



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国商用空调行业 市场前景分析及深度研究咨询报 告

一、调研说明

《2010-2015年中国商用空调行业市场前景分析及深度研究咨询报告》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/163335.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

→内容简介

2009年前4个月无疑是中国空调市场近5年来最惨淡的时期。2009年1-4月房间空调器国内总出货量同比下降19.1%，然而在北京、上海等大城市中变频空调的销量实现10%的增长，2009年5月份开始房间空调器的国内销量也逐步回升。2009年1-9月，中国空调外销市场同比相比全面下滑，直到10月份外销情况有所改变，当月出口量同比增长27.4%，到11月份该数值上升到47.8%。尽管2009全年中国空调外销销量同比下降了28.9%，但10月和11月的表现显示中国空调外销市场正逐渐复苏。随着中国对高效节能产品要求的提升，促进了变频空调的发展，这无疑对日本制造商产生利好。但是，中国空调制造商凭借低成本优势越来越多加入到变频领域，很大程度上影响了日本制造商在这一领域的优势。2009年，国内品牌在中央空调市场的集体份额与外资品牌持平甚至略多，在大约350亿元的市场规模中，美的以近10%的占有率位居第二，大金是第一。2010年，美的中央空调计划实现同比增长30%。目前，格力已经位列中央空调行业前五名，国产品牌在中央空调领域已经开始向长期占据优势的外资品牌发起冲击。2009年中央空调市场，四大欧美品牌(约克、特灵、开利、麦克维尔)中，除了约克，其他三家都出现不同程度下滑，这也是导致2009年整体市场容量下滑的一个非常重要的原因。受全球金融危机影响，众多外资中央空调企业纷纷对中国市场战略进行了调整，调整中最为重要的就是对成本的控制以及重新规划和制定销售目标。

中国40000亿扩大内需投资对空调市场产生一定影响，基础设施建设领域的投资额度在15000亿左右。2009-2010年，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。对此，业内的各大空调巨头已经纷纷做出相应准备。在出口受重挫的情况下，扩大内需带来的巨大商用空调蛋糕无疑对厂商具有强烈的诱惑。中国商用空调市场近年来已出现高于12%的年增长速度。2005年中国商用空调市场达到200亿元的市场容量，2010年这一数字将高达350亿-400亿元。而在北京、上海、广州等大城市，商用空调的需求正以每年70-80%的速度剧增。高增长率的背后是高利润率。在普通家用空调利润日渐稀薄的情况下，商用空调市场目前成为国际家电巨头抢食的"新奶酪"。目前在中国市场上，涉足商用空调的厂家有100多家，国外品牌有约克、特灵、大金、日立、三菱、LG、三星等，中国本土有格力、美的、海尔、春兰、TCL、志高等。无论是在市场份额还是在核心技术方面，目前明显占优的还是外资空调品牌。

本调查报告由艾凯数据研究中心撰写发布，依据市场调查资料、行业统计数据、国内外企业访谈结果、科研院所技术进展、业内专业期刊杂志、艾凯数据研究中心产业数据库等多方面情报数据撰写而成。通过本报告您可以清晰把握产业全景式发展脉络，从宏观国际经济环

