



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2006年中国空调市场市场分析及 发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2006年中国空调市场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/42797.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](mailto: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

### 引言

2005年度国内空调生产企业的总产量达到了5060万台，相比去年同期的4830万台小幅上扬了4.8%，与04年度40%以上的增速相比明显放缓。分析个中原因主要与今年国内市场的表现不佳和出口市场增速放缓有关。

2005年度国内空调市场的内销出货量为2390万台，比去年下降了70万台左右，小幅下挫了2.5个百分点，近十年来首次出现下滑。而2004年度出货量的增速却达到了26%左右，2003年度的增长速度也达到了25%左右。业内人士认为，一方面，自2005年度开始，因国家宏观政策加大了对房产市场的调控力度，银根紧缩，许多再建项目流产，导致全年市场表现不佳，工程机的下降，房产市场交投不活跃，商品房购买比例下降等众多因素也制约了整体市场销售。同时国内一级市场饱和度的增加也在很大程度上影响了整体销售。

2006冷年前7个月家用空调市场呈横盘状态，行业共计销售空调1955.7万台，较去年同期增加了1.69%，其中外销空调1056.96万台，较去年同期增长了8.44%，而内销则实现898.74万台，较去年同期下降了5.25%；就结构指标看，外销占54.05%，内销占45.95%，基本维持着原有的格局，但外销有上升的趋势；而就市场占有率而言，“强者恒强”的格局仍在继续。

2006年要面临来自世界各国市场的反倾销连锁反应，空调企业若能够充分把握2006年市场的发展趋势，所有难题都将迎刃而解。预计到2010年传统交流变频空调将逐渐被淘汰，直流变频空调将占据空调市场主流，市场占有率将超过85%。那么，2006年的空调市场又将会出现哪些新热点？又将有哪些热点会淡出市场？中国空调行业今后将面临怎样的机遇与考验？又将呈现出哪些新趋势呢？

本研究报告依据国家统计局、国家经贸委、国家海关总署、中国制冷设备行业协会、国民经济景气监测中心、空调资讯网、全国及海外1100多种国内外相关报纸杂志的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料，对我国空调市场的供给与需求状况、竞争格局、发展情况等进行了分析，并对国际空调市场及加入WTO后中国空调市场变化等方面进行了深入探讨。是空调企业以及相关企业和单位、计划投资于空调的企业和个人等准确了解目前中国空调市场发展动态，把握空调行业发展趋势，制定市场策略的必备的精品！

## 第一章 2005-2006年我国空调行业发展环境分析

### 第一节 2005-2006年宏观经济分析预测

- 一、2005年我国经济运行分析
- 二、2006年1季度我国经济运行分析
- 三、2006年我国经济发展趋势

### 第二节 2005-2006年空调政策分析

### 第三节 我国空调产业技术环境分析

## 第二章 全球空调市场发展现状分析

### 第一节 全球空调市场发展概况

### 第二节 重点国家及地区空调市场形势

## 第三章 2005-2006年我国空调上下游行业发展状况分析

### 第一节 我国空调行业经济特性分析

### 第二节 2005-2006年我国空调上游行业分析

#### 一、原材料市场

##### （一）我国铜行业发展状况分析

- 1、我国铜工业的基本状况
- 2、我国铜消费量已跃居世界首位
- 3、我国出现铜冶炼盲目扩张迹象
- 4、宏观调控力度逐步加大
- 5、铜精矿保障问题日益突出
- 5、铜工业结构调整的新趋势
- 6、我国对铜行业的政策导向

