销

## 第十一章 2014-2016年空调行业部分区域发展分析

- 11.1 山东
  - 11.1.1 市场活跃成因分析
  - 11.1.2 中央空调市场特征
  - 11.1.3 中央空调市场格局
- 11.2 江苏
  - 11.2.1 江苏市场概况
  - 11.2.2 市场发展成因
  - 11.2.3 市场发展特征
  - 11.2.4 市场竞争格局
- 11.3 上海
  - 11.3.1 2015年市场发展走势

11.3.2 推广燃气中央空调

11.3.3 推广节能性空调

11.4 浙江

11.4.1 市场发展特征

11.4.2 市场竞争格局

11.4.3 项目投资动态

11.5 广东

11.5.1 区域市场情况

11.5.2 区域行业地位

11.5.3 市场发展特征

11.5.4 市场竞争格局

## 第十二章 2014-2016年中国空调压缩机行业发展分析

12.1 空调压缩机概述

12.1.1 空调压缩机定义及特点

12.1.2 空调压缩机的分类

12.1.3 空调压缩机的工作原理

12.2 中国压缩机行业发展概况

12.2.1 行业发展历程

12.2.2 空调压缩机节能要求

12.2.3 空调压缩机技术要求

12.2.4 压缩机行业标准体系

12.2.5 行业面临的挑战及策略

12.3 2014-2016年中国空调压缩机行业发展分析

12.3.1 行业发展现状

12.3.2 行业销售规模

12.3.3 市场销售模式

12.3.4 出口市场规模

12.3.5 行业盈利能力

12.3.6 技术发展动态

12.4 汽车空调压缩机

12.4.1 汽车空调压缩机的概念及分类

- 12.4.2 汽车空调压缩机行业发展历程
- 12.4.3 中国汽车空调压缩机市场分析
- 12.4.4 乘用车空调压缩机行业特点
- 12.4.5 汽车企业布局压缩机市场
- 12.4.6 重点企业并购动态

## 第十三章 国内空调行业重点企业介绍

### 13.1 珠海格力电器股份有限公司

- 13.1.1 公司发展概况
- 13.1.2 经营效益分析
- 13.1.3 业务经营分析
- 13.1.4 财务状况分析
- 13.1.5 未来前景展望

### 13.2 美的集团股份有限公司

- 13.2.1 公司发展概况
- 13.2.2 经营效益分析
- 13.2.3 业务经营分析
- 13.2.4 财务状况分析
- 13.2.5 未来前景展望

### 13.3 海信科龙电器股份有限公司

- 13.3.1 公司发展概况
- 13.3.2 经营效益分析
- 13.3.3 业务经营分析
- 13.3.4 财务状况分析
- 13.3.5 未来前景展望

### 13.4 青岛海尔股份有限公司

- 13.4.1 公司发展概况
- 13.4.2 经营效益分析
- 13.4.3 业务经营分析
- 13.4.4 财务状况分析
- 13.4.5 未来前景展望

### 13.5 志高控股有限公司

- 13.5.1 公司发展概况
- 13.5.2 2014年志高控股经营状况分析
- 13.5.3 2015年志高控股经营状况分析
- 13.5.4 2016年志高控股经营状况分析
- 13.6 上市公司财务比较分析
- 13.6.1 盈利能力分析
- 13.6.2 成长能力分析
- 13.6.3 营运能力分析
- 13.6.4 偿债能力分析

## 第十四章 空调行业发展趋势及前景分析

- 14.1 我国空调行业未来发展趋势分析
  - 14.1.1 空调行业的发展趋势
  - 14.1.2 销售渠道趋向多元化
  - 14.1.3 空调室外机小型化转变
- 14.2 中国空调行业未来主要发展方向
  - 14.2.1 节能技术
  - 14.2.2 绿色环保
  - 14.2.3 健康舒适
- 14.3 中国空调行业发展前景分析
  - 14.3.1 智慧空调发展迅速
  - 14.3.2 高能效空调前景广阔
  - 14.3.3 燃气空调前景向好
  - 14.3.4 太阳能空调潜力巨大
- 14.4 2016年中国空调行业发展预测
  - 14.4.1 市场规模预测
  - 14.4.2 产品设计预测
  - 14.4.3 渠道销售预测
  - 14.4.4 电商渠道预测
- 14.5 2017-2022年家用空气调节器行业预测分析
  - 14.5.1 2017-2022年家用空气调节器收入预测
  - 14.5.2 2017-2022年家用空气调节器利润预测