境、中观产业环境到微观企业内部环境三个层面对其内在传导机制做出科学判断。作为从事中国商用空调行业人士的参考资料，深信本调查报告能在您制订经营战略时发挥一臂之力。

以下为《2010-2015年中国商用空调行业市场前景分析及深度研究咨询报告》行业研究报告的内容简介：

→报告目录

目 录

CONTENTS

第一部分 行业概述与发展环境

第一章 2010-2015年商用空调行业概述 1

第一节 商用空调介绍 1

一、商用空调概述 1

二、商用空调使用范围 1

三、商用中央空调发展状况 2

第二节 商用空调相关知识介绍 5

一、商用中央空调系统 5

二、商用中央空调工作原理 6

三、商用空调新系统分析 6

四、其它 10

第二章 2009-2010年商用空调行业发展环境分析 15

第一节 2009-2010年全球经济形势分析 15

一、2009年全球经济增长情况分析 15

二、2010年全球经济运行形势分析 21

三、2010年全球经济金融形势分析 23

第二节 2009-2010年中国经济形势分析 41

一、2009年中国宏观经济运行分析 41

二、2010年中国宏观经济运行分析 49

三、2010年中国经济金融形势分析 70

四、2010年中国经济增长数据分析 72

第三节 2009-2010年商用空调产业政策分析 74

一、高效节能空调推广财政补贴政策 74

二、房间空气调节器能效限定值及能效等级 75

三、消耗臭氧层物质管理条例 76

第四节 2009-2010年商用空调行业技术状况 86

一、变频空调压缩机及变频调速系统技术 86

二、中央空气调节能技术 91

第二部分 行业发展分析

第三章 2010-2015年商用空调行业国际市场供需状况研究分析 95

第一节 2010-2015年商用空调行业国际市场需求分析 95

一、2010-2015年商用空调行业国际市场需求规模分析 95

二、2010-2015年商用空调行业国际市场需求影响因素分析 100

三、2010-2015年商用空调行业国际市场需求格局分析 101

第二节 2010-2015年商用空调行业国际市场供给分析 101

一、2010-2015年商用空调行业国际市场供给规模分析 101

二、2010-2015年商用空调行业国际市场供给影响因素分析 101

三、2010-2015年商用空调行业国际市场供给格局分析 102

第三节 2010-2015年商用空调行业国际市场供需平衡分析 102

一、2010-2015年商用空调国际市场供需状况 102

二、2010-2015年商用空调国际市场供需平衡分析 102

第四章 2010-2015年商用空调行业中国市场供需状况研究分析 103

第一节 2010-2015年商用空调行业中国市场需求分析 103

一、2010-2015年商用空调行业中国市场需求规模分析 103

二、2010-2015年商用空调行业中国市场需求影响因素分析 105

三、2010-2015年商用空调行业中国市场需求客户分析 106

四、2010-2015年商用空调行业中国市场需求格局分析 107

第二节 2010-2015年商用空调行业中国市场供给分析 111

一、2010-2015年商用空调行业中国市场供给规模分析 111

二、2010-2015年商用空调行业中国市场供给影响因素分析 112

三、2010-2015年商用空调行业中国市场供给格局分析 116

第三节 2010-2015年商用空调行业中国市场供需平衡分析 123

一、2010-2015年商用空调市场供需状况 123

二、户式中央空调潜在市场发展空间分析 125

第四节 近年来中国拟在建在建工程项目介绍 127

一、台湾东元集团在南昌建商用空调生产基地 127

二、全球首台无氟变频物联网商用空调研制 128

三、美的在合肥建中央空调生产基地 130

四、格力电器欲建设中央空调生产线 130

第五章 2009-2010年商用空调行业数据分析 133

第一节 2009-2010年中国商用空调行业产销率调查 133

一、2009-2010年商用空调行业工业总产值 133

二、2009-2010年商用空调行业工业销售产值 133

第二节 2009-2010年商用空调出口交货值数据 137

第三节 商用空调行业市场运行数据分析 140

一、商用空调行业偿债能力分析 140

二、商用空调行业盈利能力分析 143

三、商用空调行业经营能力分析 144

四、商用空调行业成长能力分析 146

第六章 2010-2015年商用空调行业进出口状况分析 155

第一节 2010-2015年商用空调行业国内市场销售分析分析 155

一、2009-2010年商用空调行业进口状况分析 155

二、2010年商用空调行业供给地区分析 155

第二节 2010-2015年商用空调行业国际市场销售分析分析 155

一、2009-2010年商用空调行业出口状况分析 155

二、2010年中国低能效空调出口分析 157

三、商用空调出口受困原材料涨价 161

第三部分 行业竞争分析

第七章 2009-2010年商用空调行业标杆企业研究 163

第一节 美的 163

- 一、企业基本概述 163
- 二、2010年企业经营状况 164
- 三、2009-2010年企业财务分析 165
- 四、企业出口分析 169
- 五、企业经营策略 170
- 六、企业未来5年重要支柱产业 172

