



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005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

《2005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/42910.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

近年来对于中国空调行业来说是困境重重，连续遭遇材料涨价，非典疫情，北方低温的困难，虽然在今年酷暑的帮忙之下，空调市场出现火爆场面，内外销确保了增长，不管是行业库存还是渠道库存都得以充分释放。但价格的持续走低让数量的增长也无以弥补。原材料价格上涨和产品售价下滑的双重压力正使国内空调市场面临挑战，供求关系失衡使品牌的再度洗牌在所难免。国内空调市场的品牌集中度将会进一步加强，竞争优势将重新回归至技术与品牌，市场份额趋于集中在少数精英企业的手中。天气是变幻莫测，行业竞争更是激烈异常，但是对于空调企业而言，其自身的市场行为却是拥有主动权的。面对重重陷阱、前景莫测的市场环境，为了更好的生存,为了更多的利润，空调企业该如何把握和应对？

本研究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、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，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、市场竞争态势以及世界空调市场发展等进行了分析，对空调行业的市场需求及技术发展趋势进行了研究，数据丰富及时、图文并茂。报告还对国家相关政策进行了介绍和趋向研判，是空调生产企业、科研单位、经销企业等单位准确了解当前空调市场发展动态，把握企业定位和发展战略不可多得的决策参考。

第一部分 行业概况

第一章 世界空调市场发展现状及趋势 1

第一节 世界空调市场概况 1

第二节 世界主要国家及地区空调市场形势 3

一、美国空调市场 3

二、日本空调市场 5

三、英国空调市场 11

四、意大利空调市场 12

五、西班牙空调市场 13

六、法国空调市场 15

七、德国空调市场 15

八、韩国空调市场 16

九、大洋洲空调市场 18

十、中东地区空调市场 19

十一、拉丁美洲空调市场	22
第三节 世界空调市场发展趋势分析	23
一、能效比要求提高	24
二、制冷广泛推广	25
三、变容量空调系统	25
第二章 我国空调行业总体运行情况	27
第一节 我国空调行业历年发展概况	27
一、历年规模增长情况	27
二、企业区域分布	28
三、行业市场特征	29
第二节 我国空调行业发展存在的问题	31
一、行业无序竞争严重	31
二、受购买力的限制	31
三、缺乏自主开发和设计能力	31
四、产品个性化、人性化设计有待加强	32
五、产品"同质化"倾向日趋严重,消费导向混乱	32
六、理智看待空调器产品出口的高速增长	32
七、品牌信誉危机不容低估	33
八、空调器的售后服务亟待加强	33
第三节 我国空调行业经济指标分析	33
一、2004年全行业经济指标统计	33
二、2003-2004年空调企业产量情况	35
三、2003-2004年空调企业销售情况	36
四、2003-2004年空调企业利润情况	36
第三章 空调行业发展环境分析	38
第一节 我国宏观经济环境分析	38
一、宏观经济形势主要特征	38
二、中国宏观经济形势展望	40
三、居民家庭收入及消费支出变化情况	42
第二节 我国空调产业政策环境分析	47

