

2015-2020年中国中央空调市场运行态势及投资策略 略报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国中央空调市场运行态势及投资策略报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/159558.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

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产品技术突破介绍 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

图表：中央空调业务提升家电企业综合毛利率 218

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/159558.html>