### 14.5.3 2017-2022年家用空气调节器规模预测

## 第十五章 2014-2016年影响中国空调行业发展的相关政策

### 15.1 标准规范

#### 15.1.1 中央空调节能国标获颁布实施

#### 15.1.2 2014年空调行业标准发布实施情况

#### 15.1.3 2015年空调行业标准发布实施情况

#### 15.1.4 2016年空调行业标准发布实施情况

### 15.2 家电下乡政策

#### 15.2.1 《家电下乡操作细则》

#### 15.2.2 家电下乡政策对空调行业的影响

#### 15.2.3 空调受家电下乡政策退潮影响严峻

#### 15.2.4 家电下乡政策的综合效益评估

### 15.3 以旧换新政策

#### 15.3.1 《促进扩大内需 鼓励汽车、家电"以旧换新"实施方案》

#### 15.3.2 《家电以旧换新实施办法》

#### 15.3.3 家电以旧换新政策的影响分析

#### 15.3.4 空调业重启"以旧换新"政策

### 15.4 节能补贴政策

#### 15.4.1 《节能产品惠民工程高效节能房间空调器推广实施细则》

#### 15.4.2 节能家电补贴政策实施情况

#### 15.4.3 国家发布空调节能补贴政策

#### 15.4.4 空调政采须满足节能环保要求

#### 15.4.5 中央空调节能改造政策利好

#### 15.4.6 空调或受惠节能扶持新政

### 15.5 其他相关政策分析

#### 15.5.1 宏观调控政策对行业的影响

#### 15.5.2 公积金政策调整对空调的影响

#### 15.5.3 空调企业推行六年包修政策

## 附录：

### 附录一：房间空气调节器能效标识规则

### 附录二：制冷设备维修与安装管理办法

## 图表目录：

- 图表1 2014年全国房间空气调节器产量数据
- 图表2 2014年广东省房间空气调节器产量数据
- 图表3 2014年安徽省房间空气调节器产量数据
- 图表4 2014年湖北省房间空气调节器产量数据
- 图表5 2014年重庆市房间空气调节器产量数据
- 图表6 2014年山东省房间空气调节器产量数据
- 图表7 2014年河北省房间空气调节器产量数据
- 图表8 2014年浙江省房间空气调节器产量数据
- 图表9 2015年全国房间空气调节器产量数据
- 图表10 2015年广东省房间空气调节器产量数据
- 图表11 2015年安徽省房间空气调节器产量数据
- 图表12 2015年湖北省房间空气调节器产量数据
- 图表13 2015年河北省房间空气调节器产量数据
- 图表14 2015年山东省房间空气调节器产量数据
- 图表15 2015年浙江省房间空气调节器产量数据
- 图表16 2016年全国房间空气调节器产量数据
- 图表17 2016年广东省房间空气调节器产量数据
- 图表18 2016年安徽省房间空气调节器产量数据
- 图表19 2016年重庆市房间空气调节器产量数据
- 图表20 2016年湖北省房间空气调节器产量数据
- 图表21 2016年浙江省房间空气调节器产量数据
- 图表22 2016年山东省房间空气调节器产量数据
- 图表23 2016年河北省房间空气调节器产量数据
- 图表24 2014-2016年中国空调进口分析
- 图表25 2014-2016年中国空调出口分析
- 图表26 2014-2016年中国空调贸易现状分析
- 图表27 2014-2016年中国空调贸易顺逆差分析
- 图表28 2014年主要贸易国空调进口量及进口额情况
- 图表29 2015年主要贸易国空调进口量及进口额情况
- 图表30 2016年主要贸易国空调进口量及进口额情况

