

# 中国商用空调运行态势分析与前景规划研究报告2023-2029年

产品名称	中国商用空调运行态势分析与前景规划研究报告 2023-2029年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708
联系电话	18766830652 18766830652

## 产品详情

中国商用空调运行态势分析与前景规划研究报告2023-2029年\*\*\*\*\*  
\*\*\*\*\*【报告编号】366060【出版日期】2023年3月【出版机构】中研华泰研究院【交付方式】  
EMIL电子版或特快专递【报告价格】纸质版:6500元 电子版:6800元 纸质版+电子版:7000元【联系人员】  
刘亚 免费售后服务一年,具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 第一章  
2023-2029年商用空调行业概述 23第一节 商用空调介绍 23一、商用空调范围界定  
23二、商用空调类型划分 231、风冷热泵型中央空调机组 232、水冷螺杆式冷水机组  
243、离心式冷水机组 24第二节 商用空调相关知识介绍 24一、商用中央空调系统  
24二、商用中央空调工作原理 24三、商用空调新系统分析 25四、其它 28第二章  
2021-2022年中国商用空调市场运行环境分析 30第一节2021-2022年中国宏观经济环境分析  
30一、中国gdp分析 30二、中国工业发展形势 31三、消费价格指数分析 33四、城乡居民收入分析  
35五、社会消费品零售总额 37六、全社会固定资产投资分析 38七、进出口总额及增长率分析  
40四、存利率变化 41五、财政收支状况 43第二节 2021-2022年中国商用空调产业政策分析  
46一、标准规范 47二、家电下乡政策 49三、以旧换新政策 50四、节能补贴政策 51第三节  
2021-2022年中国商用空调行业技术状况 51一、变频空调压缩机及变频调速系统技术  
51二、中央空调节能技术 56第三章 2021-2022年国内外空调产业整体运行态势分析 59第一节  
世界空调行业发展概况 59一、世界空调产业链发展状况 59二、国际空调市场格局面临调整 63第二节  
中国空调行业发展概况 70一、我国空调行业发展阶段 70二、我国空调行业产能扩张加剧  
70三、国内空调市场主要品牌运作 70四、我国空调消费市场趋于成熟  
71五、我国空调业内销保持平稳态势 71六、我国空调出口贸易的基本特征 71第三节  
中国空调行业技术研发进展状况 72一、国内外空调产业专利技术竞争态势  
72二、我国制冷空调技术研发进展简析 80三、中国空调节能技术取得重大突破  
82四、我国空调产业面临潜在技术危机 84第四节 空调行业存在的问题及发展对策  
86一、中国空调产业资金链面临的挑战 86二、标识混乱制约我国空调行业良性发展  
86三、国内空调企业加快发展的对策思路 86四、国内制冷空调行业发展重点及战略  
86五、国家政策引导解决空调行业结构性矛盾 87六、加快中国空调行业发展的政策建议 87第四章  
2022年中国中央空调产业运行状况分析 89第一节2022年中国中央空调产业发展概述  
89一、中国中央空调行业总体特征 89二、我国中央空调市场发展态势  
89三、中央空调市场民族品牌趁势崛起 89四、我国中央空调市场发展面临的挑战