第二节 格力 175

- 一、企业基本概述 175
- 二、2010年企业经营状况 176
- 三、企业主营业务分析 177
- 四、2009-2010年企业财务分析 179
- 五、企业商用空调发展情况 182

第三节 海尔 183

- 一、企业基本概述 183
- 二、2010年企业经济状况 184
- 三、2009-2010年企业财务分析 185
- 四、企业品牌价值 189
- 五、企业发展战略 190
- 六、企业未来发展 192

第四节 春兰 193

- 一、企业基本概述 193
- 二、2009-2010年企业财务分析 194
- 三、企业生产情况 198
- 四、企业海外市场发展 198

第五节 志高 199

- 一、企业基本概述 199
- 二、2010年企业经营状况 200
- 三、企业发展战略 202
- 四、企业竞争优势 208
- 五、企业发展趋势 209

第六节 TCL 211

- 一、企业基本概述 211

二、企业竞争策略 213

三、企业技术优势 216

第七节 大金 219

一、企业基本概述 219

二、企业主营业务 219

三、企业品牌介绍 220

四、2010年企业经营状况 220

第八节 约克 221

一、企业基本概述 221

二、企业产品优势 223

三、企业品牌策略 224

第九节 特灵 226

一、企业基本概述 226

二、企业发展战略 226

三、企业品牌优势 228

第十节 三星 229

一、企业基本概述 229

二、企业主营业务 231

三、企业发展优势 233

四、企业在中国的发展 237

第八章 2010-2015年商用空调行业市场企业竞争格局分析 241

第一节 2010-2015年商用空调行业企业区域集中度分析 241

一、商用空调华北区域集中度分析 241

二、商用空调东北区域集中度分析 241

三、商用空调西北区域集中度分析 243

四、商用空调华东区域集中度分析 244

五、商用空调华南区域集中度分析 245

六、商用空调华中区域集中度分析 246

第二节 2010-2015年商用空调行业企业主要省市集中度分析 248

一、商用空调浙江省集中度分析 248

二、商用空调上海市集中度分析 251

- 三、商用空调广东省集中度分析 251
- 四、商用空调江苏省集中度分析 253
- 五、商用空调北京市集中度分析 255
- 第三节 2010-2015年商用空调行业企业主要企业集中度分析 256
 - 一、商用空调美的企业集中度分析 256
 - 二、商用空调格力企业集中度分析 257
 - 三、商用空调海尔企业集中度分析 258
- 第四节 2010-2015年商用空调行业企业竞争格局分析 258
 - 一、2010-2015年商业空调市场竞争格局 258
 - 二、2010-2015年我国商用空调品牌竞争 259
 - 三、国内品牌的商用空调市场影响力逐渐增强 261
 - 四、2010-2015年商业空调品牌格局悄然生变 262

第九章 2009-2010年商用空调行业相关行业市场运行综合分析 265

- 第一节 2010-2015年商用空调行业上游运行分析 265
 - 一、商用空调行业上游介绍 265
 - 二、商用空调行业上游发展状况分析 266
 - 三、商用空调行业上游对商用空调行业影响力分析 267
- 第二节 2010-2015年商用空调行业下游运行分析 273
 - 一、商用空调行业下游介绍 273
 - 二、商用空调行业下游发展状况分析 274
 - 三、商用空调行业下游对商用空调行业影响力分析 276

第四部分 行业投资与策略分析

第十章 商用空调行业投资潜力分析 279

- 第一节 行业投资收益率比较及分析 279
 - 一、2009年相关产业投资收益率比较 279
 - 二、2009-2010年行业投资收益率分析 282
- 第二节 商用空调行业投资效益分析 284
 - 一、2009-2010年商用空调行业投资效益分析 284
 - 二、2010-2015年商用空调行业投资趋势预测 285
 - 三、2010-2015年商用空调行业的投资方向 287