- 图表31 2014年主要贸易国空调出口量及出口额情况
- 图表32 2015年主要贸易国空调出口量及出口额情况
- 图表33 2016年主要贸易国空调出口量及出口额情况
- 图表34 2014年主要省市空调进口量及进口额情况
- 图表35 2015年主要省市空调进口量及进口额情况
- 图表36 2016年主要省市空调进口量及进口额情况
- 图表37 2014年主要省市空调出口量及出口额情况
- 图表38 2015年主要省市空调出口量及出口额情况
- 图表39 2016年主要省市空调出口量及出口额情况
- 图表40 2012-2016年家用空气调节器制造业销售收入
- 图表41 2012-2016年家用空气调节器制造业销售收入增长趋势图
- 图表42 2012-2016年家用空气调节器制造业利润总额
- 图表43 2012-2016年家用空气调节器制造业利润总额增长趋势图
- 图表44 2012-2016年家用空气调节器制造业资产总额
- 图表45 2012-2016年家用空气调节器制造业总资产增长趋势图
- 图表46 2012-2016年家用空气调节器制造业亏损面
- 图表47 2012-2016年家用空气调节器制造业亏损企业亏损总额
- 图表48 2012-2016年家用空气调节器制造业销售毛利率趋势图
- 图表49 2012-2016年家用空气调节器制造业成本费用率
- 图表50 2012-2016年家用空气调节器制造业成本费用利润率趋势图
- 图表51 2012-2016年家用空气调节器制造业销售利润率趋势图
- 图表52 2012-2016年家用空气调节器制造业应收账款周转率对比图
- 图表53 2012-2016年家用空气调节器制造业流动资产周转率对比图
- 图表54 2012-2016年家用空气调节器制造业总资产周转率对比图
- 图表55 2012-2016年家用空气调节器制造业资产负债率对比图
- 图表56 2012-2016年家用空气调节器制造业利息保障倍数对比图
- 图表57 中国中央空调市场近六年（2010-2015年）市场容量对比
- 图表58 中国中央空调市场近六年（2010-2015年）市场容量增长率一览
- 图表59 2016年度中国中央空调市场部分主流品牌市场占有率
- 图表60 2014-2016年度中央空调各大区市场占有率对比
- 图表61 2016年度部分中央空调品牌销售额定位图
- 图表62 2016年度部分欧美系中央空调品牌市场占有率