90五、我国中央空调产业亟待整合升级 90第二节2022年家用中央空调市场发展状况分析  
91一、家用中央空调市场格局逐步明朗 91二、家用中央空调优势明显 91三、家用中央空调潜在需求巨大  
92第三节 中央空气节能技术分析 93一、空调设计中关键环节的节能控制  
93二、中央空调使用过程中的节能措施 94三、加强中央空调的日常节能管理 95第四节  
近年来中国拟在建工程项目分析 96一、台湾东元集团在南昌建商用空调生产基地  
96二、全球首台无氟变频物联网商用空调研制 97三、美的在合肥建中央空调生产基地  
98四、格力电器欲建设中央空调生产线 99第五章  
2019-2022年中国商用空调制造行业主要数据监测分析（3573）  
100第一节2019-2022年份中国商用空调制造行业规模分析 100一、企业数量增长分析  
100二、从业人数增长分析 100三、资产规模增长分析 101第二节2022年份中国商用空调制造行业结构分析  
101一、企业数量结构分析 101二、销售收入结构分析  
102第三节2019-2022年份中国商用空调制造行业产值分析 103一、产成品增长分析  
104二、工业销售产值分析 104三、出口交货值分析  
104第四节2019-2022年份中国商用空调制造行业成本费用分析 105一、销售成本分析 105二、费用分析  
106第五节2019-2022年份中国商用空调制造行业盈利能力分析 106一、主要盈利指标分析  
106二、主要盈利能力指标分析 107第六章 2019-2022年中国商用空调相关产量统计分析 108第一节  
2019-2022年全国商用空调产量分析 108第二节 2022年全国及主要省份商用空调产量分析 108第三节  
2022年商用空调产量集中度分析 109第七章 2021-2022年中国商用空调市场深度剖析 110第一节  
2021-2022年中国商用空调市场运行总况 110一、商用空调成行业新的发展空间和利润增长点  
110二、近几年中国商用空调市场规模及容量分析 110三、中国商用空调利润情况分析 110第二节  
2021-2022年中国商用空调市场需求分析 111一、商用空调需求总量高速增长  
111二、需求的地域范围合理扩大 111三、需求层次呈现多样化发展的趋势 112第三节  
2021-2022年中国商用空调重点市场需求及增长情况分析 112一、北京 112二、上海 112三、广州 113第八章  
2021-2022年中国商用空调细分市场透析 114第一节 燃气空调 114一、燃气空调市场应用情况  
114二、我国燃气空调将可能迎来---式增长 115三、市场竞争优势 115四、生产企业规模  
116五、市场销售情况及所占市场份额 116六、市场发展前景预测 117第二节 地温中央空调 117第三节  
冰蓄冷中央空调 118一、市场应用情况 118二、经济效益超分析  
120第九章2021-2022年中国中央空调市场调查调研 122第一节 2021-2022年中央空调市场消费需求分析  
122一、价格分析 122二、品牌倾向 122三、售后服务 122第二节  
2021-2022年中国中央空调市场消费区域分析 123一、百货商场 123二、写字楼 123三、酒店饭店  
124四、家庭/别墅 124五、医院 124第十章 2019-2022年中国商用空调进出口贸易数据监测 125第一节  
2019-2022年中国制冷量 > 4千大卡/时分体式空调进出口数据分析84151022  
125一、2019-2022年中国制冷量 > 4千大卡/时分体式空调进口数据分析  
125二、2019-2022年中国制冷量 > 4千大卡/时分体式空调出口数据分析  
125三、2019-2022年中国制冷量 > 4千大卡/时分体式空调进出口平均单价分析  
126四、2019-2022年中国制冷量 > 4千大卡/时分体式空调进出口国家及地区分析 126第二节  
2019-2022年中国制冷量 > 4千大卡/时空调器进出口数据分析84158120  
127一、2019-2022年中国制冷量 > 4千大卡/时空调器进口数据分析  
127二、2019-2022年中国制冷量 > 4千大卡/时空调器出口数据分析  
128三、2019-2022年中国制冷量 > 4千大卡/时空调器进出口平均单价分析  
128四、2019-2022年中国制冷量 > 4千大卡/时空调器进出口国家及地区分析 129第三节  
2019-2022年中国制冷量 > 4千大卡/时的其他空调进出口数据分析84158220  
129一、2019-2022年中国制冷量 > 4千大卡/时的其他空调进口数据分析  
130二、2019-2022年中国制冷量 > 4千大卡/时的其他空调出口数据分析  
130三、2019-2022年中国制冷量 > 4千大卡/时的其他空调进出口平均单价分析  
131四、2019-2022年中国制冷量 > 4千大卡/时的其他空调进出口国家及地区分析 131第十一章  
2023-2029年商用空调行业市场企业竞争格局分析 133第一节 2021-2022年中国商用空调竞争总况  
133一、商用空调市场成为国际家电巨头抢食的“新奶酪”  
133二、2021-2022年中国商用空调市场集中度分析 133三、专业化的渠道将成为中央空调企业角逐的战场  
133第二节 2021-2022年商用中央空调市场品牌竞争力及市场份额分析 134一、国外品牌竞争竞争力分析  
134一、约克 134二、大金 134三、开利 134二、国内品牌竞争竞争力分析 135一、美的 135二、海尔 135三、格力

