



艾凯咨询
ICAN Consulting

2014-2020年中国空气能热水器 行业市场深度分析与投资前景预 测报告

一、调研说明

《2014-2020年中国空气能热水器行业市场深度分析与投资前景预测报告》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/242556.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

第一章 空气能热水器相关概述

1.1 空气能热水器的基本简介

1.1.1 空气能热水器产品简介

1.1.2 空气源热水器产品分类

1.1.3 空气能热水器的演变进程

1.1.4 空气能热水器的主要特点

1.1.5 空气能热水器制热方式

1.2 空气能热水器的工作原理及技术发展

1.2.1 空气能热水器的组件构成

1.2.2 空气能热泵热水机组工作原理

1.2.3 空气能热泵热水系统分析

1.2.4 空气能热泵热水器的技术缺陷

1.2.5 空气能热水器的技术发展趋势

第二章 2012年中国空气能热水器产业整体发展态势分析

2.1 空气能热水器行业发展总况

2.1.1 中国空气能热泵行业基本状况

2.1.2 中国空气能热水器行业销售回顾

2.1.3 空气能热水器行业发展的促进因素

2.1.4 空气能热水器行业的标准制定进程

2.1.5 空气能热水器行业发展的政策环境分析

2.2 2012年空气能热水器行业发展现状

2.2.1 2012年中国空气能热水器行业规模

2.2.2 2012年中国空气能热水器的产能与消费

2.2.3 2012年中国空气能热水器产业发展热点总结

2.2.4 2012年中国空气能热水器产业发展态势

2.3 空气能热水器与建筑业的结合

2.3.1 建筑业带动空气能热水器热销

2.3.2 热泵产品与既有建筑结合的背景

2.3.3 既有建筑节能面临的困难

- 2.3.4 空气能产品与建筑结合的节能前景
- 2.4 空气能热水器行业存在的问题
 - 2.4.1 早期空气能热水器行业发展的主要问题
 - 2.4.2 空气能热水器市场推广面临的阻碍
 - 2.4.3 空气能热水器行业发展的主要短板
- 2.5 促进空气能热水器行业发展的对策
 - 2.5.1 空气能热水器行业发展的对策建议
 - 2.5.2 空气能热水器企业的市场突围路径
 - 2.5.3 空气能热水器企业可持续发展的战略措施

第三章 2012年中国空气能热水器市场深度分析

- 3.1 空气能热水器市场发展综述
 - 3.1.1 中国空气能热水器市场现状
 - 3.1.2 中国空气能热水器市场区域分布
 - 3.1.3 二三线地区空气能热水器市场特征
 - 3.1.4 2012年初高端空气能品牌涌现涨价潮
- 3.2 空气能热水器在北方市场的发展分析
 - 3.2.1 空气能热水器在北方市场取得较大进展
 - 3.2.2 空气能热水器进入北方市场面临的阻碍
 - 3.2.3 北方家用空气能热水器市场有待开发
- 3.3 空气能热水器市场的品牌分析
 - 3.3.1 空气能热水器市场的品牌格局
 - 3.3.2 国内十大空气能热水器品牌
 - 3.3.3 空气能热水器产品的正品与山寨
 - 3.3.4 空气能热水器市场的品牌定位
- 3.4 空气能热水器市场竞争概况
 - 3.4.1 中国空气能热水器市场竞争格局
 - 3.4.2 中国空气能热水器市场竞争日趋激烈
 - 3.4.3 空气能热水器市场竞争格局分化

