



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国空调行业市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国空调行业市场分析及发展趋势研究报告》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/42390.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

2007年9月16日在加拿大蒙特利尔召开的第19次《蒙特利尔议定书》缔约方大会上，经过与会国的磋商和谈判，对淘汰HCFCs时间表作出了调整。中国HCFCs完全淘汰的时间比原定的2040年提前了10年，并且对HCFCs的消费和生产冻结时间也从原来的2016年提前到了2013年，因此这个调整方案将给中国空调企业带来很大的压力。

2006年8月-2007年7月，中国家用空调总销量为5940万台，同比增长12.4%，在经历连续两年的疲软行情后，终于再度实现两位数的增长。作为全球最大空调制造基地，2007冷冻年中国向国际市场出口家用空调超过3000万台，年增长速度超过10%。在保持出口数量稳定增长的同时，出口均价也得以显著提升。2006年8月-2007年7月，海尔、格力、美的三大领军品牌的合计市场份额已高达45%，同比上涨了4个百分点，强者愈强的品牌格局使得大品牌不愿打价格战、小品牌打不起价格战，整个行业的竞争热点已不再是“价格”，而是技术、产业链、服务、渠道等全方位的比拼。海尔、格力、美的、志高、奥克斯、科龙等品牌的增长速度高于行业平均增长速度，而众多小品牌则增长缓慢，甚至出现负增长。空调行业的品牌集中度也随之不断提高。

在2008冷冻年度，最为值得关注的，莫过于2008北京奥运会。海尔第一次获得2008北京奥运赞助商的荣誉之后，中国空调企业已经按捺不住挑战“奥运营销”的欲望。包括奥克斯、TCL、长虹等企业纷纷“出手”，各显神通。其中，奥克斯成为国家奥林匹克体育中心独家战略合作伙伴、TCL成为“中国女子网球队首席赞助商”、长虹成为中国乒乓球队主赞助商、科龙则赞助奥运火炬珠峰传递活动。整个空调行业在2008冷冻年度到来之前已经掀起了一场火药味浓烈的“奥运营销争夺战”。

国家标准委、发改委宣布从2009年3月起，空调能效门槛将由现行的5级能效比2.6提高到2级能效比3.2。大限日期越来越近，迫使不少空调厂家将能效指标不断提升，2007年全国的高温天气及2006冷冻年压抑的空调需求的释放，都促进了空调市场的繁荣。“节能”、“健康”仍是2007年空调新品的主要卖点，而“舒适”、“外观”等性能也受到空调企业的重视。进入2008年之际，空调市场开始掀起节能大战，格兰仕将自主创新的光波和直流变频技术全面运用在空调新品上，并不断优化提升现有产品的能效比，带头掀起2008年空调节能新“风暴”。而海尔、海信等其它几个国产品牌空调也都着力开发节能新技术应用于新产品。

本研究咨询报告依据国家统计局、国家海关总署、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国家电协会和中国制冷空调工业协会、中国行业研究网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及全国各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料，着重对我国空调行业的发展态势，包括市场供给与需求情况、进出口情况、空调重点子行业、消费需求特点、市场竞争态势以及发展策略等进行了分析，对空调行业的市场发展趋势进行了研判。本报告数据丰富及时、图文并茂，还对国家相关产业政策进行了介绍，是空调生产企业、科研单位、经销企业等单位准确了解当前中国空调市场发展动态，把握企业定位和发展战略方向不可多得的决策参考资料。

【 目录 】

第一部分 行业发展概况分析

第一章 空调行业发展概况 1

第一节 全球空调市场状况分析 1

一、全球空调市场总况 1

二、2007年上半年全球空调市场形势分析 5

三、欧盟F-Gas法规对我国空调业的影响 10

第二节 部分国家空调市场状况 14

一、美国空调市场分析 14

二、阿联酋空调市场分析 16

三、日本家用空调市场分析 20

第三节 空调行业发展环境 22

一、工业生产 22

二、社会消费 23

三、固定资产投资 24

四、对外贸易 26

五、工业品出厂价格指数 28

第二章 空调关联行业发展分析 32

第一节 家电行业发展分析 32

一、2007年上半年家电产业分析	32
二、我国家电业的竞争走向	35
三、2007年家电连锁市场竞争分析	37
第二节 空调原材料市场分析	45
一、空调材料升级分析	45
二、空调的铜铝之争分析	47
三、5mm铜管对空调的影响	49
第三节 空调其他关联行业	51
一、空调制冷剂危机现状及趋势	51
二、2007年空调压缩机行业的发展	56

