

# 2023-2029年中国空调市场 深度分析与投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国空调市场深度分析与投资战略研究报告》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.cction.com/report/202211/325547.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

空调即空气调节器（Air Conditioner）。是指用人工手段，对建筑或构筑物内环境空气的温度、湿度、流速等参数进行调节和控制的设备。

一般包括冷源/热源设备，冷热介质输配系统，末端装置等几大部分和其他辅助设备。主要包括，制冷主机、水泵、风机和管路系统。末端装置则负责利用输配来的冷热量，具体处理空气状态，使目标环境的空气参数达到一定的要求。

空调是现代生活中人们不可缺少的一部分，空调为人们提供了凉爽，但同时空调常开也易引起疾病，如“空调病”等，需要慎用。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国空调市场深度分析与投资战略研究报告》共十五章。首先介绍了空调行业市场发展环境、空调整体运行态势等，接着分析了空调行业市场运行的现状，然后介绍了空调市场竞争格局。随后，报告对空调做了重点企业经营状况分析，最后分析了空调行业发展趋势与投资预测。您若想对空调产业有个系统的了解或者想投资空调行业，本报告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 我国空调行业发展情况分析

#### 第一节 空调相关概述

##### 一、空调定义及分类

##### 二、空调的命名标准

##### 三、空调的认证标志

#### 第二节 我国空调行业发展概况

##### 一、我国空调行业发展现状调研

##### 二、国际市场增幅趋缓

##### 三、全球空调七成中国制造

##### 四、连锁卖场模式成为主流

#### 第三节 我国空调行业发展存在的问题

##### 一、中国空调行业的主要问题

- 二、空调能效等级标识问题
- 三、空调质量问题
- 四、我国空调行业目前存在的三大问题

## 第二章 2017-2022年我国空调所属行业发展情况分析

### 第一节 2022年我国空调行业发展情况分析

- 一、2022年冷冻年度空调市场发展分析
- 二、2022年冷冻年度空调市场特征分析
- 三、2022年中国空调制造业经济效益分析
- 四、2022年冷冻年度三四级市场成最大亮点
- 五、2022年冷冻年度空调行业大事记
- 六、2022年冷冻年度家用空调市场存在的问题

### 第二节 2022年我国空调行业发展情况分析

- 一、2022年我国空调销售情况调查分析
- 二、2022年中国空调市场分析报告
- 三、2017-2022年我国空调行业产量增长情况分析

### 第三节 2022年我国空调行业发展预测分析

- 一、2022年我国空调行业发展形势
- 二、2022年我国空调行业发展预测分析
- 三、2022年我国空调市场机会与挑战
- 四、2022年我国空调市场新热点

