

2021-2027年中国空调行业 前景研究与未来发展趋势报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国空调行业前景研究与未来发展趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R06/R0604/202101/07-380263.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

2019年空调市场零售量规模为5703万套，同比增长1.6%；零售额规模为2010亿元，同比提升4.1%。据统计，2019年1季度空调行业企业出货端出货4027万台，同比微增0.9%；空调行业整体高位盘整的态势明显。在市场放缓的情况下，各企业的定价策略有了差异，部分龙头企业展开价格竞争，促使市场份额持续向龙头企业集中，低线品牌生存压力加剧。格力、美的、海尔三大品牌2019年线下市场零售额份额占比73.6%，同比增长1.6%，市场占有率不断提高。从产品售价看，2019年空调国内零售均价为每台3530元，增长2.9%；出口均价为每台189.5美元，增长3.5%。

2013年空调出口量为4457万台，出口金额102.72亿美元。此后连续两年空调出口量和出口金额下跌，2016年开始回涨。2019年空调出口量达到5790万台，同比增长10.4%。出口金额110.99亿美元。2013-2018年中国空调出口量走势

2013年空调进口量503537台，进口金额258.8百万美元。2016年中国空调进口量和进口金额遭腰斩，分别跌至33977台、105.8百万美元。此后两年空调进口量和进口金额持续下跌。2019年空调进口量跌至20341台，进口金额达到68.0百万美元。2013-2018年中国空调进口情况走势

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国空调行业前景研究与未来发展趋势报告》共七章。首先介绍了中国空调行业市场发展环境、空调整体运行态势等，接着分析了中国空调行业市场运行的现状，然后介绍了空调市场竞争格局。随后，报告对空调做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国空调行业发展趋势与投资预测。您若想对空调产业有个系统的了解或者想投资中国空调行业，本报告是您不可或缺的重要工具。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 中国空调所属行业发展现状

第一节 中国空调行业发展环境

一、国内经济形势

二、国内政策规划

三、房地产市场走势

四、居民支出情况

五、消费升级情况

第二节 中国空调行业发展现状

一、空调的使用率

二、空调行业现状

从线下市场零售额占比来看，格力零售额占比为37.86%，零售量占比为33.12%，占比幅度均超过30%。相比线上零售量占比17%而言，格力线下零售量近线上的两倍。美的无论是从线上线下零售额还是零售量占比来看，都比较稳定在20%-25%之间，位于空调排名第二。海尔位居第三，零售额占比11.05%，零售量占比10.29%。奥克斯排名第五，线下零售量占比仅为4.19%。2019年中国线下市场空调品牌零售排行TOP

从线上电商市场零售额占比来看，奥克斯、美的、格力分别零售额占比均超20%位居前三，但是格力零售量则不足20%。从价格来看，奥克斯、美的均价比格力少。线上市场价格战是主要的，从整体品牌均价来看，格力最高。从零售价格提升来看，海尔均价3283元，同比提升13.8%；其次是扬子，同比提升10.5%；松下和美的提价分别为9.9%、8.9%。2019年线上品牌空调零售TOP10

三、空调产销规模

四、空调渠道库存

五、空调价格走势

六、空调的替代品价格

第三节 中国空调行业前景展望

一、空调市场增长因素

1、更新换代

2、新增购买

二、空调行业发展前景

第二章 中国空调市场品牌格局调研

第一节 中国空调行业市场格局

一、行业竞争格局

二、行业集中度

三、行业竞争力

第二节 中国空调行业品牌状况

一、市场品牌现状

1、国内品牌

2、国外品牌

二、市场品牌格局

三、市场品牌特点

四、市场品牌规模

第三节 空调行业不同市场品牌格局

一、城市市场

1、一二线城市

2、三四线城市

二、农村市场

第四节 空调高端品牌分析

一、主要高端品牌

二、高端品牌定位

三、高端品牌价格

四、高端品牌质量

五、高端品牌创新

第三章 空调品牌企业竞争能力调研

第一节 空调品牌企业渠道分析

一、企业销售渠道铺设

二、企业门店规模分布

第二节 空调品牌企业产品分析

一、产品市场定位

二、产品销售价格

三、产品售后费用

第三节 空调品牌企业能力分析

二、企业生产备货能力

三、企业货源分配能力

四、企业区域周转能力

五、企业售后服务能力

六、企业产品创新能力

第四节 空调品牌企业布局分析

一、空调品牌企业关注点

二、产品细分化领域布局

第四章 中国空调所属行业市场品牌营销调研

第一节 品牌消费者分析

- 一、消费群体
- 二、消费态度
- 三、消费能力
- 四、消费行为变化
- 五、消费需求趋向
- 六、对品牌的认知
- 七、品牌忠诚度

第二节 品牌营销环境

- 一、互联网环境
- 二、电商环境
- 三、电视媒体环境
- 四、社区物业环境

第三节 品牌营销现状

- 一、营销渠道
- 二、营销模式
- 三、营销现状

第四节 品牌营销存在的问题

- 一、营销方面存在的问题
- 二、品牌推广的营销策略
 - 1、广告策略
 - 2、公关策略
 - 3、促销策略
 - 4、终端策略
 - 5、网络策略
 - 6、店铺营销