##### （二）我国铝行业发展状况分析

- 1、2005年我国铝业发展现状
- 2、“十一五”我国铝业发展展望

#### 二、2004-2005年我国空调压缩机市场分析

##### （一）总体走势

(二) 品牌格局没有太大变化

(三) 进出口市场依旧繁荣

(四) 库存风险加大

### 第三节 2005-2006年我国空调下游行业分析

一、2005-2006年我国房地产市场分析

二、2005-2006年我国汽车市场分析

## 第四章 2005-2006年我国空调营运状况分析

### 第一节 2005冷冻年度空调市场状况分析

一、全年走势分析

二、总量分析

三、内销市场分析

四、库存状况分析

### 第二节 2005冷冻年度市场价格分析

一、特价机数量减少

二、五年来整体价格首次提升

三、工程机比例有所提高

### 第三节 2006冷冻年度前7个月家用空调市场分析

一、总量特征分析

(一) 生产遭遇春节，外销机排产仍占主导

(二) 出口北美旺销，一线品牌称王

(三) 内销持续低迷，企业高端市场争逐

(四) 库存谨慎控制，同比环比下滑

二、2006年中国空调市场特点分析

### 第四节 2005-2006年中国空调制冷设备主要指标分析

一、产销状况

二、主要经济指标

## 第五章 2004-2005空调年度各区域市场分析

### 第一节 区域市场整体分析

### 第二节 各地市场分析

一、华东市场状况分析

- 二、华南市场状况分析
- 三、华北市场状况分析
- 四、中南市场状况分析
- 五、西北市场状况分析
- 六、西南市场状况分析
- 七、东北市场状况分析

## 第六章 我国空调热点子行业分析

### 第一节 家用中央空调

### 第二节 变频空调

### 第三节 绿色环保空调

## 第七章 2004-2005年度空调出口市场分析

### 第一节 2004-2005年度我国空调出口市场特点分析

- 一、总量首次超过内销，增长势头放缓
- 二、季节走势，先抑后扬，旺季发力
- 三、海外反倾销危机初现

### 第二节 2006年空调出口市场展望

- 一、海外库存激增
- 二、监管体制不完善
- 三、汇率提升带来挑战

## 第八章 2004-2005年度空调销售渠道及消费者分析

### 第一节 2004-2005年度空调销售渠道特征分析

- 一、渠道发生深度变革
- 二、一级市场连锁地位更加牢固
- 三、三、四级市场越来越受到重视
- 四、商家经营更加谨慎

### 第二节 2005年中国空调消费者调查

- 一、消费结构日趋合理
- 二、电视宣传认知度最高
- 三、质量、品牌主导消费选购

- 四、产品五花八门 消费需求多样
- 五、售后服务总体有提升
- 六、空调产品烦恼多 噪音耗电是问题
- 七、空调购买地集中在家电连锁和专营店
- 八、节能、健康是未来发展潮流