第二部分 行业市场运行分析

第三章 我国空调行业发展动态	59
第一节 2007年空调市场状况及价格分析	59
一、2007年1-6月我国空调市场分析	59
二、2007年5月空调品牌关注度及价格走势	108
三、2007年6月空调品牌关注度及价格走势	115
四、2007年7月空调品牌关注度及价格走势	118
五、2007年8月空调品牌关注度及价格走势	129
第二节 2007年我国空调行业发展现状分析	137
一、2007年冷冻年度我国空调概况	137
二、2007我国空调业发展机遇	142
三、中国空调业的新冷媒时代分析	149
四、2007年空调品牌集中度分析	150
五、空调行业存在的问题分析	150
第三节 2007年我国空调企业发展现状分析	154
一、空调企业售后服务存在的问题	154
二、2007年上半年空调上市企业分析	156
三、空调企业包修现状分析	158
四、空调企业发展的困境	161
五、2007冷冻年中小空调企业生存现状	164

第四章 我国空调行业市场运行分析	168
第一节 2007年我国空调产量统计	168
一、2007年2-9月我国空调产量全国统计	168
二、2007年2-9月我国空调产量分地区统计	168
第二节 2007年我国空调经济运行指标分析	173
一、2007年1-8月我国空调企业销售收入排名	173
二、2007年1-8月家用空气调节器制造全国经济指标	174
三、2007年1-8月家用空气调节器制造分企业类型经济指标	175
第三节 2007年我国空调进出口统计	210
一、2007年1-9月空气调节器进口统计	210
二、2007年1-9月我国空调按一般贸易进出口总数	215
第四节 2007年我国空调出口情况分析	219
一、2007年1-6月我国空调出口概况	219
二、2007年1-9月我国空调出口数据统计	224
三、我国空调出口存在的问题	228
四、2007年空调内销和出口分析	230
五、制冷剂专利对空调出口的影响	238
第五章 我国空调子行业分析	241
第一节 家用空调市场分析	241
一、家用中央空调市场分析	241
二、家用中央空调的成长性分析	245
三、2007年家用空调高端新品观察	248
四、家用空调安装规范国标	253
第二节 中央空调市场分析	254
一、中央空调存在问题分析	254
二、国产大型中央空调出口分析	256
三、户式中央空调市场发展趋势分析	256
四、本土中央空调市场格局分析	258
第三节 商用空调市场分析	262
一、商用空调的发展前景	262
二、海尔商用空调发力动态	262

第四节 变频空调市场分析	263
一、变频空调与定速空调的比较	263
二、变频空调的发展前景分析	265
三、变频空调的市场竞争分析	270
第三部分 行业市场竞争分析	
第六章 我国空调市场竞争分析	271
第一节 我国空调市场格局分析	271
一、行业二线品牌的崛起	271
二、市场新格局分析	271
三、争相切入上游产业	272
四、国内巨头与外资巨头的竞争	273
第二节 我国空调企业竞争焦点分析	276
一、品牌竞争趋向理性	277
二、行业竞争转向科技	277
三、由价格转变为品质的竞争	278
四、服务以诚意赢得消费者	279
第三节 我国空调行业的竞争现状	279
一、新能效标促使空调业洗牌	279
二、空调巨头争夺细分市场	282
三、2007年国内外主要空调品牌竞争策略	282
第七章 空调行业优势企业分析	292
第一节 海尔	292
一、公司简介	292
二、海尔空调竞争力分析	293
三、2008年海尔空调新战略	296
第二节 格力	297
一、公司概况	297
二、格力空调发展目标	299
三、格力空调竞争力分析	300
四、格力空调品牌策略分析	302