第三节 当前中国空调行业的技术竞争环境分析 48

第四章 空调关联行业发展情况 51

第一节 家电业发展状况分析及未来走势 51

一、2004年家用电器行业经济运行情况 51

二、2004年家电行业增长影响因素分析 57

三、家用电子电器行业未来展望 60

第二节 空调器压缩机行业发展现况 63

一、2004年压缩机运行情况分析 63

二、压缩机进出口态势 67

三、2005年压缩机供给仍紧张 68

第二部分 市场分析

第五章 2005年我国空调市场状况分析 71

第一节 2005年我国空调市场概况 71

一、我国空调市场总需求 73

二、我国空调市场区域结构 76

三、我国空调市场品牌结构 77

第二节 我国空调区域市场分析 82

一、北京空调市场 82

二、上海空调市场 86

三、广东空调市场 90

四、南京空调市场 95

第三节 我国空调市场发展前景 97

一、2005年中后期空调消费市场需求预测 97

二、2006年空调市场发展趋势 99

三、空调市场未来发展形势判断 100

第六章 空调重点子行业分析 102

第一节 变频空调 102

一、市场占有情况 102

二、品牌集中度 106

三、变频空调未来发展前景	109
第二节 户式中央空调	111
一、2004年中央空调市场情况	111
二、零售市场出现瓶颈	112
二、企业竞争情况及最新动态	114
四、市场发展前景分析	117
第七章 空调进出口分析	119
第一节 空调进口统计分析	119
一、历年进口情况	119
二、2005年空调进口分析	120
第二节 我国空调出口统计分析	121
一、历年出口情况	121
二、2005年出口情况分析	123
三、出口市场分布	127
四、空调出口的主要特点	130
第三节 2006年空调出口形势分析	133
一、出口企业继续集中	133
二、结构调整初见成效	134
三、“三道槛”并非危言	134
第八章 空调市场消费需求分析	136
第一节 我国空调消费现状	136
第二节 2005年空调市场消费行为分析	138
第三节 2006年空调市场需求预测	144
一、行业面临的经营环境	144
二、空调需求预测	146
第九章 空调营销渠道与策略分析	148
第一节 我国家电业的销售渠道分析	148
一、当前家电企业销售渠道的种类及特点	148
二、家电渠道的演变态势	151

第二节 我国空调市场的营销渠道分析 152

一、我国空调市场的销售模式分析 152

二、空调营销渠道的整合趋势 154

三、空调新兴渠道成为主流 156

第三节 空调品牌营销策略变化 157

第三部分 竞争格局分析

第十章 空调行业的市场竞争分析 161

第一节 品牌竞争格局 161

一、品牌总销量竞争格局 163

二、内销品牌竞争格局 164

三、出口品牌竞争格局 165

第二节 价格竞争态势 167

第三节 空调概念之争 169

一、健康概念之争 169

二、节能概念 170

三、服务概念 170

第四节 空调中小品牌现状分析 171

第五节 空调行业竞争格局演变 174

一、国内空调行业面临洗牌 174

二、外资品牌本土化进程加快 175

三、渠道再成争夺焦点 178

四、技术成为新突破点 179

第十一章 空调行业优势品牌分析 180

第一节 海尔 180

一、公司简介 180

二、经营状况 181

三、市场表现 182

四、空调市场攻略 183

第二节 格力 185

一、公司发展现状 185

二、经营状况	187
三、企业发展动向	187
第三节 美的	190
一、公司简介	190
二、产品线构成及经营状况	191
三、企业发展动向	192
第四节 奥克斯	194
一、生产情况	194
二、营销策略	195
三、企业发展战略	198
第五节 科龙	199
一、公司简介	199
二、经营状况	200
三、市场拓展策略	200
第六节 海信	202
一、公司概况	202
二、海信空调战略	203
第七节 新科	206
一、企业简介	206
二、市场拓展策略	207
三、发展战略	209
第八节 春兰	210
一、公司现况	210
二、公司经营状况	211
三、全方位进军国际市场	212
第九节 格兰仕	214
一、历年生产规模、销售规模、利润指标	215
二、主要市场定位及市场占有情况	216
三、市场操作策略	217
第十节 TCL	220
一、公司发展简况	220
二、空调市场拓展策略	221

第十一节 LG 223

- 一、公司经营状况 223
- 二、LG在中国的发展 224
- 三、LG空调中国市场攻略 226

第十二节 松下 228

- 一、公司经营状况 228
- 二、松下在中国的发展战略 230
- 三、空调产品中国市场发展策略 232

第十三节 伊莱克斯 233

第四部分 发展趋势与对策

第十二章 中国空调行业发展趋势 237

第一节 2005年空调市场发展趋势 237

- 一、健康标准成为主流 237
- 二、技术含量成为主要门槛 238
- 三、资本成为胜负关键 239
- 四、外销成为主要出路 240
- 五、渠道整合大势所趋 241
- 六、深度产业整合，规模成就实力 242
- 七、贴近消费终端，概念游戏退场 243
- 八、进军国际市场，铸就自有品牌 244