四、2010-2015年商用空调行业投资的建议 289

第三节 影响商用空调行业发展的主要因素 290

一、2010-2015年我国商用空调行业面临的威胁 290

二、2010-2015年我国商用空调行业的优势 291

三、2010-2015年我国商用空调行业现有的劣势 292

四、2010-2015年我国商用空调行业运行的机遇分析 293

第十一章 2010-2015年商用空调行业投资机会与风险展望 295

第一节 2010-2015年商用空调行业投资机会 295

一、2010-2015年商用空调行业区域投资机会 295

二、2010-2015年商用空调需求增长投资机会 297

第二节 2010-2015年商用空调行业投资风险展望 299

一、宏观调控风险 299

二、国际竞争风险 300

三、供需波动风险 303

四、技术创新风险 304

五、经营管理风险 306

六、产品自身价格波动风险 307

第三节 2010-2015年商用空调发展趋势 308

一、商业空调发展趋势 308

二、商用空调功能趋势 308

三、商用空调服务趋势 309

四、商用空调市场未来走势 309

五、商用空调的细分市场趋势 314

第十二章 2010-2015年商用空调行业营销策略和战略研究 319

第一节 商用空调行业营销策略 319

一、商用空调4P分析 319

二、商用空调营销模式分析 320

二、商用空调行业品牌策略 323

四、商用空调行业价格策略 325

五、商用空调淡季营销策略 326

六、商用空调营销策略	328
第二节 中国企业经营管理的战略建议	330
一、确定市场主导	331
二、推进渠道多元化	332
三、进军主导市场	333
四、转型方案提供商	333
五、企业品牌经营策略	334
六、企业产品经营策略	336
七、企业市场与经营定位策略	339
第三节 中国商用空调行业企业的竞争战略建议	341
一、商用中央空调企业竞争策略	341
二、商用空调服务的竞争策略	345
三、商用空调流通渠道竞争策略	348
四、商用空调广告策略	350

图表目录

图表：空调认证标志	14
图表：2010年全球经济增长趋势及预测	25
图表：发达国家产能利用率与失业率	25
图表：部分国家的CPI走势	26
图表：美元指数与全球MSCI趋势	27
图表：部分欧美国家的CDS走势	27
图表：新兴市场股票与债券外部融资	28
图表：新兴市场资金净流入情况	28
图表：美联储资产负债表规模及结构	29
图表：主要央行基准利率变化	30
图表：全球工业生产与全球GDP增长	31
图表：全球工业生产与经济领先指标	31
图表：全球经济指数与产出差距	32
图表：全球经济的增长趋势	32
图表：2007年1月-2010年3月金融危机风险指标ROFCI	33
图表：G20国家财政赤字发展与展望	38