图表63 2016年度部分日系中央空调品牌市场占有率

图表64 2016年度部分国产中央空调品牌市场占有率

图表65 2016年度三大阵营品牌销售增长率

图表66 2014-2016年度主流产品市场占有率对比图

图表67 2016年离心机组品牌占有率

图表68 2016年度离心机组区域占有率图

图表69 2016年风冷螺杆机组品牌占有率

图表70 2016年度风冷螺杆机组区域占有率图

图表71 公共机构能耗构成

图表72 办公建筑电耗构成

图表73 重庆市商场、办公建筑和酒店的电耗构成

图表74 2010-2016年户式中央空调行业市场规模（按金额）

图表75 2011-2016年户式中央空调市场规模内外销比例分布图（按金额）

图表76 2016年中国家用空调行业内销出货同比增速

图表77 2014-2016年家用空调行业运行情况

图表78 2012-2016冷年我国家用空调电商渠道销量

图表79 2016冷年家用空调电商渠道销量占比

图表80 空调与非空调测试房间室温的逐时变化趋势

图表81 连续时间范围内空调房间室温的逐时变化趋势

图表82 住宅房间家用空调运行时间范围的分布

图表83 夏季无空调条件下满足人体热舒适要求的室温分布

图表84 2016年中国变频空调市场品牌关注比例

图表85 2013-2016年中国变频空调市场品牌关注比例对比

图表86 2016年中国变频空调市场产品关注度排名

图表87 变频空调制冷原理

图表88 空调行业波特模型示意图

图表89 中国主要空调品牌竞争优势及劣势分析

图表90 空调行业SWOT模型示意图

图表91 空调行业SCOR模型示意图

图表92 2016年度山东市场主要品牌占有率

图表93 2015-2016年度山东市场各大机组占有率对比

图表94 2012-2016年江苏空调市场容量增速

图表95 2014-2016年浙江省空调市场容量增速

图表96 2016年浙江省空调品牌市场份额

图表97 2016年浙江市场各大机组占有率分布

图表98 2014-2016年广东省空调市场容量增速

图表99 2016年广东省空调市场品牌格局

图表100 2016年广东省市场各大机组占有率分布

图表101 往复式压缩机振动烈度评价标准

图表102 典型的压缩机产品标准适用范围

图表103 2014-2016年珠海格力电器股份有限公司总资产和净资产

图表104 2014-2015年珠海格力电器股份有限公司营业收入和净利润

图表105 2016年珠海格力电器股份有限公司营业收入和净利润

图表106 2014-2015年珠海格力电器股份有限公司现金流量

图表107 2016年珠海格力电器股份有限公司现金流量

图表108 2015年珠海格力电器股份有限公司主营业务收入分行业、产品、地区

图表109 2014-2015年珠海格力电器股份有限公司成长能力

图表110 2016年珠海格力电器股份有限公司成长能力

图表111 2014-2015年珠海格力电器股份有限公司短期偿债能力

图表112 2016年珠海格力电器股份有限公司短期偿债能力

图表113 2014-2015年珠海格力电器股份有限公司长期偿债能力

图表114 2016年珠海格力电器股份有限公司长期偿债能力

图表115 2014-2015年珠海格力电器股份有限公司运营能力

图表116 2016年珠海格力电器股份有限公司运营能力

图表117 2014-2015年珠海格力电器股份有限公司盈利能力

图表118 2016年珠海格力电器股份有限公司盈利能力

图表119 2014-2016年美的集团股份有限公司总资产和净资产

图表120 2014-2015年美的集团股份有限公司营业收入和净利润

图表121 2016年美的集团股份有限公司营业收入和净利润

图表122 2014-2015年美的集团股份有限公司现金流量

图表123 2016年美的集团股份有限公司现金流量

图表124 2015年美的集团股份有限公司主营业务收入分行业、产品、地区

图表125 2014-2015年美的集团股份有限公司成长能力

图表126 2016年美的集团股份有限公司成长能力

图表127 2014-2015年美的集团股份有限公司短期偿债能力

图表128 2016年美的集团股份有限公司短期偿债能力

图表129 2014-2015年美的集团股份有限公司长期偿债能力

图表130 2016年美的集团股份有限公司长期偿债能力

图表131 2014-2015年美的集团股份有限公司运营能力

图表132 2016年美的集团股份有限公司运营能力

图表133 2014-2015年美的集团股份有限公司盈利能力

图表134 2016年美的集团股份有限公司盈利能力

图表135 2014-2016年末海信科龙电器股份有限公司总资产和净资产

图表136 2014-2016年海信科龙电器股份有限公司营业收入和净利润

图表137 2014-2016年海信科龙电器股份有限公司现金流量

图表138 2016年海信科龙电器股份有限公司主营业务收入分行业、产品、地区

图表139 2014-2016年海信科龙电器股份有限公司成长能力

图表140 2014-2016年海信科龙电器股份有限公司短期偿债能力

图表141 2014-2016年海信科龙电器股份有限公司长期偿债能力

图表142 2014-2016年海信科龙电器股份有限公司运营能力

图表143 2014-2016年海信科龙电器股份有限公司盈利能力

图表144 2014-2016年青岛海尔股份有限公司总资产和净资产

图表145 2014-2015年青岛海尔股份有限公司营业收入和净利润

图表146 2016年青岛海尔股份有限公司营业收入和净利润

图表147 2014-2015年青岛海尔股份有限公司现金流量

图表148 2016年青岛海尔股份有限公司现金流量

图表149 2015年青岛海尔股份有限公司主营业务收入分产品

图表150 2015年青岛海尔股份有限公司主营业务收入分区域

图表151 2014-2015年青岛海尔股份有限公司成长能力

图表152 2016年青岛海尔股份有限公司成长能力

图表153 2014-2015年青岛海尔股份有限公司短期偿债能力

图表154 2016年青岛海尔股份有限公司短期偿债能力

图表155 2014-2015年青岛海尔股份有限公司长期偿债能力

图表156 2016年青岛海尔股份有限公司长期偿债能力

图表157 2014-2015年青岛海尔股份有限公司运营能力

图表158 2016年青岛海尔股份有限公司运营能力

图表159 2014-2015年青岛海尔股份有限公司盈利能力  
图表160 2016年青岛海尔股份有限公司盈利能力  
图表161 2013-2014年志高控股综合收益表  
图表162 2013-2014年志高控股分部资料  
图表163 2014-2015年志高控股综合收益表  
图表164 2014-2015年志高控股分部资料  
图表165 2015-2016年志高控股综合收益表（未经审核）  
图表166 2015-2016年志高控股分部资料  
图表167 2016年空调行业上市公司盈利能力指标分析  
图表168 2015年空调行业上市公司盈利能力指标分析  
图表169 2014年空调行业上市公司盈利能力指标分析  
图表170 2016年空调行业上市公司成长能力指标分析  
图表171 2015年空调行业上市公司成长能力指标分析  
图表172 2014年空调行业上市公司成长能力指标分析  
图表173 2016年空调行业上市公司营运能力指标分析  
图表174 2015年空调行业上市公司营运能力指标分析  
图表175 2014年空调行业上市公司营运能力指标分析  
图表176 2016年空调行业上市公司偿债能力指标分析  
图表177 2015年空调行业上市公司偿债能力指标分析  
图表178 2014年空调行业上市公司偿债能力指标分析  
图表179 2017-2022年中国家用空气调节器制造业销售收入预测  
图表180 2017-2022年中国家用空气调节器制造业利润总额预测  
图表181 2017-2022年中国家用空气调节器制造业资产总额预测  
图表182 节能产品惠民工程高效节能房间空调器推广产品限价标准

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/285319.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](http://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。