第二节 产品技术应用趋势 244

- 一、健康空调 244
- 二、迴流空调 245
- 三、数码空调 246
- 四、燃气空调 247

第三节 空调压缩机发展趋势 248

- 一、房间空调器 249
- 二、组合式分体机与单元式空调 250

第十三章 空调行业SWOT分析及市场竞争策略 253

第一节 当前空调行业SWOT分析 253

一、中国已成为世界空调生产制造大国	253
二、空调产业的竞争力有了极大的增长	253
三、当前中国空调业面临的挑战和压力	254
第二节 空调企业竞争策略	258
一、竞争方式选择	258
二、国内空调品牌与外资品牌的竞争策略	259
三、空调服务要走出同质化误区	261
四、渠道调整及策略	262
第三节 户式中央空调市场进入策略	264
一、先过"技术关"	264
二、再越"规模门"	264
三、需跨"标准槛"	265
四、改造"渠道坎"	266
五、翻越"服务岭"	266
第十四章 世界家电业面临的问题分析	268
第一节 反倾销	268
一、反倾销风暴席卷中国空调业	268
二、反倾销迫对中国空调企业的影响	270
三、中国空调业任何应对反倾销逼迫	271
第二节 反补贴	273
一、反补贴税法的提出	273
二、如何应对美国的反补贴税法	275
第三节 TBT 以标准为核心的技术壁垒	277
一、技术壁垒对我国贸易的影响	277
二、技术壁垒的特点	279
三、中国企业如何应对技术壁垒	281
第四节 知识产权保护	284
一、我国知识产权保护主要存在的问题	284
二、知识产权制度和市场环境	287
第五节 关税	290
第六节 特定产品过渡性保障措施机制	291

第七节 普惠制 292

第八节 出口退税 293

一、我国空调企业面临出口退税挑战 293

二、出口退税下降对空调业的影响 294

附录 299

附录一 家用空调器的欧盟能效新要求 299

附录二 电子电器产品进入全球市场的EMC要求 302

附录三 中国家用空调器能源效率研究 305

一、背景 305

二、改进效率管理制度的必要性 306

三、中国能从提高标准效率和实施标识中得到的效益 307

四、对中国空调器效率标准的建议 308

附录四 2004-2005年中国空调行业统计数据 311

图表目录

图表：2004年不同空调每平方米的安裝 2

图表：2004年全球中央空调需求情况 2

图表：2003-2005年世界空调总需求量 2

图表：2003-2005年世界房间空调器总需求量 3

图表：2003-2005年世界集中空调器总需求量 3

图表：2004年美国空调市场需求情况 4

图表：消费者对日本空调品牌的看法 11

图表：1978-2003年我国空调历年产量变化 27

图表：1998-2003年我国房间空调器产量及增长率 28

图表：2003年空调器制造业累计企业数及区域分布情况 29 图表：2004年全国制冷、空调设

备制造业经济指标一览 33 图表：2003-2004年制冷、空调设备制造业累计产成品 35

图表：2003-2004年制冷、空调设备制造业累计产品销售收入 36 图表：2003-2004年制冷、空

调设备制造业累计利润总额 36 图表：2004年中国宏观经济形势分析 42

图表：1990-2002年我国城乡居民家庭人均收入及恩格尔系数 43 图表：1985-2002年城镇居民

家庭收入和消费结构变化 44

图表：1978-2003年全国城乡居民储蓄存款年底余额和年增加额 45 图表：2003年城乡居民家

庭人均收入 46

图表：2003年城镇居民家庭人均消费性支出 46

图表：家用电器行业2004年经济效益增长情况 51

图表：2004年1-8月家用电子电器制造业经济效益 52

图表：2004年1-8月家用电器制造业主要产品产量 54

图表：2004年1-8月家用电子产品制造业主要产品产量 55

图表：2004年1-8月家用电子、电器制造业出口交货值 56

图表：2004年1-8月主要家电产品出口情况 56

图表：2004年1-10月重点家电类产品进口统计表 62

图表：2004年1-10月重点家电类产品出口统计表 63

图表：空调及空调压缩机主要经济运行情况对比(冷年前十个月) 64 图表：2003年冷冻年度空调压缩机产销存情况 65

图表：压机销量、空调产量季节特征对比(单位：万台) 65 图表：压机进口、空调出口季节特征对比(单位：万台) 65 图表：压缩机出口季节特征对比(单位：万台) 66