## 第三章 2017-2022年中国家用空气调节器制造业所属行业经济运行数据分析

### 第一节 2017-2022年全国家用空气调节器制造所属行业主要经济指标

- 一、2022年全国家用空气调节器制造所属行业主要经济指标

### 第二节 2017-2022年全国及各省市家用空气调节器制造所属行业产销数据分析

- 一、2022年全国及各省市家用空气调节器制造所属行业产销数据分析

### 第三节 2017-2022年全国及各省市家用空气调节器制造所属行业资产负债分析

- 一、2022年全国及各省市家用空气调节器制造所属行业资产负债分析

### 第四节 2017-2022年全国及中国各省市家用空气调节器制造所属行业规模分析

- 一、2022年全国及各省市家用空气调节器制造所属行业规模分析

### 第五节 2017-2022年全国及各省市家用空气调节器制造所属行业盈利能力分析

## 一、2022年全国及各省市家用空气调节器制造所属行业盈利能力分析

### 第四章 细分市场分析

#### 第一节 2017-2022年空调业细分市场概述

##### 一、企业发力空调细分市场

##### 二、“成本”向“需求”转变成为空调消费新趋势预测分析

##### 三、2022年细分定位成空调行业发展新突破口

#### 第二节 变频空调现状及前景

##### 一、变频空调的概念、分类和优势

##### 二、主要变频空调品牌发展历程

##### 三、2022年变频空调市场概况

##### 四、变频空调品牌满意度调查分析

##### 五、变频空调未来发展趋势预测分析

##### 六、变频空调成2022年空调市场竞争焦点

#### 第三节 节能空调

##### 一、2022年高效节能空调市场占有率

##### 二、2022年空调能效升级引发产业变动

##### 三、空调节能走出恶性循环刻不容缓

##### 四、推进房间空调器实现节能前景

#### 第四节 中央空调

##### 一、中央空调市场现状分析

##### 二、2022年中央空调市场分析

##### 三、2022年中央空调企业全面扩张

##### 四、2022年中央空调市场竞争格局

##### 五、2022年中央空调市场发展走向

##### 六、2022年我国空调企业掘金中央空调市场

#### 第五节 家用空调

##### 一、2022年家用空调市场回顾

##### 二、2022年家用空调市场展望

#### 第六节 商用空调

##### 一、2022年商用空调市场剖析

##### 二、2022年商用空调市场未来预测分析

三、2022年我国商用空调市场呈现四大趋势预测分析

四、2017-2022年商用空调发展趋势与行业机遇

第七节 农村空调市场分析

一、2022年农村空调市场现状分析

二、2022年变频空调有望成农村市场主流

三、2022年空调农村市场潜力及策略

第五章 2017-2022年空调所属行业出口情况分析

第一节 2022年空调出口景气指数及出口

第二节 2017-2022年空调出口景气指数

一、2022年空调出口景气指数

二、2022年空调出口信心指数

第六章 空调所属行业出口情况分析对策

第一节 2022年我国空调出口情况分析

一、2022年中国空调出口情况分析

二、2022年中国空调出口产品结构

三、2022年中国空调出口竞争环境

四、2022年中国空调出口展望

第三节 2022年抵御出口风险战略

一、2022年空调出口环保门槛逐渐变高

二、2022年中国空调企业海外工厂成本抬升

三、2022年年空调出口增长预测及对策

第七章 空调所属行业出口市场分析

第一节 2017-2022年世界空调市场发展概况

一、2021年全球空调市场回顾

二、美国空调市场分析

三、欧洲空调市场分析

四、俄罗斯空调市场分析

五、日本空调市场分析

六、巴西空调市场分析

七、阿根廷空调市场分析

八、印度空调市场分析

九、东南亚空调市场分析

十、拉丁美洲市场

十一、中东市场

十二、非洲市场

十三、大洋洲市场

第二节 2022年国家空调出口发展对策

一、东盟等二线海外市场成为双刃剑

二、2022年国家空调出口发展对策

## 第八章 空调消费市场分析

### 第一节 空调消费现状分析

一、空调消费进入高能效时代

二、空调消费品牌依赖性增强

三、2022年中端机成消费趋势预测分析

四、2022年空调选购趋势调查

### 第二节 空调市场消费特点

一、中国消费市场的地理因素

二、消费地理因素的营销启示

三、家电消费关注转变

### 第三节 2022年中国空调市场消费行为调查报告

二、空调基本使用状况分析

三、空调整体消费需求

四、空调能效标准认知

五、无氟、附加功能和保修时长

六、调查对象信息

### 第四节 2022年中国变频空调市场调查

一、变频、定频空调的选择

二、变频空调品牌的选择

三、变频空调的优势

四、变频空调的缺点

五、变频空调的前景

六、变频空调的控温效果满意程度

七、变频空调需改进之处

## 第九章 空调营销渠道与策略分析

### 第一节 我国空调市场的营销渠道分析

### 第二节 空调营销渠道模式比较研究

一、美的模式——批发商带动零售商

二、海尔模式——零售商为主导的渠道系统

三、格力模式——厂商股份合作制

### 第三节 空调渠道：连锁与自建并行发展

一、谁是空调流通的主角

二、格力模式的是与非

三、农村空调市场渠道逐步成型

### 第四节 空调厂商营销策略分析

一、小型商用空调市场营销策略

二、中央空调行业渠道策略研究

三、居民消费行为转变及零售商的应对策略

### 第五节 2022年空调厂商营销策略分析

一、2022年空调厂商营销环境

二、空调制冷业应规模、产能与营销一体化

三、2022年冷年空调还需差异化营销

