



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国空气能热水器 市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2015-2020年中国空气能热水器市场发展现状及战略咨询报告》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/267647.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

空气能热水器，也称"空气源热泵热水器""冷气热水器"等。"空气能热水器"把空气中的低温热量吸收进来，经过压缩机压缩后转化为高温热能以此来加热水温。空气能热水器具有高效节能的特点，制造相同的热水量，比电辅助太阳能热水器利用能效高。

该新产品克服了太阳能热水器依靠阳光采热和安装不便的缺点。由于空气能热水器的工作是通过介质换热，因此其不需要电加热元件与水直接接触，避免了电热水器漏电的危险，也防止了燃气热水器有可能爆炸和中毒的危险，更有效控制了燃气热水器排放废气造成的空气污染。

空气能热水器不需要阳光，因此放在家里或室外都可以。太阳能热水器储存的水用完之后，很难再马上产生热水，如果电加热又需要很长的时间，而空气能热水器只要有空气，温度在零下20摄氏度以上，就可以24小时全天候承压运行。这样一来，即使用完一箱水，一个小时左右空气能热水器甚至更短时间内就会再产生一箱热水。同时它也能从根本上消除电热水器漏电、干烧以及燃气热水器使用时产生有害气体等安全隐患，

空气源热泵热水器顾名思义就是把空气中的热量通过冷媒搬运到水中，传统的电热水器和燃气热水器是通过消耗燃气和电能来获得热能，而空气能热水器是通过吸收空气中的热量来达到加热水的目的，在消耗相同电能的情况下可以吸收相当于三倍电能左右的热能来加热水。

空气能热水器是按照"逆卡诺"原理工作的，形象地说，就是"室外机"像打气筒一样压缩空气，使空气温度升高，然后通过一种-17℃就会沸腾的液体传导热量到室内的储水箱内，再将热量释放传导到水中。简单来说是吸收空气中的热量来加热水温，被吸收热量的空气被运用到厨房，解决闷热问题。

运用热泵工作原理制热，与空调制冷相反———国家制冷标准是1000瓦，电制冷2800瓦。根据热平衡的原理，同时最少产生2800瓦的热量，加上输入的1000瓦电，实际产生的热量在3000——4000瓦，把这些热量输送到保温水箱，其耗电量只是电热水器的四分之一（电热水器即使热效率100%，输入1000电也只有1000瓦的热）。

空气能热水器则不需要阳光，因此放在家里或室外都可以。太阳能热水器储存的水用完之后，很难再马上产生热水。如果电加热又需要很长的时间，而空气能热水器只要有空气，温度在零摄氏度以上，就可以24小时全天候承压运行。这样一来，即使用完一箱水，一个小时左右就会空气能热水器再产生一箱热水。同时它也能从根本上消除了电热水器漏电、干烧以及燃气热水器使用时产生有害气体等安全隐患，克服了太阳能热水器阴雨天不能使用及安装不便等缺点，具有高安全、高节能、寿命长、不排放毒气等诸多优点。空气能热水器的寿命

一般可以达到15至20年。

长期以来，空气能热水器呈现波折式上升发展。一方面，由电能热水器与太阳能热水器造成的消费热潮久久未散，使其一度遇冷。另一方面，公众对空气能热水器的认知度并不高，同时由于产品技术开发需要大量资金，导致大部分厂家于宣传方面的资金投入有限，因此推广之路受阻，重重受限。当下资金短缺状况已得到一定程度的改善，部分空气能热水器厂家获得了专项资金支持，以使得产品在大力技术研发同时，拥有一定资金进行宣传推广。

其次，空气能热水器普及率并不高，一则因为其技术仍待开发升级，部分缺陷（低温情况下能效低、占用空间较大等问题）有待克服；二则所需购买资本较为昂贵，高于一般热水器的市场价格。近几年来，空气能热水器的技术突破有目共睹，不仅大大缩小了自身体积，更克服了低温问题。由于其拥有低耗能，高环保等优势，因此受到国家节能惠民工程政策的支持，加大对其补贴额度，利于全民推广。

最后，空气能热水器的品牌化之路坎坷。由于市面上拥有诸多品牌，优劣并存，难免有鱼目混珠的不法商家从中获取暴利。因而在空气能热水器进一步发展过程中，重中之重便是建立品牌形象。当今这几年，随着空气能热水器能效衡量标准的出炉，将有20%左右的厂商面临市场淘汰，此举更加利于实力品牌进一步拓宽市场，实现品牌化销售。

业内人士分析认为，随着消费者对产品认知度的提高，用户从高端群体逐步向中等收入群体转移，成为空气能热水器的一个重要的增长点，一旦市场规模化，未来家用空气能热水器的价格被拉到4000元以下，也是大势所趋。

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家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 中国空气能热水器产品品牌市场实地调研