图表：冷冻年度空调压缩机出口企业结构比例(按出口量) 68 图表：2000-2004年中国空调产量增长率变化 73

图表：2005年我国空调产量变化 73

图表：2001-2006年中国空调市场总量变化 76

图表：2000-2004年中国家用空调市场规模及其变化 77

图表：2005年中国空调市场品牌占有率 78

图表：2005年壁挂机品牌结构 79

图表：2005年柜式机品牌结构 79

图表：2005年国外品牌所占比例图 80

图表：2005年空调品牌占有率变化图 81

图表：2005空调年度中、日、韩系列品牌市场占有率分布图示 81 图表：2005全国空调产量统计 82

图表：2000年-2004年空调产量增长变化 82

图表：2005年北京空调整体销售情况 83

图表：2005年北京空调前10品牌平均价格情况 83

图表：2004年北京空调消费量情况 84

图表：2005年第一提及率前五品牌比较 85

图表：2005年再次提及率前五品牌比较 85

图表：2004年北京地区空调产量 86

图表：2005年上海地区空调产量 89

图表：上海空调销量2004年与2005年比较 89

图表：2005年广东空调产量 94

图表：2005年江苏省空调产量 97

图表：中国空调市场变频销量占有率(%) 102

图表：分体壁挂变频空调销售量比重变化趋势 103

图表：分体壁挂变频空调销售额比重变化趋势 104

图表：柜式变频空调销售量比重变化趋势 104

图表：柜式变频空调销售额比重变化趋势 104

图表：变频空调机型销售量比重变化趋势 105

图表：变频空调机型销售额比重变化趋势 105

图表：变频空调按品牌来源销售量国内市场份额 107

图表：变频空调按品牌来源销售额国内市场份额 108

图表：变频空调按机型价格变化趋势 108

图表：变频空调按机型中国与日本品牌价格变化比较 108

图表：2003年户式中央空调产品结构比例(按输送介质) 113 图表：2000-2003年国内空调进口情况 119

图表：2004年1-12月空调器进口统计 119

图表：1999-2004年国内空调出口情况 121

图表：历年国内空调器出口年度跟踪 122

图表：2004年1-12月空调器出口统计 122

图表：2003年冷冻年度空调出口季节特征 123

图表：2005年1-5月份空调出口情况 124

图表：2005年1-5月份空调出口平均单价变化 124

图表：2005年我国空调出口地区分布图 127

图表：2005年我国对欧洲主要国家的出口状况 130

图表：2005年我国对亚洲主要国家的空调出口状况 131

图表：2005年我国不同类型企业空调出口状况 133

图表：1997-2003年城乡居民家庭每百户空调器拥有量 136 图表：1999-2003年城镇居民家庭平均每百户空调器拥有量变化 136 图表：2003年分地区城镇居民家庭平均每百户空调器拥有量 137 图表：消费者购买空调的影响因素分布 140

图表：消费者获取信息方式的分布特征 141

图表：消费者购买渠道分布特征 142

图表：消费者对中国空调市场主要品牌的满意度 143

图表：消费者对中国空调市场主要10位品牌综合竞争力研究 144 图表：国内主要空调企业2004年销售目标 146

图表：2002年、2003年空调销售渠道结构对比图 156

图表：空调业三线品牌的划分 162

图表：空调行业各品牌定位图 162

图表：2003、2002冷冻年度空调三线品牌总销量结构对比 164 图表：2003、2002冷冻年度内销品牌竞争格局结构对比 165 图表：2003、2002冷冻年度出口品牌竞争格局结构对比 166 图表：2004年1-6月的出口数量对空调品牌排名 167