第三节 美的	306
一、公司简介	306
二、美的空调竞争力分析	308
三、美的空调的品牌分析	312
第四节 志高	314
一、企业简介	314
二、2007年制冷年度志高空调销量	316
三、2008年志高空调市场布局	318
第五节 奥克斯	319
一、公司简介	319
二、奥克斯空调竞争优势分析	320
三、2008年奥克斯空调战略	323
第六节 海信	326
一、公司概况	326
二、海信空调发展策略	327
三、海信变频空调分析	329
第七节 春兰	332
一、公司概况	332
二、春兰空调的低端路线	333
三、春兰空调发展优势	333
第八节 松下	335
一、企业简介	335
二、公司动态	336
三、松下空调市场状况	337
第九节 三菱	337
一、企业简介	337
二、公司发展目标	338
三、三菱空调市场状况	339
第十节 LG	340
一、公司简介	340
二、公司空调市场状况	340

第四部分 行业趋势及策略分析	
第八章 空调行业发展趋势分析	343
第一节 2008年我国空调行业发展趋势	343
一、2008家电行业流行趋势	343
二、2008年冷冻年开盘特点分析	344
三、2008年空调三大趋势	347
四、2008年空调消费热点分析	347
五、2008空调市场竞争焦点分析	348
六、2008空调厂商新冷冻年市场战略	349
第二节 我国空调业发展展望	350
一、空调产能向中国转移趋势	350
二、空调业的功能细分趋势	351
三、空调能效等级趋势	353
四、空调健康节能趋势	355
第三节 未来空调技术的发展趋势	356
一、未来空调八大热点技术分析	356
二、空调制冷新技术分析	362
三、太阳能空调技术趋势分析	362
四、破解空调同质化的突破口	364
第九章 空调行业发展策略分析	367
第一节 空调产品的BCG和SWOT分析	367
一、BCG分析法	367
二、BCG矩阵法在空调行业的运用	367
三、SWOT分析法	370
四、SWOT分析在空调行业的运用	370
第二节 空调企业发展策略分析	373
一、销售渠道策略	373
二、销售主题定位策略	373
三、销售价格变化策略	374
四、厂商结盟策略	375
第三节 中小空调企业营销策略	376

- 一、集中优势资源打造局部优势 377
- 二、定位低端或区域品牌 377
- 三、满足农村市场特殊需求 377
- 四、建立良好的售后服务体系 378

图表目录

- 图表：阿联酋空调设备市场需求比例图 16
- 图表：1999年8月-2007年8月工业增加值月度同比增长率 23
- 图表：1999年8月-2007年8月社会消费品零售总额月度同比增长率 24
- 图表：1999年1-8月-2007年1-8月固定资产投资完成额月度累计同比增长率 26
- 图表：1999年8月-2007年8月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率 27
- 图表：1999年8月-2007年8月居民消费价格指数 28
- 图表：1999年8月-2007年8月工业品出厂价格指数 29
- 图表：1999年8月-2007年8月货币供应量月度同比增长率 31
- 图表：空调、冰箱主要原材料与零部件占材料成本比例 51
- 图表：2007年第1季度最受用户关注的空调品牌分布 62
- 图表：2007年第1季度不同类型空调关注度走势 64
- 图表：2007年第1季度不同功率空调关注比例分布 65
- 图表：2007年第1季度不同功率空调关注度走势 66
- 图表：2007年第1季度变频与非变频空调关注度走势 67
- 图表：2007年第1季度不同冷暖类型关注比例分布 68
- 图表：2007年第1季度不同冷暖类型空调关注走势 68
- 图表：2007年第1季度不同价格空调关注比例分布 69
- 图表：2007年第1季度不同价格段空调关注度走势 70
- 图表：2007年第1季度空调区域市场关注比例分布 71
- 图表：2007年第1季度空调市场价格指数走势 72
- 图表：2007年第1季度不同功率空调价格指数走势 73
- 图表：2007年第1季度主流品牌立式空调均价对比 74
- 图表：2007年第1季度悬挂式空调均价对比 75
- 图表：2007年第1季度主流品牌1P空调均价对比 76
- 图表：2007年第1季度主流品牌1.5P空调均价对比 77
- 图表：2007年第1季度主流品牌2P空调均价对比 77