第一节 中国空气能热水器产品品牌市场价格走势

一、价格形成机制分析

二、空气能热水器产品品牌平均价格趋势分析

三、2015-2020年中国空气能热水器产品品牌价格走势预测

第二节 影响中国空气能热水器产品品牌价格因素分析

一、消费税调整对空气能热水器产品品牌价格的影响

二、零售环境的变化对空气能热水器产品品牌价格的影响

第三节 中国空气能热水器产品品牌市场消费状况分析

- 一、中国空气能热水器产品品牌市场消费结构
- 二、中国空气能热水器产品品牌市场消费特点
- 三、影响中国空气能热水器产品品牌市场消费因素
- 第二章 中国空气能热水器产品品牌市场结构调研
- 第一节 中国空气能热水器市场主要品牌发展分析
 - 一、中国空气能热水器市场主要品牌所占市场份额
 - 二、中国空气能热水器市场各品牌新动向监测
- 第二节 中国空气能热水器市场品牌排名调查
 - 一、按照销售额排名
 - 二、按市场份额排名
 - 三、按品牌知名度排名
 - 四、按消费者认可度排名
- 第三节 中国空气能热水器市场品牌发展新特色分析
- 第三章 中国空气能热水器行业区域市场发展分析及发展前景预测
- 第一节 华北地区空气能热水器市场发展分析
 - 一、行业发展现状分析
 - 二、市场规模情况分析
 - 三、市场需求情况
 - 四、发展前景预测
- 第二节 东北地区空气能热水器市场发展分析
 - 一、行业发展现状分析
 - 二、市场规模情况分析
 - 三、市场需求情况
 - 四、发展前景预测
- 第三节 华东地区空气能热水器市场发展分析
 - 一、行业发展现状分析
 - 二、市场规模情况分析
 - 三、市场需求情况
 - 四、发展前景预测
- 第四节 华南地区空气能热水器市场发展分析
 - 一、行业发展现状分析
 - 二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第五节 华中地区空气能热水器市场发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第六节 西南地区空气能热水器市场发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第七节 西北地区空气能热水器市场发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第四章 中国空气能热水器行业需求用户调研结果

