

2016-2022年中国商用中央空调市场深度分析与投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国商用中央空调市场深度分析与投资战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201607/428752.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 400-700-9383、010-60343812、010-60343813

电子邮箱: kefu@chyxx.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、报告目录及图表目录

商用中央空调也叫大型中央空调，适用于大型建筑场所，是一种集中式空调系统，常见的使用建筑如：酒店、医院、办公楼等。跟家用中央空调相比，商用中央空调不仅注重舒适和美观等因素，更为重要的是商用中央空调在节能上相当突出，对大部分商用中央空调用户而言，高效节能给他们带来的效益是巨大的。

根据国家统计局制定的《国民经济行业分类与代码（GB/T4754-2002）》，中国把商用中央空调行业归入通用设备制造业（C35）下的制冷、空调设备制造（C3573）。

与家用空调相比，商用中央空调较高的利润率吸引了较多厂商的进入，而这些厂商的进入也对商用中央空调行业原有的市场格局产生了影响。从行业数据来看，国产品牌继续保持着最快的增长速度，日韩品牌次之，欧美品牌增速相对较慢。从企业来看，大金一枝独秀的地位丝毫没有改变；格力、美的确立了优势地位；美资四大企业表现稳定；海信日立成为变频多联机组市场上不可忽视的生力军；天加在冷水机组上的力量不容小觑。

鉴于目前商用中央空调行业的市场机会及竞争现状，现阶段生产企业为实现突围，了解行业当前市场形势，把握行业未来发展趋势显得尤为必要。

商用中央空调行业产业链分析

智研咨询发布的《2016-2022年中国商用中央空调市场深度分析与投资战略咨询报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第1章：中国商用中央空调行业发展综述

1.1 商用中央空调行业定义

1.1.1 行业定义及界定

1.1.2 行业主要产品大类

1.2 中国商用中央空调行业统计标准

1.2.1 商用中央空调行业统计部门和统计口径

1.2.2 商用中央空调行业统计方法

1.2.3 商用中央空调行业数据种类

1.3 中国商用中央空调产业链分析

1.3.1 商用中央空调产业链简介

1.3.2 商用中央空调上游供应链分析

(1) 空调压缩机市场分析

1) 2014年空调压缩机市场分析及原因

2) 2015年空调压缩机市场分析及原因

3) 2015年旋转压缩机行业格局：巨头碾压竞争惨烈

(2) 电机市场分析

(3) 钢材市场分析

1) 2015年我国钢材市场回顾

2) 2016年钢铁行业及市场展望

(4) 铜材市场分析

1) 铜材供给

2) 铜材需求

3) 铜材价格走势

(5) 铝材市场分析

(6) 塑料市场分析

1.3.3 商用中央空调下游需求链分析

(1) 市政工程建设情况

(2) 体育场馆建设情况

1) 全国体育场地基本情况

2) 全国体育场地分布情况

(3) 办公写字楼发展分析

(4) 酒店宾馆发展分析

(5) 百货商场发展分析

(6) 医疗机构发展分析

(7) 金融机构发展分析

(8) 教育机构发展分析

第2章：中国商用中央空调行业运营分析

2.1 中国商用中央空调行业发展分析

2.1.1 中国商用中央空调行业发展概况

(1) 总体趋势

(2) 供需分析

2.1.2 中国商用中央空调行业发展特点

(1) 市场需求快速增长

(2) 国内外品牌竞争激烈

- (3) 分散格局难以改变
- 2.1.3 商用中央空调行业经营情况分析
 - (1) 商用中央空调行业经营效益分析
 - (2) 商用中央空调行业盈利能力分析
 - (3) 商用中央空调行业运营能力分析
 - (4) 商用中央空调行业偿债能力分析
 - (5) 商用中央空调行业发展能力分析
- 2.2 商用中央空调行业经济指标分析
 - 2.2.1 行业经济效益影响因素分析
 - 2.2.2 商用中央空调行业经济指标分析
- 2.3 商用中央空调行业供需平衡分析
 - 2.3.1 全国商用中央空调行业供给情况分析
 - (1) 全国商用中央空调行业总产值分析
 - (2) 全国商用中央空调行业产成品分析
 - 2.3.2 各地区商用中央空调行业供给情况分析
 - (1) 总产值排名前10个地区分析
 - (2) 产成品排名前9个地区分析
 - 2.3.3 全国商用中央空调行业需求情况分析
 - (1) 全国商用中央空调行业销售产值分析
 - (2) 全国商用中央空调行业销售收入分析
 - 2.3.4 各地区商用中央空调行业需求情况分析
 - (1) 销售收入排名前10个地区分析
 - (2) 销售产值排名前10个地区分析
 - 2.3.5 全国商用中央空调行业产销率分析
- 第3章：中国商用中央空调行业市场环境
 - 3.1 行业政策环境分析
 - 3.1.1 行业监管与主管机构动向
 - 3.1.2 行业国家与地方相关政策
 - 3.1.3 行业发展规划最新动向及趋势
 - 3.2 行业经济环境分析
 - 3.2.1 国际宏观经济环境分析
 - (1) 国际宏观经济现状
 - 1) 经济增长缓慢
 - 2) 经济运行分化加剧
 - 3) 主要发达经济体消费低迷