## 第十章 空调行业的市场竞争分析

### 第一节 2017-2022年品牌竞争格局分析

### 第二节 2017-2022年中国空调市场竞争

### 第三节 2022年空调行业本土品牌与外资品牌竞争分析

一、技术推动市场

二、需确立精准定位

三、农村市场决定成败

## 第十一章 空调行业优势企业分析



## 第一节 海尔

### 一、企业概况

### 二、经营情况分析

### 三、发展展望及策略

## 第二节 格力

### 一、企业概况

### 二、经营情况分析

### 三、发展展望及策略

## 第三节 美的

### 一、企业概况

### 二、经营情况分析

### 三、发展展望及策略

## 第四节 志高

### 一、企业概况

### 二、经营情况分析

### 三、发展展望及策略

## 第五节 奥克斯

### 一、企业概况

### 二、经营情况分析

### 三、发展展望及策略

## 第六节 海信科龙

### 一、企业概况

### 二、经营情况分析

### 三、发展展望及策略

## 第七节 春兰

### 一、企业概况

### 二、经营情况分析

### 三、发展展望及策略

## 第八节 LG

### 一、企业概况

### 二、经营情况分析

### 三、发展展望及策略

## 第九节 松下

- 一、企业概况
- 二、经营情况分析
- 三、发展展望及策略

## 第十节 三菱

- 一、企业概况
- 二、经营情况分析
- 三、发展展望及策略

## 第十二章 空调行业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、2022年中国宏观经济运行分析
- 二、2022年经济运行形势分析及展望
- 三、2023-2029年中国经济发展预测分析

### 第二节 我国空调产业政策环境分析

## 第十三章 空调关联行业发展状况分析

### 第一节 家电业发展状况及未来走势

- 一、2022年产业整体发展分析
- 二、2022年白色家电市场竞争将白热化
- 三、2022年白电国际化战略加速
- 四、2022年白电企业产能扩张情况分析
- 五、2017-2022年白色家电产业发展前景预测分析

### 第二节 2017-2022年国内空调压缩机市场分析

- 一、空调压缩机概述
- 二、2022年空调压缩机市场现状调研
- 三、2022年空调压缩机国家标准年内将修订完毕
- 四、2022年空调压缩机市场发展预测分析

### 第三节 空调制冷剂行业发展状况分析

### 第四节 铜行业发展状况分析

- 一、铜价对空调生产的影响
- 二、2022年空调铝代铜成趋势预测分析

## 第十四章 2023-2029年中国空调行业发展趋势预测分析

### 第一节 2023-2029年空调业发展预测分析

### 第二节 2023-2029年空调市场产品趋势预测分析

一、变频持续普及大势难逆转

二、能效升级和无氟普及

三、附加功能更加丰富

四、针对细分人群出击

### 第三节 2023-2029年空调技术趋势预测分析

一、2023-2029年我国空调技术发展目标

二、2023-2029年空调压缩机的研究方向

三、2023-2029年变频控制技术领域

四、2023-2029年新型换热器技术领域

五、2023-2029年高效送风系统领域

六、2023-2029年空调余热回收的研究

七、2023-2029年空调制冷剂HCFC替代技术研究

八、2023-2029年高效节材技术研究

九、2023-2029年铜替代技术领域

十、2023-2029年舒适性研究领域

十一、2023-2029年变频多联技术的研究方向

## 第十五章 2023-2029年空调市场发展与投资策略

### 第一节 我国空调企业发展策略分析

一、空调价格策略分析

二、中小空调企业营销策略

三、2017-2022年国内空调巨头国际化提速

四、2022年企业需规划新产品策略

### 第二节 能效升级“大考”及空调企业应对策略

一、能效升级对企业的影响

二、企业提升能效的主要途径

三、对能效标准升级的建议

四、空调厂家要转变心态

### 第三节 中央空调企业关系营销战略分析

#### 一、中央空调关系营销的基本内容

#### 二、关系营销与中央空调企业特性

#### 三、中央空调企业的关系营销战略

### 第四节 空调高库存情况分析 & 对策

#### 一、空调高库存情况分析

#### 二、空调高库存应对策略

图表目录：

图表 2017-2022年空调总销量及增速（万台）

图表 2017-2022年空调内销及增速（万台）

图表 2017-2022年空调出口及增速（万台）

图表 2017-2022年空调产量及增速（万台）

图表 2017-2022年冷年空调产品结构市场份额分析图

图表 2022年冷年空调产品分品牌分定频、变频零售量构成

图表 2017-2022年空调累计内销出货量及累计增速

图表 2017-2022年空调累计出口量及累计增速

图表 2017-2022年空调内销变化

图表 2017-2022年空调出口变化

图表 2022年中国空调市场品牌关注比例分布

图表 2022年中国空调市场品牌关注排名对比

图表 2022年中国空调市场变频与定频产品关注比例分布

图表 2022年中国空调市场变频产品关注比例走势

图表 2022年中国空调市场不同类型产品关注比例分布

图表 2022年中国空调市场不同功率产品关注比例分布

图表 2022年中国空调市场不同冷暖类型产品关注比例分布

图表 2022年中国空调市场不同价格段产品关注比例分布

更多图表请见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202211/325547.html>