图表：2007年第1季度主流品牌冷暖型空调均价对比	78
图表：2007年第1季度主流品牌冷暖电辅型空调均价对比	79
图表：2007年第二季度最受用户关注的十大空调品牌分布	83
图表：2007年1月至6月最受关注的三大空调厂商关注度走势	86
图表：2007年1月至6月不同类型空调关注度走势	87
图表：2007年第二季度不同功率空调关注比例分布	88
图表：2007年1至6月变频空调与非变频空调的关注度走势	90
图表：2007年第二季度不同冷暖类型空调关注比例分布	91
图表：2007年1至6月不同冷暖类型空调关注度走势	92
图表：2007年第二季度不同价格段空调关注比例分布	93
图表：2007年1至6月不同价位空调关注度走势	94
图表：2007年第二季度空调市场区域关注比例分布	96
图表：2007年1至6月空调市场价格指数走势	97
图表：2007年第二季度主流品牌挂式空调均价对比	99
图表：2007年第二季度主流品牌立式空调均价对比	100
图表：2007年第二季度主流品牌1P空调均价对比	101
图表：2007年第二季度主流品牌1.5P空调均价对比	102
图表：2007年第二季度主流品牌2P空调均价对比	102
图表：2007年第二季度主流品牌3P空调均价对比	103
图表：2007年第二季度主流品牌冷暖式空调均价对比	104
图表：2007年第二季度主流品牌冷暖电辅式空调均价对比	105
图表：2007年第二季度主流品牌单冷式空调均价对比	105
图表：2007年第二季度主流品牌变频空调均价对比	106
图表：2007年第二季度主流品牌非变频空调均价对比	107
图表：2007年4月与5月空调市场价格指数走势	109
图表：2007年5月空调市场平均价格走势	110
图表：2007年5月十大空调品牌均价对比	111
图表：2007年5月十大空调品牌月终降价幅度对比	112
图表：2007年5月不同类别空调价格指数走势	113
图表：2007年5月立式空调市场平均价格走势	114
图表：2007年5月挂式空调市场平均价格走势	115
图表：2007年6月最受用户关注的十大空调品牌排行	116

图表：2007年5月与6月关注度排名	116
图表：2007年6月最受用户关注的前十款上榜空调参数列表	117
图表：2007年7月上半月最受关注的十款空调排行	119
图表：2007年上半年最受关注的十款空调排行	119
图表：2007年7月不同价位区间空调关注比例分布	122
图表：2007年6月-7月不同价位段空调关注比例对比	123
图表：2007年7月不同价位区间空调产品数量对比	124
图表：2007年6月与7月中国空调市场价格指数走势对比	125
图表：2007年6月与7月中国空调市场平均价格走势对比	126
图表：2007年7月挂式与立式空调价格指数走势对比	126
图表：2007年7月挂式与立式空调平均价格走势对比	127
图表：2007年7月空调主流厂商市场平均价格对比	128
图表：2007年8月最受用户关注的十大空调品牌分布	130
图表：2007年8月不同价位区间空调关注比例分布	131
图表：2007年7月-8月不同价位段空调关注比例对比	132
图表：2007年8月不同价位区间空调产品数量对比	132
图表：2007年7月与8月中国空调市场价格指数走势对比	134
图表：2007年8月中国空调市场平均价格走势对比	134
图表：2007年8月挂式与立式空调价格指数走势对比	135
图表：2007年8月挂式与立式空调平均价格走势对比	136
图表：2007年8月空调主流厂商市场平均价格对比	136
图表：2007年2-9月房间空气调节器全国合计	168
图表：2007年2-9月房间空气调节器天津市合计	168
图表：2007年2-9月房间空气调节器辽宁省合计	168
图表：2007年2-9月房间空气调节器上海市合计	169
图表：2007年2-9月房间空气调节器江苏省合计	169
图表：2007年2-9月房间空气调节器浙江省合计	169
图表：2007年2-9月房间空气调节器安徽省合计	170
图表：2007年2-9月房间空气调节器江西省合计	170
图表：2007年2-9月房间空气调节器山东省合计	170
图表：2007年2-9月房间空气调节器河南省合计	171
图表：2007年2-9月房间空气调节器湖北省合计	171