4) 世界贸易低速增长

5) 全球通胀冲高回落

6) 就业状况总体稳定

(2) 国际宏观经济预测

1) 经济增速将继续加快

2) 全球贸易增长将有所加快

3) 全球通胀将继续走低

1、大经济体失业率将进一步下降

3.2.2 国内宏观经济环境分析

(1) 国内宏观经济现状

1) 国内GDP增长分析

2) GDP与商业中央空调行业关联性分析

3) 房地产行业分析

4) 工业经济增长分析

5) 工业经济与轴承制造行业关联性分析

6) 国际贸易增长分析

7) 国际贸易与商业中央空调行业关联性分析

(2) 国内宏观经济发展展望

3.2.3 行业宏观经济环境分析

(1) “雾霾”之下的工装市场

(2) 水地源热泵机组遇冷

(3) 离心机的花样年华

(4) 智能化平台：乱花渐欲迷人眼

(5) 让售后风暴来得更猛烈些

(6) 细分市场突破竞争格局

(7) 互联网思维的入侵

(8) 无“微”不至的微营销

(9) 雾霾是危机更是机遇

3.3 行业贸易环境分析

3.3.1 行业贸易环境发展现状

3.3.2 行业贸易环境发展趋势

3.3.3 企业规避贸易风险的策略

3.4 行业社会环境分析

3.4.1 行业发展与社会经济的协调

3.4.2 行业发展面临的环境保护问题

3.4.3 行业发展的地区不平衡与产业迁移

第4章：中国商用中央空调行业技术分析

4.1 国际先进技术引进情况

4.1.1 国际先进技术引进概况

4.1.2 美的引进东芝变频技术

4.1.3 格力引进大金变频技术

4.2 行业主要技术发展分析

4.2.1 变频离心技术分析

4.2.2 变频多联技术分析

4.2.3 磁悬浮技术分析

4.3 行业节能技术发展分析

4.3.1 热回收技术分析

4.3.2 空气源热泵技术分析

4.3.3 地源热泵技术分析

第5章：中国商用中央空调行业市场竞争

5.1 全球商用中央空调市场竞争分析

5.1.1 全球商用中央空调市场分析

(1) 欧洲商用中央空调市场分析

(2) 北美商用中央空调市场分析

(3) 拉美商用中央空调市场分析

(4) 亚太商用中央空调市场分析

5.1.2 全球商用中央空调市场竞争分析

5.2 中国商用中央空调市场外资企业在华竞争

5.2.1 日本大金工业株式会社在华竞争分析

5.2.2 株式会社日立制作所在华竞争分析

5.2.3 美国约克公司在华竞争分析

5.2.4 美国特灵空调公司在华竞争分析

5.2.5 美国麦克维尔公司在华竞争分析

5.2.6 美国开利空调公司在华竞争分析

5.3 中国商用中央空调市场竞争分析

5.3.1 商用中央空调市场规模分析

5.3.2 商用中央空调行业五力模型分析

(1) 行业上游议价能力分析

(2) 行业下游议价能力分析

(3) 行业新进入者的威胁

(4) 行业替代品的威胁

(5) 行业内部竞争格局

第6章：中国商用中央空调产品市场分析

6.1 中国商用中央空调产品结构分析

6.2 中国商用中央空调产品市场分析

6.2.1 模块机市场分析

(1) 产品市场发展情况

(2) 产品品牌集中度分析

(3) 产品市场竞争分析

6.2.2 离心机市场分析

(1) 产品市场发展情况

(2) 产品品牌集中度分析

(3) 产品市场竞争分析

6.2.3 风冷螺杆机市场分析

(1) 产品市场发展情况

(2) 产品品牌集中度分析

(3) 产品市场竞争分析

6.2.4 水冷螺杆机市场分析

(1) 产品市场发展情况

(2) 产品品牌集中度分析

(3) 产品市场竞争分析

6.2.5 溴化锂吸收式冷水机组市场分析

(1) 产品市场增长情况

(2) 产品品牌集中度分析

(3) 产品市场竞争分析

6.2.6 水/地源热泵中央空调市场分析

(1) 产品市场增长情况

(2) 产品品牌集中度分析

(3) 产品市场竞争分析

6.3 中国商用中央空调核心部件市场分析

6.3.1 商用中央空调压缩机市场分析

(1) 螺杆式压缩机市场分析

1) 螺杆式压缩机技术优势

2) 螺杆式压缩机应用情况

3) 螺杆式压缩机竞争格局

4) 螺杆式压缩机供需形势

(2) 离心式压缩机市场分析

(3) 涡旋式压缩机市场分析

(4) 往复式压缩机市场分析

6.3.2 商用中央空调末端设备市场分析

6.3.3 商用中央空调两器市场分析

6.3.4 商用中央空调膨胀阀市场分析

6.4 中国商用中央空调营销分析

6.4.1 商用中央空调营销模式分析及比较

(1) 直效营销模式

(2) 分公司营销模式

(3) 代理及经销营销模式

(4) 关联营销模式

(5) 四种营销模式比较分析

6.4.2 商用中央空调营销渠道发展趋势

6.4.3 商用中央空调营销模式发展趋势

第7章：中国商用中央空调应用需求分析

7.1 中国商用中央空调在政府系统中的应用

7.1.1 政府系统商用中央空调应用现状

7.1.2 商用中央空调在世博会工程中的应用

7.1.3 政府系统商用中央空调应用前景

7.2 中国商用中央空调在体育场馆中的应用

7.2.1 体育场馆商用中央空调应用现状