第四章 2012年中国空气能热水器的区域发展状况分析

- 4.1 华东地区

- 4.1.1 华东地区空气能热水器市场概况
- 4.1.2 安徽省空气能热水器市场发展综述
- 4.1.3 空气能热水器在江西市场受青睐
- 4.1.4 无锡市空气能热水器市场发展状况
- 4.1.5 宁波市空气能热水器市场发展迅猛
- 4.1.6 杭州市空气能热水器市场发展前景看好
- 4.2 华中地区
 - 4.2.1 冬季河南省空气能产品的配置解析
 - 4.2.2 湖南空气能热水器市场现状及未来形势
 - 4.2.3 湖南空气能热水器市场存在的问题分析
 - 4.2.4 长沙空气能热水器市场发展概况
 - 4.2.5 湖北省空气能热水器市场亟待深挖
- 4.3 华南地区
 - 4.3.1 华南地区空气能热水器市场概况
 - 4.3.2 广州市竭力促进空气能热水器发展
 - 4.3.3 韶关市空气能热水器普及的障碍剖析
 - 4.3.4 空气能热水器企业积极开拓福建市场
- 4.4 西南地区
 - 4.4.1 云南空气能热水器市场发展概况
 - 4.4.2 云南空气能热水器的消费认知有待提高
 - 4.4.3 贵州省空气能热水器市场发展概述

第五章 2012年中国空气能热水器市场的营销分析

- 5.1 空气能热水器行业的营销概况
 - 5.1.1 空气能热水器行业的营销现状
 - 5.1.2 空气能热水器行业网络营销逐渐兴起
 - 5.1.3 空气能热水器网络营销模式尚未成熟
- 5.2 空气能热水器的市场销售渠道分析
 - 5.2.1 空气能热水器行业渠道变化
 - 5.2.2 空气能热水器在卖场推广的阻碍
 - 5.2.3 空气能热水器亟需创新拓宽销售渠道
 - 5.2.4 空气能热水器在专卖店销售的问题及其原因

- 5.2.5 空气能热水器在专卖店销售的对策探索
- 5.3 空气能热水器市场的营销策略探索
 - 5.3.1 空气能热水器行业经销商培育思路
 - 5.3.2 空气能热水器市场的营销对策分析
 - 5.3.3 空气能热水器企业的品牌推广手段探析
 - 5.3.4 空气能热水器应抓住低碳环保概念进行营销

第六章 2012年中国空气能热水器行业替代品分析

- 6.1 电热水器
 - 6.1.1 我国电热水器市场规模现状
 - 6.1.2 我国电热水器行业技术升级与企业动向
 - 6.1.3 全国及各地区电热水器品牌市占率及均价情况
 - 6.1.4 2009-2013年电热水器品牌零售额增长情况
- 6.2 燃气热水器
 - 6.2.1 2012年我国燃气热水器市场现状分析
 - 6.2.2 2009-2013年我国燃气热水器零售市场品牌格局
 - 6.2.3 中国燃气热水器行业亟需高端化
 - 6.2.4 燃气热水器市场发展趋势
 - 6.2.5 燃气热水器市场发展的建议
- 6.3 太阳能热水器
 - 6.3.1 我国太阳能热水器行业的发展阶段
 - 6.3.2 中国太阳能热水器行业发展特征剖析
 - 6.3.3 中国太阳能热水器产业发展速度减缓
 - 6.3.4 2012年太阳能热水器市场运行态势
 - 6.3.5 2012年我国太阳能热水器行业步入洗牌期

第七章 2012年中国空气能热水器重点生产企业运营状况分析

- 7.1 芬尼克兹集团
 - 7.1.1 企业简介
 - 7.1.2 芬尼冷气热水器的优点透析
 - 7.1.3 2012年以来芬尼电器销售形势良好
 - 7.1.4 芬尼克兹集团重视网络营销

- 7.2 广东美的电器集团有限公司
 - 7.2.1 企业简介
 - 7.2.2 美的空气能热水器引领行业加速发展
 - 7.2.3 美的空气能热水器技术研发实力强劲
 - 7.2.4 美的推出安全节能空气能热水器
- 7.3 珠海格力电器股份有限公司
 - 7.3.1 企业简介
 - 7.3.2 格力空气能热水器新品实现多项突破
 - 7.3.3 2012年格力空气能产品成功进入江西市场
- 7.4 广东同益电器有限公司
 - 7.4.1 企业简介
 - 7.4.2 同益领军国内热泵热水器行业
 - 7.4.3 同益致力于革新空气能热水器市场
 - 7.4.4 2012年同益创新空气能热水器营销方式
- 7.5 广东志高空调有限公司
 - 7.5.1 企业简介
 - 7.5.2 志高加快布局空气能热水器行业
 - 7.5.3 志高空气能热水器发展战略透析
- 7.6 广东长菱空调冷气机制造有限公司
 - 7.6.1 企业简介
 - 7.6.2 长菱以技术优势领跑空气能热水器行业
 - 7.6.3 长菱空气能热水工程动态
- 7.7 深圳市派沃新能源科技有限公司
 - 7.7.1 企业简介
 - 7.7.2 派沃空气能实现销量与渠道双丰收
 - 7.7.3 2012年派沃大力开拓湖南市场
- 7.8 浙江中广电器有限公司
 - 7.8.1 企业简介
 - 7.8.2 中广欧特斯积极巩固南方空气能市场
 - 7.8.3 中广空气能热水器发展战略分析
- 7.9 杭州锦江百浪新能源有限公司
 - 7.9.1 企业简介