图表：全球主要经济大国债务风险排序 39

图表：2006-2009年我国季度GDP增长率 41

图表：2008-2009年我国三产业增加值季度增长率 42

图表：2008-2009年我国工业增加值走势图 43

图表：2008-2009年固定资产投资走势图 44

图表：2009年我国各地区城镇固定资产投资累计同比增长率 45

图表：2008-2009年我国社会消费品零售总额走势图 46

图表：2008-2009年我国社会消费品零售总额构成走势图 46

图表：2008-2009年我国CPI、PPI运行趋势 47

图表：2008-2009年企业商品价格指数走势 47

图表：2008-2009年进出口走势图 48

图表：2008-2009年我国货币供应量 49

图表：2008-2009年我国存贷款同比增速走势图 49

图表：2003-2010年中国各季度GDP增长走势图 50

图表：2007-2010年中国月度工业增加值增速走势图 53

图表：2007-2010年中国月度工业增加值分轻重工业增速走势图 54

图表：2008-2010年城镇固定资产投资总额与增速走势图 55

图表：2006-2010年社会消费品零售总额增速走势 55

图表：2007-2010年居民消费价格指数（CPI）走势图 56

图表：2008-2010年PPI，JP摩根全球与官方PMI购进价格指数同比走势 56

图表：2007-2010年中国CPI-PPI同比走势图 57

图表：2008-2010年中国当月进出口月度趋势图 58

图表：2009-2010年货币供应量情况汇总 59

图表：高效节能空调推广财政补贴标准 75

图表：全国2007-2009年商业空调增长图 104

图表：2008年全国各种商业空调的营业额 105

图表：2009年1-2月制冷、空调设备制造工业销售产值 133

图表：2009年1-3月制冷、空调设备制造工业销售产值 133

图表：2009年1-4月制冷、空调设备制造工业销售产值 133

图表：2009年1-5月制冷、空调设备制造工业销售产值 134

图表：2009年1-6月制冷、空调设备制造工业销售产值 134

图表：2009年1-7月制冷、空调设备制造工业销售产值 134

图表：2009年1-8月制冷、空调设备制造工业销售产值 134

图表：2009年1-9月制冷、空调设备制造工业销售产值 134

图表：2009年1-10月制冷、空调设备制造工业销售产值 135

图表：2009年1-11月制冷、空调设备制造工业销售产值 135

图表：2009年1-12月制冷、空调设备制造工业销售产值 135

图表：2010年1-2月制冷、空调设备制造工业销售产值 135

图表：2010年1-3月制冷、空调设备制造工业销售产值 135

图表：2010年1-4月制冷、空调设备制造工业销售产值 136

图表：2010年1-5月制冷、空调设备制造工业销售产值 136

图表：2010年1-6月制冷、空调设备制造工业销售产值 136

图表：2010年1-7月制冷、空调设备制造工业销售产值 136

图表：2010年1-8月制冷、空调设备制造工业销售产值 136

图表：2009年1-2月制冷、空调设备制造出口交货值 137

图表：2009年1-3月制冷、空调设备制造出口交货值 137

图表：2009年1-4月制冷、空调设备制造出口交货值 137

图表：2009年1-5月制冷、空调设备制造出口交货值 137

图表：2009年1-6月制冷、空调设备制造出口交货值 137

图表：2009年1-7月制冷、空调设备制造出口交货值 138

图表：2009年1-8月制冷、空调设备制造出口交货值 138

图表：2009年1-9月制冷、空调设备制造出口交货值 138

图表：2009年1-10月制冷、空调设备制造出口交货值 138

图表：2009年1-11月制冷、空调设备制造出口交货值 138

图表：2009年1-12月制冷、空调设备制造出口交货值 139

图表：2010年1-2月制冷、空调设备制造出口交货值 139

图表：2010年1-3月制冷、空调设备制造出口交货值 139

图表：2010年1-4月制冷、空调设备制造出口交货值 139

图表：2010年1-5月制冷、空调设备制造出口交货值 139

图表：2010年1-6月制冷、空调设备制造出口交货值 140

图表：2010年1-7月制冷、空调设备制造出口交货值 140

图表：2010年1-8月制冷、空调设备制造出口交货值 140

图表：2009年1-2月制冷、空调设备制造流动资产合计 140

图表：2009年1-5月制冷、空调设备制造流动资产合计 141

图表：2009年1-8月制冷、空调设备制造流动资产合计 141

图表：2009年1-11月制冷、空调设备制造流动资产合计 141

图表：2010年1-2月制冷、空调设备制造流动资产合计 141

图表：2010年1-5月制冷、空调设备制造流动资产合计 141

图表：2009年1-2月制冷、空调设备制造负债合计 142

图表：2009年1-5月制冷、空调设备制造负债合计 142

图表：2009年1-8月制冷、空调设备制造负债合计 142

图表：2009年1-11月制冷、空调设备制造负债合计 142

图表：2010年1-2月制冷、空调设备制造负债合计 142

图表：2010年1-5月制冷、空调设备制造负债合计 143

图表：2009年1-2月制冷、空调设备制造利润总额 143

图表：2009年1-5月制冷、空调设备制造利润总额 143

图表：2009年1-8月制冷、空调设备制造利润总额 143

图表：2009年1-11月制冷、空调设备制造利润总额 143

图表：2010年1-2月制冷、空调设备制造利润总额 144

图表：2010年1-5月制冷、空调设备制造利润总额 144

艾凯数据研究中心发布的

《2010-2015年中国商用空调行业市场前景分析及深度研究咨询报告》，内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表：2009年1-2月制冷、空调设备制造主营业务收入 144