## 第九章 2004-2005年度我国空调竞争格局分析

### 第一节 2004-2005年度我国空调竞争格局分析

#### 一、品牌格局分析

#### 二、产品格局分析

### 第二节 业内代表企业分析

#### 一、格力

#### 二、海尔

#### 三、科龙

#### 四、奥克斯

#### 五、海信

#### 六、LG

#### 七、其他重点企业分析

## 第十章 WTO对中国空调行业的影响分析

### 第一节 加入WTO对中国家用空调发展的影响分析

### 第二节 加入WTO对中国商用空调发展的影响分析

#### 一、加入WTO对中国商用空调发展的影响

#### 二、中国中央空调行业发展趋势分析

## 第十一章 2006年我国空调行业投资前景及投资策略分析

### 第一节 2006年我国空调行业投资前景分析

#### 一、原材料价格大幅上涨压缩中国空调业生存空间

#### 二、空调行业仍具有发展空间

#### 三、国际市场需求增加，出口前景看好

#### 四、家电市场并未真正饱和

### 第二节 空调行业投资发展策略分析

- 一、提供品牌知名度，争取品牌溢价
- 二、开拓新的盈利渠道，向服务要利润
- 三、通过高端产品涨价：众厂家齐打“彩色牌”
- 四、再造营销架构，寻求成本节约

#### 部分图表目录

- 图表：2005、2006年1季度各地区空调销售情况对比
- 图表：2005、2006年1季度重点城市空调销售情况对比
- 图表：2005、2006年1季度空调销售分类型所占比重对比
- 图表：2006冷冻年度前7个月家用空调市场份额分布图
- 图表：2006年2月全国空调品牌市场占有率及均价
- 图表：2006年2月华南地区空调品牌市场占有率及均价
- 图表：2006年2月西北地区空调品牌市场占有率及均价
- 图表：2006年2月西南地区空调品牌市场占有率及均价
- 图表：2006年2月中南地区空调品牌市场占有率及均价
- 图表：2001-2005主要空调厂家近5年的盈利指标表
- 图表：2001-2005年空调厂家数目变化图
- 图表：2005-2006年铜产量,进出口量和表观消费量
- 图表：2005-2006年铝产量,进出口量和表观消费量
- 图表：2005-2006年度每月空调生产情况
- 图表：2005-2006年广东省空调分月生产量生产统计表
- 图表：2005-2006年浙江省空调分月生产量生产统计表
- 图表：2005-2006年江苏省空调分月生产量生产统计表
- 图表：2005-2006年安徽省空调分月生产量生产统计表
- 图表：2005-2006年上海市空调分月生产量生产统计表
- 图表：1999-2005年度国内空调市场产量变化图
- 图表：2005年度、2004年度两年每月生产量分布
- 图表：1996-2005年度空调企业年度内销出货量对比
- 图表：1999-2005年度国内空调市场内销出货量增长率走势图
- 图表：1999-2005年度国内空调市场总体销售额统计
- 图表：1999-2005年度国内空调市场销售额增长情况
- 图表：1999-2005年度国内空调市场销量与销售额增长对比分析



图表：1999-2005年度国内空调市场整体价格下降趋势图

图表：2004、2005年度每月内销出货量分布对比图

图表：1999-2005年度空调市场总出口量走势图

图表：1999-2005年度空调销售内、外销对比分析

图表：2005年度与2004年度工业库存累计增量走势对比

图表：1999-2005年海尔、格力、美的三大品牌销量占有率

图表：2003-2005年度三年三大品牌销量占有率、销售额占有率对比分析

图表：2005年度国内几大品牌阵营内销量分布

图表：2005年度空调市场各品牌内销定位图

图表：2005年度国产、合资品牌总体市场销量占有率分配

图表：2000-2005年度合资品牌总体市场销量占有率变化

图表：2005年度各合资品牌占合资阵营总量的比重

图表：松下、LG近三年来在合资品牌阵营中的比重

图表：2003—2005年度全国南、北市场总体销售额对比

图表：2000-2004年国内铜市场产量、消费量状况（万吨）

图表：2005年度全国主要省份销售额分布

图表：2003、2004、2005年度三年全国各大区市场销售额及占有率对比

图表：2005年12月全国空调品牌市场占有率及均价

图表：2005年12月东北地区空调品牌市场占有率及均价

图表：2005年12月华北地区空调品牌市场占有率及均价

图表：2005年12月华中地区空调品牌市场占有率及均价

图表：2005年12月华东地区空调品牌市场占有率及均价

图表：2005年12月中南地区空调品牌市场占有率及均价

图表：2005年度华东各省、市销售额一览表

图表：2005年度华南各省、市销售额一览表

图表：2005年度华北各省、市销售额一览表

图表：2005年度中南各省、市销售额一览表

图表：2005年度西南各省、市销售额一览表

图表：2001-2005年度每年特价机总体销量占有率分析

图表：2002-2005年度变频器市场占有率对比

图表：2004-2005年度压缩机每月生产量分布图

图表：2004、2005年度压缩机两年每月进口量对比

图表：2004、2005年度压缩机每月出口量分布对比图

图表：2004-2005年度压缩机库存累计增量图

图表：2005年度压缩机市场主要数据指标走势

图表：2005-2006年珠海格力电器股份有限公司利润构成分析表

图表：2005-2006年广东美的电器股份有限公司利润构成分析表  
图表：2005-2006年广东科龙电器股份有限公司利润构成分析表

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42797.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](http://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。