图表：海尔全球十大工业园 180

图表：青岛海尔股份有限公司利润构成表 181

图表：青岛海尔股份有限公司经营能力表 181

图表：格力电器空调器产能分布表 186

图表：珠海格力电器股份有限公司利润构成表 187

图表：珠海格力电器股份有限公司经营能力表 187

图表：广东美的集团股份有限公司利润构成表 192

图表：广东美的集团股份有限公司经营能力表 192

图表：广东科龙电器股份有限公司利润构成表 200

图表：广东科龙电器股份有限公司经营能力表 200

图表：青岛海信电器股份有限公司利润构成表 205

图表：青岛海信电器股份有限公司经营能力表 206

图表：江苏春兰制冷设备股份有限公司利润构成表 211

图表：江苏春兰制冷设备股份有限公司经营能力表 211

图表：历年格兰仕微波炉产销规模 215

图表：1994~2003年格兰仕集团企业产值增长情况 216

图表：TCL集团股份有限公司利润构成表 222

图表：TCL集团股份有限公司经营能力表 223

图表：2000-2003年LG电子全球市场销量变化 224

图表：空调企业竞争形式简表 258

图表：2004年制冷空调设备全国合计 311

图表：2004年制冷空调设备河北省合计	311
图表：2004年制冷空调设备江苏省合计	312
图表：2004年制冷空调设备河南省合计	312
图表：2004年制冷空调设备广东省合计	312
图表：2004年制冷空调设备重庆市合计	313
图表：2004年制冷空调设备北京市合计	313
图表：2004年制冷空调设备黑龙江合计	314
图表：2004年制冷空调设备浙江省合计	314
图表：2004年制冷空调设备湖北省合计	315
图表：2004年制冷空调设备陕西省合计	315
图表：2004年制冷空调设备福建省合计	315
图表：2004年制冷空调设备天津市合计	316
图表：2004年制冷空调设备辽宁省合计	316
图表：2004年制冷空调设备上海市合计	317
图表：2004年制冷空调设备安徽省合计	317
图表：2004年制冷空调设备山东省合计	317
图表：2004年制冷空调设备湖南省合计	318
图表：2004年2月制冷、空调设备制造收入前十家企业	318
图表：2004年3月制冷、空调设备制造收入前十家企业	319
图表：2004年4月制冷、空调设备制造收入前十家企业	319
图表：2004年5月制冷、空调设备制造收入前十家企业	320
图表：2004年6月制冷、空调设备制造收入前十家企业	320
图表：2004年7月制冷、空调设备制造收入前十家企业	320
图表：2004年8月制冷、空调设备制造收入前十家企业	321
图表：2004年9月制冷、空调设备制造收入前十家企业	321
图表：2004年10月制冷、空调设备制造收入前十家企业	322
图表：2004年11月制冷、空调设备制造收入前十家企业	322
图表：2004年12月制冷、空调设备制造收入前十家企业	322
图表：2004年全国制冷、空调设备制造合计（一）	323
图表：2004年全国制冷、空调设备制造合计（二）	324
图表：2004年大型企业制冷、空调设备制造全国合计（一）	326
图表：2004年大型企业制冷、空调设备制造全国合计（二）	328
图表：2004年中型企业制冷、空调设备制造全国合计（一）	329
图表：2004年中型企业制冷、空调设备制造全国合计（二）	331
图表：2004年国有企业制冷、空调设备制造全国合计（一）	333
图表：2004年国有企业制冷、空调设备制造全国合计（二）	334
图表：2004年集体企业制冷、空调设备制造全国合计（一）	336
图表：2004年集体企业制冷、空调设备制造全国合计（二）	338
图表：2004年股份合作企业制冷	