第五章 中国空调行业主要品牌企业分析

第一节 珠海格力电器股份有限公司

- 一、企业空调品牌
- 二、空调市场定位
- 三、空调市场价格
- 四、空调产销规模
- 五、企业品牌价值
- 六、企业竞争实力
- 七、企业战略目标

第二节 海尔集团公司

- 一、企业空调品牌
- 二、空调市场定位
- 三、空调市场价格
- 四、空调产销规模
- 五、企业品牌价值
- 六、企业竞争实力
- 七、企业战略目标

第三节 美的集团股份有限公司

- 一、企业空调品牌
- 二、空调市场定位
- 三、空调市场价格
- 四、空调产销规模
- 五、企业品牌价值
- 六、企业竞争实力
- 七、企业战略目标

第四节 海信家电集团股份有限公司

- 一、企业空调品牌
- 二、空调市场定位
- 三、空调市场价格
- 四、空调产销规模
- 五、企业品牌价值
- 六、企业竞争实力
- 七、企业战略目标

第五节 大金(中国)投资有限公司

- 一、企业空调品牌
- 二、空调市场定位
- 三、空调市场价格
- 四、空调产销规模
- 五、企业品牌价值
- 六、企业竞争实力
- 七、企业战略目标

第六节 松下电器(中国)有限公司

- 一、企业空调品牌
- 二、空调市场定位
- 三、空调市场价格
- 四、空调产销规模
- 五、企业品牌价值
- 六、企业竞争实力
- 七、企业战略目标

第七节 四川长虹电子控股集团有限公司

- 一、企业空调品牌
- 二、空调市场定位
- 三、空调市场价格
- 四、空调产销规模
- 五、企业品牌价值
- 六、企业竞争实力
- 七、企业战略目标

第八节 广东志高空调有限公司

- 一、企业空调品牌
- 二、空调市场定位
- 三、空调市场价格
- 四、空调产销规模
- 五、企业品牌价值
- 六、企业竞争实力
- 七、企业战略目标

第九节 三菱电机(中国)有限公司

- 一、企业空调品牌
- 二、空调市场定位
- 三、空调市场价格
- 四、空调产销规模
- 五、企业品牌价值
- 六、企业竞争实力
- 七、企业战略目标

第十节 奥克斯集团有限公司

- 一、企业空调品牌
- 二、空调市场定位
- 三、空调市场价格
- 四、空调产销规模
- 五、企业品牌价值
- 六、企业竞争实力
- 七、企业战略目标

第六章 中国空调行业品牌企业竞争策略

第一节 中国空调行业品牌的重要性

- 一、空调行业品牌化趋势
- 二、空调行业品牌的重要性
- 三、空调实施品牌战略的意义

第二节 中国空调行业品牌的机遇与挑战

- 一、品牌渗透加强的主要驱动因素
- 二、中国空调行业品牌的机遇
- 三、中国空调行业品牌的挑战

第三节 中国空调行业品牌竞争能力的提升

- 一、品牌定位和管理能力
 - 1、选准机会战场
 - 2、明确品牌价值和风格定位
 - 3、高效实现品牌传播
- 二、商品和供应链协同能力
 - 1、商品企划与运营

- 2、设计研发
- 3、供应链
- 4、市场销售

第七章 中国空调行业品牌扩张路径

第一节 空调行业投资分析

- 一、空调行业投资壁垒
- 二、空调行业投资现状
- 三、空调行业兼并重组

第二节 空调行业品牌扩张路径

- 一、品牌扩张形式与障碍
- 二、品牌扩张风险与防范
 - 1、政策风险与防范
 - 2、市场风险与防范
 - 3、目标风险与防范
 - 4、质量风险与防范
 - 5、信誉风险与防范
- 三、品牌市场扩张路径

图表目录：

图表：国内经济形势

图表：国内政策规划

图表：中国人口结构

图表：中国消费升级

图表：中国居民支出

图表：中国空调行业市场规模

图表：中国空调行业产销规模

图表：中国空调行业进口分析

图表：中国空调行业出口分析

图表：中国空调行业进出口前景预测

图表：中国空调行业市场品牌现状

图表：中国空调行业市场品牌格局

图表：中国空调行业市场品牌定位
图表：中国空调行业品牌在市场中的份额占比
图表：中国空调行业品牌消费群体
图表：中国空调行业品牌消费态度
图表：中国空调行业品牌消费能力
图表：中国空调行业品牌消费行为变化
图表：中国空调行业品牌消费需求趋向
图表：中国空调行业消费者对品牌的认知
图表：中国空调行业低端品牌产销规模
图表：中国空调行业中端品牌产销规模
图表：中国空调行业高端品牌产销规模
图表：中国空调行业奢侈品牌产销规模
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R06/R0604/202101/07-380263.html>