图表：2007年2-9月房间空气调节器广东省合计	171
图表：2007年2-9月房间空气调节器重庆市合计	172
图表：2007年2-9月房间空气调节器四川省合计	172
图表：2007年2月家用空气调节器制造销售收入前十位企业排名	173
图表：2007年5月家用空气调节器制造销售收入前十位企业排名	173
图表：2007年8月家用空气调节器制造销售收入前十位企业排名	173
图表：2007年1-8月家用空气调节器制造全国经济指标合计	174
图表：2007年1-8月家用空气调节器制造国有企业经济指标合计	175
图表：2007年1-8月家用空气调节器制造国有小型企业经济指标合计	177
图表：2007年1-8月家用空气调节器制造集体企业经济指标合计	178
图表：2007年1-8月家用空气调节器制造大型集体企业经济指标合计	180
图表：2007年1-8月家用空气调节器制造小型集体企业经济指标合计	181
图表：2007年1-8月家用空气调节器制造股份合作企业经济指标合计	183
图表：2007年1-8月家用空气调节器制造小型股份合作企业经济指标合计	184
图表：2007年1-8月家用空气调节器制造股份制企业经济指标合计	186
图表：2007年1-8月家用空气调节器制造大型股份制企业经济指标合计	187
图表：2007年1-8月家用空气调节器制造中型股份制企业经济指标合计	189
图表：2007年1-8月家用空气调节器制造小型股份制企业经济指标合计	191
图表：2007年1-8月家用空气调节器制造私营企业经济指标合计	192
图表：2007年1-8月家用空气调节器制造大型私营企业经济指标合计	194
图表：2007年1-8月家用空气调节器制造中型私营企业经济指标合计	195
图表：2007年1-8月家用空气调节器制造小型私营企业经济指标合计	197
图表：2007年1-8月家用空气调节器制造外商及港澳台投资企业经济指标合计	198
图表：2007年1-8月家用空气调节器制造大型外商及港澳台投资企业经济指标合计	200
图表：2007年1-8月家用空气调节器制造中型外商及港澳台投资企业经济指标合计	201
图表：2007年1-8月家用空气调节器制造小型外商及港澳台投资企业经济指标合计	203
图表：2007年1-8月家用空气调节器制造其他类型企业经济指标合计	204
图表：2007年1-8月家用空气调节器制造其他大型企业经济指标合计	206
图表：2007年1-8月家用空气调节器制造其他中型企业经济指标合计	207
图表：2007年1-8月家用空气调节器制造其他小型企业经济指标合计	209
图表：2007年1月空气调节器进口统计	210
图表：2007年2月空气调节器进口统计	211

图表：2007年3月空气调节器进口统计 211
图表：2007年4月空气调节器进口统计 212
图表：2007年5月空气调节器进口统计 212
图表：2007年6月空气调节器进口统计 213
图表：2007年7月空气调节器进口统计 213
图表：2007年8月空气调节器进口统计 214
图表：2007年9月空气调节器进口统计 214
图表：2007年1月空气调节器按一般贸易进出口总数 215
图表：2007年2月空气调节器按一般贸易进出口总数 215
图表：2007年3月空气调节器按一般贸易进出口总数 216
图表：2007年4月空气调节器按一般贸易进出口总数 216
图表：2007年5月空气调节器按一般贸易进出口总数 217
图表：2007年6月空气调节器按一般贸易进出口总数 217
图表：2007年7月空气调节器按一般贸易进出口总数 218
图表：2007年8月空气调节器按一般贸易进出口总数 218
图表：2007年9月空气调节器按一般贸易进出口总数 219
图表：2007年1月空气调节器出口统计 224
图表：2007年2月空气调节器出口统计 224
图表：2007年3月空气调节器出口统计 225
图表：2007年4月空气调节器出口统计 225
图表：2007年5月空气调节器出口统计 226
图表：2007年6月空气调节器出口统计 226
图表：2007年7月空气调节器出口统计 227
图表：2007年8月空气调节器出口统计 227
图表：2007年9月空气调节器出口统计 228
图表：2003-2008年户式中央空调市场规模及预测 258
图表：中国户式中央空调细分市场构成 259

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42390.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。