1354、松下 1355、lg 136第三节 2021-2022年中国商用中央空调其它竞争分析 136一、技术竞争  
136二、价格竞争分析 137三、服务竞争 137第四节 2023-2029年中国商用空调市场竞争趋势分析  
138第十二章 2021-2022年中国商用空调市场外资品牌企业运营状况分析 140第一节 约克 140第二节 特灵  
140第三节 大金 142第四节 日立 142第五节 三菱 143第六节 lg 143第七节 三星 144第十三章  
2021-2022年中国商用空调行业\*\*企业研究 145第一节 美的电器(000527) 145一、企业概况  
145二、企业主要经济指标分析 145三、企业盈利能力分析 153四、企业偿债能力分析  
155五、企业运营能力分析 156六、企业成长能力分析 157第二节 格力电器(000651) 157一、企业概况  
157二、企业主要经济指标分析 158三、企业盈利能力分析 167四、企业偿债能力分析  
168五、企业运营能力分析 170六、企业成长能力分析 170七、格力电器未来3年商用空调销售目标100亿  
171第三节 青岛海尔(600690) 172一、企业概况 172三、企业盈利能力分析 183四、企业偿债能力分析  
184五、企业运营能力分析 185六、企业成长能力分析 186第四节 st春兰(600854) 186一、企业概况  
186二、企业主要经济指标分析 187三、企业盈利能力分析 192四、企业偿债能力分析  
193五、企业运营能力分析 194六、企业成长能力分析 195第五节 广东志高空调有限公司 196一、企业概况  
196二、企业主要经济指标分析 197三、企业盈利能力分析 199四、企业偿债能力分析  
200五、企业运营能力分析 202六、企业成长能力分析 203第六节 tcl集团(000100) 205一、企业概况  
205二、企业主要经济指标分析 207三、企业盈利能力分析 217四、企业偿债能力分析  
218五、企业运营能力分析 219六、企业成长能力分析 220七、I商用空调2022年保底目标2亿 220第七节  
格兰仕(中山)家用电器有限公司 221一、企业概况 221三、企业盈利能力分析 225四、企业偿债能力分析  
226五、企业运营能力分析 227六、企业成长能力分析 229第八节 约克广州空调冷冻设备有限公司  
229一、企业概况 229二、企业主要经济指标分析 230三、企业盈利能力分析 232四、企业偿债能力分析  
233五、企业运营能力分析 234六、企业成长能力分析 236第九节 富士通将军中央空调(无锡)有限公司  
237一、企业概况 237二、企业主要经济指标分析 239三、企业盈利能力分析 240四、企业偿债能力分析  
241五、企业运营能力分析 242六、企业成长能力分析 244第十节 上海国祥制冷工业有限公司  
245一、企业概况 245二、企业主要经济指标分析 247三、企业盈利能力分析 248四、企业偿债能力分析  
249五、企业运营能力分析 250六、企业成长能力分析 252第十一节 东莞市广大制冷有限公司  
252一、企业概况 252二、企业主要经济指标分析 253三、企业盈利能力分析 254四、企业偿债能力分析  
255五、企业运营能力分析 256六、企业成长能力分析 258第十四章  
2023-2029年中国商用空调市场前景预测 259第一节 2023-2029年中国商用空调新产品趋势探析  
259一、远程控制成为技术趋势 259二、健康升级大势所趋 259三、厂家比拼节能技术 259第二节  
2023-2029年中国商用空调行业发展方向 260一、节能技术 260二、绿色环保 260三、健康舒适 260第三节  
2023-2029年中国商用空调服务趋势分析 2601、服务个性化 2602、服务标准化 2613、服务技术化  
261第四节 2023-2029年中国商用空调市场前景预测分析 261一、中国空调产量预测分析  
261二、中国商用空调市场供需预测分析 262三、高效空调发展潜力巨大 262四、燃气空调应用前景看好  
263五、太阳能空调市场发展前景广阔 264第十五章 2023-2029年中国商用空调行业投资潜力分析  
267第一节 2021-2022年中国商用空调投资概况 267一、中国40000亿扩大内需投资对空调市场产生一定影响  
267二、铁路、机场等基础设施建设拉动140亿元左右的商用空调市场  
267三、中国商用空调行业投资效益分析 267第二节 2023-2029年商用空调行业投资机会分析  
268一、2023-2029年商用空调行业区域投资机会 268二、2023-2029年商用空调需求增长投资机会  
268第三节 2023-2029年商用空调行业投资风险展望 268一、宏观调控风险 268二、竞争风险  
269三、供需波动风险 270四、技术创新风险 270五、经营管理风险 270六、产品自身价格波动风险  
271第四节 专家投资观点 272第十六章 2023-2029年商用空调行业营销策略和战略研究 273第一节  
商用空调行业营销策略 273一、商用空调4p分析 273二、商用空调营销模式分析  
274二、商用空调行业品牌策略 275四、商用空调行业价格策略 275五、商用空调淡季营销策略  
276六、商用空调营销策略 277第二节 中国企业经营管理的战略建议 279一、确定市场主导  
279二、推进渠道多元化 280三、进军主导市场 281四、转型方案提供商 282五、企业品牌经营策略  
282六、企业产品经营策略 284七、企业市场与经营定位策略 284第三节  
中国商用空调行业企业的竞争战略建议 285一、商用中央空调企业竞争策略  
285二、商用空调服务的竞争策略 286三、商用空调流通渠道竞争策略 287