- 7.9.2 锦江百浪空气能热水器产品设计理念
- 7.9.3 锦江百浪公司的发展策略解析
- 7.10 江苏天舒电器有限公司
 - 7.10.1 企业简介
 - 7.10.2 天舒公司的空气能产品与市场发展情况
 - 7.10.3 天舒空气能热水器产品的技术优势
 - 7.10.4 天舒公司实施全国性的市场定位策略

第八章 2013-2018年中国空气能热水器市场前景展望与发展趋势预测

- 8.1 2013-2018年中国空气能热水器行业前景展望
 - 8.2.2 节能减排趋势下空气能热水器发展前景看好
 - 8.2.3 空气能热水器行业的发展趋势透析
 - 8.2.4 空气能热水器行业未来发展的三大方向
- 8.2 2013-2018年中国空气能热水器市场的前景预测
 - 8.2.1 2013-2018年中国空气能热水器市场规模预测
 - 8.2.2 2013-2018年中国空气能热水器市场产销形势
 - 8.2.3 2013-2018年中国空气能热水器市场盈利预测分析

第九章 2012年中国空气能热水器业运行环境分析

- 9.1 2012年中国宏观经济环境分析
 - 9.1.1 国民经济运行情况GDP(季度更新)
 - 9.1.2 消费价格指数CPI、1PPI (按月度更新)
 - 9.1.3 全国居民收入情况 (季度更新)
 - 9.1.4 恩格尔系数 (年度更新)
 - 9.1.5 工业发展形势 (季度更新)
 - 9.1.6 固定资产投资情况 (季度更新)
 - 9.1.7 社会消费品零售总额
 - 9.1.8 对外贸易&进出口
- 9.2 2012年中国空气能热水器业政策环境分析
 - 9.2.1 民用建筑节能条例
 - 9.2.2 北京市关于发展热泵系统的指导意见
 - 9.2.3 商业或工业用及类似用途的热泵热水机