、空调设备制造全国合计（一） 340 图表：2004年股份合作企业制冷、空调设备制造全国合计（二） 341 图表：2004年股份制企业制冷、空调设备制造全国合计（一） 343 图表：2004年股份制企业制冷、空调设备制造全国合计（二） 345 图表：2004年私营企业制冷、空调设备制造全国合计（一） 346 图表：2004年私营企业制冷、空调设备制造全国合计（二） 348 图表：2004年外商和港澳台投资企业制冷、空调设备制造全国合计（一） 349 图表：2004年外商和港澳台投资企业制冷、空调设备制造全国合计（二） 351 图表：2004年其他企业制冷、空调设备制造全国合计（一） 353 图表：2004年其他企业制冷、空调设备制造全国合计（二） 354 图表：2004年北京市制冷、空调设备制造合计（一） 356 图表：2004年北京市制冷、空调设备制造合计（二） 358 图表：2004年天津市制冷、空调设备制造合计（一） 359 图表：2004年天津市制冷、空调设备制造合计（二） 361 图表：2004年河北省制冷、空调设备制造合计（一） 362 图表：2004年河北省制冷、空调设备制造合计（二） 364 图表：2004年辽宁省制冷、空调设备制造合计（一） 365 图表：2004年辽宁省制冷、空调设备制造合计（二） 367 图表：2004年吉林省制冷、空调设备制造合计（一） 369 图表：2004年吉林省制冷、空调设备制造合计（二） 370 图表：2004年黑龙江省制冷、空调设备制造合计（一） 372 图表：2004年黑龙江省制冷、空调设备制造合计（二） 373 图表：2004年上海市制冷、空调设备制造合计（一） 375 图表：2004年上海市制冷、空调设备制造合计（二） 377 图表：2004年江苏省制冷、空调设备制造合计（一） 378 图表：2004年江苏省制冷、空调设备制造合计（二） 380 图表：2004年浙江省制冷、空调设备制造合计（一） 381 图表：2004年浙江省制冷、空调设备制造合计（二） 383 图表：2004年安徽省制冷、空调设备制造合计（一） 384 图表：2004年安徽省制冷、空调设备制造合计（二） 386 图表：2004年福建省制冷、空调设备制造合计（一） 387 图表：2004年福建省制冷、空调设备制造合计（二） 389 图表：2004年江西省制冷、空调设备制造合计（一） 390 图表：2004年江西省制冷、空调设备制造合计（二） 392 图表：2004年山东省制冷、空调设备制造合计（一） 393 图表：2004年山东省制冷、空调设备制造合计（二） 395

图表：2004年河南省制冷、空调设备制造合计（一）	396
图表：2004年河南省制冷、空调设备制造合计（二）	398
图表：2004年湖北省制冷、空调设备制造合计（一）	400
图表：2004年湖北省制冷、空调设备制造合计（二）	401
图表：2004年湖南省制冷、空调设备制造合计（一）	403
图表：2004年湖南省制冷、空调设备制造合计（二）	404
图表：2004年广东省制冷、空调设备制造合计（一）	406
图表：2004年广东省制冷、空调设备制造合计（二）	407
图表：2004年广西区制冷、空调设备制造合计（一）	409
图表：2004年广西区制冷、空调设备制造合计（二）	411
图表：2004年重庆市制冷、空调设备制造合计（一）	412
图表：2004年重庆市制冷、空调设备制造合计（二）	414
图表：2004年四川省制冷、空调设备制造合计（一）	415
图表：2004年四川省制冷、空调设备制造合计（二）	417
图表：2004年贵州省制冷、空调设备制造合计（一）	419
图表：2004年贵州省制冷、空调设备制造合计（二）	420
图表：2004年云南省制冷、空调设备制造合计（一）	422
图表：2004年云南省制冷、空调设备制造合计（二）	423
图表：2005年2月制冷、空调设备制造收入前十家企业	425
图表：2005年3月制冷、空调设备制造收入前十家企业	425
图表：2005年4月制冷、空调设备制造收入前十家企业	426
图表：2005年5月制冷、空调设备制造收入前十家企业	426
图表：2005年6月制冷、空调设备制造收入前十家企业	426
图表：2005年7月制冷、空调设备制造收入前十家企业	427
图表：2005年8月制冷、空调设备制造收入前十家企业	427
图表：2005年1-8月制冷、空调设备制造累计产成品	428
图表：2005年1-8月制冷、空调设备制造累计资产总计	429
图表：2005年1-8月制冷、空调设备制造累计产品销售收入	430
图表：2005年1-8月制冷、空调设备制造累计企业单位数	431
图表：2005年1-8月制冷、空调设备制造成本费用利润率	432

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42910.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。