7.2.2 商用中央空调在亚运会工程中的应用

7.2.3 商用中央空调在大运会工程中的应用

7.2.4 体育场馆商用中央空调应用前景

7.3 中国商用中央空调在办公写字楼中的应用

7.3.1 办公写字楼商用中央空调应用现状

7.3.2 办公写字楼商用中央空调应用前景

7.4 中国商用中央空调在商务会所中的应用

7.4.1 商务会所商用中央空调应用现状

7.4.2 商务会所商用中央空调应用前景

7.5 中国商用中央空调在医疗体系中的应用

7.5.1 医疗体系商用中央空调应用现状

7.5.2 医疗体系商用中央空调应用前景

7.6 中国商用中央空调在金融系统中的应用

7.6.1 金融系统商用中央空调应用现状

7.6.2 金融系统商用中央空调应用前景

7.7 中国商用中央空调在高校系统中的应用

7.7.1 高校系统商用中央空调应用现状

7.7.2 高校系统商用中央空调应用前景

第8章：中国商用中央空调并购整合分析

8.1 全球并购形势分析

8.1.1 全球并购市场形势分析

8.1.2 主要经济体并购市场形势

8.1.3 全球并购市场并购交易的估值水平

8.1.4 并购市场形势展望

8.2 中国国内并购形势分析

8.2.1 中国国内并购市场形势

8.2.2 中国并购市场季度分布

8.2.3 中国并购市场类型分布

8.2.4 中国并购市场产业分布

8.2.5 中国并购市场企业类型分布

8.3 中国并购市场法律新规范

8.3.1 中国并购立法现状与立法完善建议

8.3.2 重要并购法律解读

8.3.3 中国并购市场法律法规展望

8.4 中国商用中央空调行业并购形势

8.4.1 国际商用中央空调并购整合分析

8.4.2 国内商用中央空调并购整合分析

8.4.3 商用中央空调行业并购整合特征分析

8.4.4 商用中央空调行业并购整合趋势分析

第9章：中国商用中央空调领先企业分析

9.1 中国商用中央空调企业发展状况分析

9.1.1 商用中央空调企业规模

9.1.2 商用中央空调制造行业销售收入

9.1.3 商用中央空调制造行业利润

9.2 中国商用中央空调领先企业分析

9.2.1 青岛海尔股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- 9.2.2 珠海格力电器股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 9.2.3 广东格兰仕集团有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 9.2.4 大连冰山集团有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 9.2.5 双良节能系统股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 9.2.6 浙江盾安人工环境股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 9.2.7 志高控股有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 9.2.8 宁波奥克斯空调有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 9.2.9 美的集团股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 9.2.10 江苏春兰制冷设备股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- 9.3 中国商用中央空调核心部件领先企业分析
- 9.3.1 上海汉钟精机股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 9.3.2 比泽尔制冷技术(中国)有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 9.3.3 复盛实业(上海)有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 9.3.4 中意莱富康压缩机(上海)有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 9.3.5 浙江三花股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 第10章：中国商用中央空调行业前景预测
- 10.1 中国商用中央空调行业投资特性
- 10.1.1 商用中央空调行业投资壁垒
- 10.1.2 商用中央空调行业盈利因素
- 10.1.3 商用中央空调行业盈利模式
- 10.2 中国商用中央空调行业拓展方向
- 10.2.1 通信基站中央空调发展方向
- 10.2.2 核电站中央空调发展方向
- 10.2.3 轨道交通中央空调发展方向
- 10.3 中国商用中央空调行业前景预测
- 10.3.1 影响商用中央空调市场前景的因素