第一节 空气能热水器行业用户认知程度分析

一、不同收入用户认知程度分析

二、不同年龄用户认知程度分析

三、不同地区用户认知程度分析

四、不同学历用户认知程度分析

第二节 中国空气能热水器行业用户需求特点

一、不同收入用户需求特点分析

二、不同年龄用户需求特点分析

三、不同地区用户需求特点分析

四、不同学历用户需求特点分析

第五章 中国空气能热水器产品品牌上游市场调查情况

第一节 中国空气能热水器产品原材料生产情况调查

一、中国空气能热水器产品原材料产量调查分析

二、中国空气能热水器产品原材料生产区域结构调查

三、2015-2020年中国空气能热水器产品原材料生产规模预测

第二节中国空气能热水器产品原材料价格走势调查

一、中国空气能热水器产品原材料历年价格趋势调查

二、空气能热水器产品原材料未来走势预测

三、空气能热水器产品原材料价格走势对企业影响

(一)短期影响分析研究

(二)长期影响分析研究

(三)产品原材料成本敏感度

第三节中国空气能热水器产品生产现状概况

一、中国空气能热水器产品生产规模调查

二、中国空气能热水器产品生产结构调查

三、2015-2020年中国空气能热水器产品产量预测

第六章中国空气能热水器产品品牌下游经销商调查

第一节代理商

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第二节加盟店

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第三节连锁店

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第四节经销商

第七章中国空气能热水器行业品牌分销商渠道评估研究

第一节中国空气能热水器行业品牌有效铺货率分析

第二节主要空气能热水器行业品牌有效铺货率比较

第三节 不同城市级别主要品牌有效铺货率

第八章 中国空气能热水器产品品牌销售渠道与营销策略解析

第一节 中国空气能热水器产品品牌销售渠道模式研究

一、中国空气能热水器产品品牌渠道销售现状调查

二、中国空气能热水器产品品牌营销渠道调研

三、中国空气能热水器产品品牌渠道发展机遇

四、中国空气能热水器产品品牌发展策略

五、渠道策略及营销策略运作案例讲解

六、品牌新品研发多元化趋势探析

第二节 中国空气能热水器产品品牌市场策略点评

一、价格策略专家点评

二、渠道策略专家点评

第三节 中国空气能热水器产品品牌销售策略研究

一、媒介选择策略

二、产品定位策略

三、企业宣传策略

第四节 中国空气能热水器产品品牌营销渠道探讨

一、市场营销战术及管理

二、空气能热水器产品品牌营销的发展之道

三、中国空气能热水器品牌市场营销渠道探讨

第九章 中国空气能热水器行业竞争对手渠道模式

第一节 空气能热水器市场渠道情况

第二节 空气能热水器竞争对手渠道模式

第三节 空气能热水器直营代理分布情况

第十章 中国空气能热水器行业竞争力与发展态势研究

第一节 中国空气能热水器行业集中度分析

一、企业数量及地区分布

二、行业集中度分析

三、地域分布情况

第二节 中国空气能热水器企业竞争状况

一、领导企业的市场力量

二、品牌竞争格局分析

三、企业竞争组群分析

四、各竞争组群的SWOT分析

五、各竞争组群竞争成功的关键因素分析

第三节 中国空气能热水器行业竞争力分析

一、空气能热水器行业竞争分析

二、中外空气能热水器产品竞争力比较分析

三、中国空气能热水器市场竞争格局分析

四、2015-2020年国内主要空气能热水器企业动向研究

第三节 2015-2020年中国空气能热水器行业竞争态势展望

第十一章 中国空气能热水器行业重点品牌企业经营策略

第一节 品牌A

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第二节 品牌B

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第三节 品牌C

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第四节 品牌D

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第五节 品牌E

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第十二章 中国空气能热水器行业供需预测与发展趋势

第二节 中国空气能热水器行业未来发展趋势研究

一、未来行业发展环境

二、未来行业发展方向

三、未来行业发展预测

第二节 空气能热水器行业市场供需状况预测

一、供给能力预测

二、市场需求预测

三、进出口形势预测

第三节 2015-2020年空气能热水器行业总资产预测

第四节 2015-2020年空气能热水器行业工业总产值预测

第五节 2015-2020年空气能热水器行业销售收入预测

第六节 2015-2020年中国空气能热水器行业盈利能力预测

第十三章 2015-2020年中国空气能热水器行业投资价值与投资策略研究

第一节 中国空气能热水器行业SWOT模型分析

第二节 中国空气能热水器行业投资价值分析

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业发展能力

第三节 2015-2020年中国空气能热水器行业投资风险预警

一、金融危机风险预警

二、行业竞争风险预警

三、技术风险预警

四、经营管理风险预警

第四节 中国空气能热水器行业投资策略研究

一、重点投资品牌研究

二、重点投资地区分析

第五节 中国空气能热水器项目行业可行性分析研究

图表目录：

图表2011-2014年中国空气能热水器市场主要品牌所占市场份额统计

图表2011-2014年中国空气能热水器市场各品牌新动向监测数据

图表 2011-2014年中国空气能热水器市场品牌排名调查情况

图表 2011-2014年中国空气能热水器品牌按照销售额排名

图表 2011-2014年中国空气能热水器品牌按市场份额排名

图表 2011-2014年中国空气能热水器品牌按品牌知名度排名

图表 2011-2014年中国空气能热水器品牌按消费者认可度排名

图表：2011-2014年中国空气能热水器行业市场规模调研

图表：2011-2014年全球空气能热水器行业市场规模调研

图表：2011-2014年中国空气能热水器重要数据指标比较

图表：2011-2014年中国空气能热水器行业销售数据统计

图表：2011-2014年中国空气能热水器行业利润走势表

图表：2011-2014年中国空气能热水器行业资产数据情况

图表：2011-2014年中国空气能热水器行业进口数据统计

图表：2011-2014年中国空气能热水器行业出口数据统计

图表：2011-2014年中国空气能热水器品牌竞争力前十名排名

图表：2011-2014年中国空气能热水器品牌发展潜力前十名排名

图表：中国消费者收入水平调查

图表：2011-2014年中国消费者信心指数数据

图表：2011-2014年中国空气能热水器市场的消费需求变化

图表：2011-2014年中国空气能热水器行业的需求情况分析

图表：2011-2014年空气能热水器品牌市场消费需求分析

图表：2011-2014年中国空气能热水器产品行业消费特点

图表：2011-2014年中国空气能热水器产品消费者实地调查数据

图表：2011-2014年中国空气能热水器产品消费结构表

图表：2011-2014年中国空气能热水器产品消费的市场变化图

图表：2011-2014年中国空气能热水器产品市场的消费方向走势图

图表：2011-2014年中国空气能热水器行业品牌市场占有率调查数据

图表：2011-2014年中国华南区域产品供应与销售数据

图表：2011-2014年中国华东区域产品供应与销售数据

图表：2011-2014年中国东北区域产品供应与销售数据

图表：2011-2014年中国中南区域产品供应与销售数据

图表：2011-2014年中国华北区域产品供应与销售数据

图表：2011-2014年中国西南区域产品供应与销售数据

图表：2011-2014年中国西北区域产品供应与销售数据

图表：中国十大空气能热水器产品品牌排行榜

图表：中国空气能热水器产品品牌行业生命周期趋势图

图表：2007-中国空气能热水器产品品牌行业增长性图表

图表：重点企业销售收入数据统计

图表：重点企业盈利指标情况

图表：重点企业盈利能力情况

图表：重点企业资产运行指标状况

图表：重点企业资产负债能力指标分析

图表：重点企业成本费用构成情况

图表：2015-2020年中国空气能热水器行业市场需求状况预测

图表：2015-2020年中国空气能热水器行业市场供给状况预测

图表：2015-2020年中国空气能热水器行业市场价格走势预测

图表：2015-2020年中国空气能热水器行业产能状况预测

图表：2015-2020年中国空气能热水器行业消费量预测

图表：2015-2020年中国空气能热水器行业发展趋势图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/267647.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专业提供投资咨询报告、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。