图表：2009年1-5月制冷、空调设备制造主营业务收入 144

图表：2009年1-8月制冷、空调设备制造主营业务收入 144

图表：2009年1-11月制冷、空调设备制造主营业务收入 145

图表：2010年1-2月制冷、空调设备制造主营业务收入 145

图表：2010年1-5月制冷、空调设备制造主营业务收入 145

图表：2009年1-2月制冷、空调设备制造应收账款净额 145

图表：2009年1-5月制冷、空调设备制造应收账款净额 145

图表：2009年1-8月制冷、空调设备制造应收账款净额 146

图表：2009年1-11月制冷、空调设备制造应收账款净额 146

图表：2009年1-2月制冷、空调设备制造应收账款净额 146

图表：2009年1-5月制冷、空调设备制造应收账款净额 146

图表：2009年1-2月制冷、空调设备制造新产品产值 146

图表：2009年1-3月制冷、空调设备制造新产品产值 147

图表：2009年1-4月制冷、空调设备制造新产品产值 147

图表：2009年1-5月制冷、空调设备制造新产品产值 147

图表：2009年1-6月制冷、空调设备制造新产品产值 147

图表：2009年1-7月制冷、空调设备制造新产品产值 147

图表：2009年1-8月制冷、空调设备制造新产品产值 148

图表：2009年1-9月制冷、空调设备制造新产品产值 148

图表：2009年1-10月制冷、空调设备制造新产品产值 148

图表：2009年1-11月制冷、空调设备制造新产品产值 148

图表：2009年1-12月制冷、空调设备制造新产品产值 148

图表：2010年1-2月制冷、空调设备制造新产品产值 149

图表：2010年1-3月制冷、空调设备制造新产品产值 149

图表：2010年1-4月制冷、空调设备制造新产品产值 149

图表：2010年1-5月制冷、空调设备制造新产品产值 149

图表：2010年1-6月制冷、空调设备制造新产品产值 149

图表：2010年1-7月制冷、空调设备制造新产品产值 150

图表：2010年1-8月制冷、空调设备制造新产品产值 150

图表：2009年1-2月制冷、空调设备制造产成品 150

图表：2009年1-5月制冷、空调设备制造产成品 150

图表：2009年1-8月制冷、空调设备制造产成品 150

图表：2009年1-11月制冷、空调设备制造产成品 151

图表：2010年1-2月制冷、空调设备制造产成品 151

图表：2010年1-5月制冷、空调设备制造产成品 151

图表：2009年1-2月制冷、空调设备制造资产合计 151

图表：2009年1-5月制冷、空调设备制造资产合计 151

图表：2009年1-8月制冷、空调设备制造资产合计 152

图表：2009年1-11月制冷、空调设备制造资产合计 152

图表：2010年1-2月制冷、空调设备制造资产合计 152

图表：2010年1-5月制冷、空调设备制造资产合计 152

图表：2009年1-2月制冷、空调设备制造企业亏损情况 152

图表：2009年1-5月制冷、空调设备制造企业亏损情况 153

图表：2009年1-8月制冷、空调设备制造企业亏损情况 153

图表：2009年1-11月制冷、空调设备制造企业亏损情况 153

图表：2010年1-2月制冷、空调设备制造企业亏损情况 153

图表：2010年1-5月制冷、空调设备制造企业亏损情况 153

图表：2009-2010年广州美的电器股份有限公司主营构成 165

图表：2009-2010年广州美的电器股份有限公司每股指标 165

图表：2009-2010年广州美的电器股份有限公司获利能力 166

图表：2009-2010年广州美的电器股份有限公司经营能力 166

图表：2009-2010年广州美的电器股份有限公司偿债能力 166

图表：2009-2010年广州美的电器股份有限公司资本结构 167

图表：2009-2010年广州美的电器股份有限公司发展能力 167

图表：2009-2010年广州美的电器股份有限公司现金流量 167

图表：2009-2010年广州美的电器股份有限公司主营业务收入 167

图表：2009-2010年广州美的电器股份有限公司主营业务利润 168

图表：2009-2010年广州美的电器股份有限公司营业利润 168

图表：2009-2010年广州美的电器股份有限公司利润总额 168

图表：2009-2010年广州美的电器股份有限公司净利润 168

图表：2010年珠海格力电器股份有限公司主营构成 179

图表：2009-2010年珠海格力电器股份有限公司每股指标 179

图表：2009-2010年珠海格力电器股份有限公司获利能力 179