10.3.2 2016-2022年商用中央空调行业资产规模预测

10.3.3 2016-2022年商用中央空调行业销售规模预测

10.3.4 2016-2022年商用中央空调行业盈利规模预测

10.4 中国商用中央空调行业投资建议

10.4.1 商用中央空调行业投资风险分析

10.4.2 商用中央空调行业投资建议分析

第11章 电商行业发展分析

11.1 电子商务发展分析

11.1.1 电子商务定义及发展模式分析

11.1.2 中国电子商务行业政策现状

11.1.3 2013-2015年中国电子商务行业发展现状

11.2 “互联网+”的相关概述

11.2.1 “互联网+”的提出

11.2.2 “互联网+”的内涵

11.2.3 “互联网+”的发展

11.2.4 “互联网+”的评价

11.2.5 “互联网+”的趋势

11.3 电商市场现状及建设情况

11.3.1 电商总体开展情况

11.3.2 电商案例分析

11.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）

11.4 电商行业未来前景及趋势预测

11.4.1 电商市场规模预测分析

11.4.2 电商发展前景分析

图表目录：

图表1：冷水机组产品分类

图表2：商用中央空调行业产业链分析

图表3：2013年以来空调压缩机行业市场解析

图表4：2015年旋转压缩机行业市场解析

图表5：2015年旋转压缩机各企业市场表现

图表6：2015年GMCC市场表现

图表7：2015年凌达市场表现

图表8：2012-2015冷年空调电机内销走势（单位：万台）

图表9：兰格钢铁价格指数（LGMI）走势图

图表10：2010年以来我国粗钢产量及趋势（单位：万吨，%）

- 图表11：2010年以来钢材分品种生产结构变化（单位：%）
- 图表12：2010年以来我国钢材进出口情况（单位：万吨）
- 图表13：2013年以来国内每周钢材社会库存走势图（单位：万吨）
- 图表14：2008年以来精炼铜产量及同比增长（单位：万吨，%）
- 图表15：2009-2015年铜及铜材进口量及同比增速（单位：万吨，%）
- 图表16：2009-2015年铜及铜材进口总值及同比增速（单位：亿美元，%）
- 图表17：2009-2015年中国铜材表观消费量及增速（单位：万吨，%）
- 图表18：2009-2015年铜及铜材出口量及同比增速（单位：万吨，%）
- 图表19：2009-2015年铜及铜材出口总值及同比增速（单位：亿美元，%）
- 图表20：2014-2015年上海SHFE:期货收盘价:铜价格走势情况（单位：元/公斤）
- 图表21：2009-2015年中国原铝产量及增速（单位：万吨，%）
- 图表22：铝期货内外盘和现货市场价格比较（单位：元/吨，美元/吨）
- 图表23：2010年以来中国塑料制品产量及增速（单位：万吨，%）
- 图表24：中国塑料制品市场行情分月情况
- 图表25：2010年以来批准建设用地变化情况（单位：万公顷）
- 图表26：批准建设用地结构（单位：%）
- 图表27：2010年以来全国主要城市分用途地价水平（单位：元/平方米）
- 图表28：各系统体育场地数量及面积情况（单位：万个，%，亿平方米）
- 图表29：各单位体育场地数量及面积情况（单位：万个，%，亿平方米）
- 图表30：场地数量排名靠前的场地类型情况（单位：万个，%，亿平方米）
- 图表31：场地数量排名靠前的场地类型情况（单位：万个，%）
- 图表32：场地面积排名靠前的场地类型情况（单位：万个，%）
- 图表33：中国体育场馆地区分布情况（单位：%）
- 图表34：北京市写字楼市场情况
- 图表35：2005年以来全国星级饭店开业数统计（按季度）（单位：家）
- 图表36：全国星级酒店规模结构情况（单位：家，万间/套，万张）
- 图表37：全国星级酒店经营状况（单位：亿元，%，万人）
- 图表38：2010年以来社会消费品零售总额（单位：亿元）
- 图表39：2010年以来商业银行资产增长情况（单位：万亿元，%）
- 图表40：2013年以来各类商业银行资产同比增速情况（单位：%）
- 图表41：商业银行贷款主要行业投向（单位：%）
- 图表42：2010年以来商业银行负债增长情况（单位：万亿元，%）
- 图表43：2010年以来商业银行净利润（季度）（单位：亿元）
- 图表44：2010年以来商业银行非利息收入（季度）（单位：亿元）
- 图表45：全球商用中央空调产品比例（单位：%）

图表46：我国商用中央空调产品比例（单位：%）

图表47：国内商用中央空调市场供需结构分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201607/428752.html>