9.3 2012年中国空气能热水器业社会环境分析

9.3.1 人口环境分析

9.3.2 教育环境分析

9.3.3 文化环境分析

9.3.4 生态环境分析

9.4 2012年中国空气能热水器业技术环境分析

第十章 2013-2018年中国空气能热水器产业投资分析

10.1 2013-2018年中国空气能热水器行业投资概况

10.1.1 空气能热水器行业投资特性

10.1.2 空气能热水器具有良好的投资价值

10.1.3 空气能热水器投资环境利好

10.1.4 空气能热水器行业的投资形势

10.2 2013-2018年中国空气能热水器投资机会分析

10.2.1 空气能热水器行业显露广阔投资机会

10.2.2 空气能热水器行业的市场通路及目标市场

10.3 2013-2018年中国空气能热水器投资风险及防范

10.3.3 空气能热水器行业的投资难点

10.3.4 空气能热水器行业的风险投资分析

10.4 专家建议

报告图表摘要

图表：商用空气源热泵热水器机组（一）

图表：商用空气源热泵热水器机组（二）

图表：家用整体式空气源热泵热水器系统

图表：压缩机示意图

图表：蒸发器示意图

图表：冷凝器示意图

图表：保温水箱示意图

图表：空气源热泵热水机组工作原理图

图表：2006-2013年空气能热水器市场销售额

图表：2007-2013年各品牌空气能热水器销售额对比

图表：2012年八家空气能热水器企业销售额增长情况

图表：2007-2013年八家空气能热水器企业销售额占整体市场比例

图表：2006-2013年空气能热水器市场销售额

图表：2012年空气能热水器生产厂家区域分布图

图表：2012年空气能热水器部分品牌市场占有率

图表：2012年"中国空气能热水器十大品牌"排行榜

图表：2012年12月全国电热水器市场品牌占有率及均价

图表：2012年12月东北区电热水器市场品牌占有率及均价

图表：2012年12月华北区电热水器市场品牌占有率及均价

图表：2012年12月华东区电热水器市场品牌占有率及均价

图表：2012年12月华南区电热水器市场品牌占有率及均价

图表：2012年12月西北区电热水器市场品牌占有率及均价

图表：2012年12月西南区电热水器市场品牌占有率及均价

图表：2012年12月华中区电热水器市场品牌占有率及均价

图表：2009Q4-2013Q4电热水器零售额同比增幅

图表：2009Q4-2013Q4燃气热水器零售额同比增幅

图表：2009Q4-2013Q4燃气热水器零售额品牌份额

图表：2013-2018年中国空气能热水器市场规模预测

图表：空气源热水机使用气候环境

图表：空气源热泵热水机的试验工况

图表：水源热泵热水机的试验工况

图表：融霜的试验条件

图表：热水机名义工况时的性能系数（COP）

图表：空气源热水机噪声限值

图表：自带水箱的热水机保温及使用性能试验要求

图表：制热量试验的读数允差

图表：性能试验的读数允差

图表：出厂、抽样和型式检验的项目、要求和试验方法

图表：广东美的电器集团有限公司主要经济指标走势图

图表：广东美的电器集团有限公司经营收入走势图

图表：广东美的电器集团有限公司盈利指标走势图

图表：广东美的电器集团有限公司负债情况图

图表：广东美的电器集团有限公司负债指标走势图

图表：广东美的电器集团有限公司运营能力指标走势图

图表：广东美的电器集团有限公司成长能力指标走势图

图表：珠海格力电器股份有限公司主要经济指标走势图

图表：珠海格力电器股份有限公司经营收入走势图

图表：珠海格力电器股份有限公司盈利指标走势图

图表：珠海格力电器股份有限公司负债情况图

图表：珠海格力电器股份有限公司负债指标走势图

图表：珠海格力电器股份有限公司运营能力指标走势图

图表：珠海格力电器股份有限公司成长能力指标走势图

图表：广东同益电器有限公司主要经济指标走势图

图表：广东同益电器有限公司经营收入走势图

图表：广东同益电器有限公司盈利指标走势图

图表：广东同益电器有限公司负债情况图

图表：广东同益电器有限公司负债指标走势图

图表：广东同益电器有限公司运营能力指标走势图

图表：广东同益电器有限公司成长能力指标走势图

图表：广东长菱空调冷气机制造有限公司主要经济指标走势图

图表：广东长菱空调冷气机制造有限公司经营收入走势图

图表：广东长菱空调冷气机制造有限公司盈利指标走势图

图表：广东长菱空调冷气机制造有限公司负债情况图

图表：广东长菱空调冷气机制造有限公司负债指标走势图

图表：广东长菱空调冷气机制造有限公司运营能力指标走势图

图表：广东长菱空调冷气机制造有限公司成长能力指标走势图

图表：江苏天舒电器有限公司主要经济指标走势图

图表：江苏天舒电器有限公司经营收入走势图

图表：江苏天舒电器有限公司盈利指标走势图

图表：江苏天舒电器有限公司负债情况图

图表：江苏天舒电器有限公司负债指标走势图

图表：江苏天舒电器有限公司运营能力指标走势图

图表：江苏天舒电器有限公司成长能力指标走势图

图表：2014-2020年中国空气能热水器市场规模预测

图表：2014-2020年中国空气能热水器市场产销形势

图表：2014-2020年中国空气能热水器市场盈利预测分析

略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/242556.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。