图表：2009-2010年珠海格力电器股份有限公司经营能力 180

图表：2009-2010年珠海格力电器股份有限公司偿债能力 180

图表：2009-2010年珠海格力电器股份有限公司资本结构 180

图表：2009-2010年珠海格力电器股份有限公司发展能力 180

图表：2009-2010年珠海格力电器股份有限公司现金流量 181

图表：2009-2010年珠海格力电器股份有限公司主营业务收入 181

图表：2009-2010年珠海格力电器股份有限公司主营业务利润 181

图表：2009-2010年珠海格力电器股份有限公司营业利润 181

图表：2009-2010年珠海格力电器股份有限公司利润总额 182

图表：2009-2010年珠海格力电器股份有限公司净利润 182

图表：2010年青岛海尔股份有限公司主营构成 185

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司每股指标 186

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司获利能力 186

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司经营能力 186

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司偿债能力 186

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司资本结构 187

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司发展能力 187

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司现金流量 187

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司主营业务收入 187

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司主营业务利润 188

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司营业利润 188

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司利润总额 188

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司净利润 189

图表：2009-2010年江苏春兰制冷设备股份有限公司主营构成 194

图表：2009-2010年江苏春兰制冷设备股份有限公司每股指标 194

图表：2009-2010年江苏春兰制冷设备股份有限公司获利能力 195

图表：2009-2010年江苏春兰制冷设备股份有限公司经营能力 195

图表：2009-2010年江苏春兰制冷设备股份有限公司偿债能力 195

图表：2009-2010年江苏春兰制冷设备股份有限公司资本结构 195

图表：2009-2010年江苏春兰制冷设备股份有限公司发展能力 196

图表：2009-2010年江苏春兰制冷设备股份有限公司现金流量 196

图表：2009-2010年江苏春兰制冷设备股份有限公司主营业务收入 196

图表：2009-2010年江苏春兰制冷设备股份有限公司主营业务利润 197

图表：2009-2010年江苏春兰制冷设备股份有限公司营业利润 197

图表：2009-2010年江苏春兰制冷设备股份有限公司利润总额 197

图表：2009-2010年江苏春兰制冷设备股份有限公司净利润 197

图表：西北市场各机型占有率 244

图表：2008-2010年冷年空调旋转压缩机行业生产季节 特征 268

图表：2008-2010年冷年空调旋转压缩机行业销售季节 特征 269

图表：旋转压缩机行业2010年冷年产、销量同比增长率趋势 269

图表：2009-2010年冷年变频空调旋转压缩机行业销售季节 特征 270

图表：2009-2010年冷年变频空调旋转压缩机行业出口季节 特征 271

图表：2009-2010年冷年家用变频压缩机品牌占有率 271

图表：大部分 中央空调企业的广告策略实施流程 344

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/163335.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提供专业投资咨询报告、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。