

2020-2026年中国家用中央 空调行业分析与市场调查预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国家用中央空调行业分析与市场调查预测报告》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.cction.com/report/202008/178685.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

推动消费者选择中央空调的原因可以总结为以下四点：1. 价格劣势逐步消除。中央空调为适应中小户型需求，通过减配降低价格。加之分体壁挂机价格的上涨，二者价格差距逐步缩小。2. 空间占用量优于传统机型。中央空调安装可隐藏在吊顶内，占用较小空间，降低压抑感。考虑大规模使用空调地区，如华东、华南等地区每平米地价较高，使用中央空调显著优于使用传统机型。3. 基于对美观的考虑。现在房价较高，如何在小空间内设计出层次感成为困扰住户和设计师的一个问题。而中央空调和住房的融合度最高。4. 基于对舒适度的考虑。中央空调安装在层顶，使用者身处空气交流区，感觉较舒适。而传统空调出风范围小，存在直吹现象且调温不均匀。基于以上四点原因，相对传统机型，中央空调性价比显著提升，较小户型已经开始考虑使用中央空调。考虑后续发展进程，较早发展市场将逐步趋稳、新市场开发力度加大，中央空调家装零售市场有望保持高速发展。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国家用中央空调行业分析与市场调查预测报告》共七章。首先介绍了中国家用中央空调行业市场发展环境、家用中央空调整体运行态势等，接着分析了中国家用中央空调行业市场运行的现状，然后介绍了家用中央空调市场竞争格局。随后，报告对家用中央空调做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国家用中央空调行业发展趋势与投资预测。您若想对家用中央空调产业有个系统的了解或者想投资中国家用中央空调行业，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 家用中央空调发展综述

第一节 家用中央空调概述

一、家用中央空调的概念

二、家用中央空调的优势

三、家用中央空调安装条件

四、家用中央空调与空调器区别

五、家用中央空调发展的局限

第二节 家用中央空调宏观经济背景

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

第三节 家用中央空调政策环境

一、空调生态标准即将公布

二、“十三五”节能环保产业发展规划

三、国家政策支持住宅精装修发展

四、国家房地产调控政策一览

第四节 家用中央空调社会环境

一、中国城镇化率水平

二、低碳环保已成家庭消费共识

三、中国“两型社会”建设稳步推进

第二章 中国家用中央空调市场分析

第一节 中国家用空调市场分析

一、中国家用空调市场发展概述

二、中国空调市场供给情况分析

三、中国空调市场销售情况分析

四、中国空调出口市场情况分析

五、中国家用空调品牌格局分析

六、城镇居民家庭空调普及情况

七、农村居民家庭空调普及情况

八、政府家用空调采购情况分析

第二节 家用中央空调市场发展分析

一、家用中央空调发展历程

二、国外家用中央空调发展

三、国内家用中央空调发展水平

四、国内家用中央空调销售情况

五、国内家用中央空调需求渐增

六、家用中央空调市场容量情况

第三节 家用中央空调细分产品

一、家用中央空调的一般分类

二、家用中央空调的主要使用类型

三、各类型家用中央空调生产厂家

四、多联机的发展及演变

第四节 家用中央空调市场分析

一、保障房带动中央空调产业回暖

二、政策利好助推中央空调企业发展

三、中西部地区产业承接转型新热点

四、家用中央空调成战略新高地

第三章 家用中央空调市场关联领域研究

第一节 中国房地产市场发展形势

一、中国房地产开发景气指数

二、中国房地产开发投资情况

三、中国房地产商品房建筑面积

四、中国房地产商品房销售情况

五、房地产开发形势

第二节 中国住宅开发情况

一、中国住宅市场开发情况

二、中国住宅市场分析

三、中国高端住宅市场开发情况

四、中国别墅市场的发展情况

第三节 家用中央空调在住宅的应用

一、家用中央空调在住宅的应用

二、家用中央空调在别墅的应用

三、家用中央空调在高档公寓的应用

四、房地产开发增加家用中央空调配套

第四节 家用中央空调在小型企业的应用

第四章 中国家用中央空调市场竞争格局

第一节 中国家用中央空调市场格局

- 一、国内空调市场供应格局
- 二、空调企业布局家用中央空调市场
- 三、外资品牌抢占国内家用中央空调市场
- 四、国内家用中央空调市场格局

第二节 家用中央空调企业竞争情况

- 一、品牌竞争
- 二、技术竞争
- 三、价格竞争
- 四、服务竞争

第三节 家用中央空调行业五力模型分析

- 一、行业上游议价能力分析
- 二、行业下游议价能力分析
- 三、行业新进入者的威胁
- 四、行业替代品的威胁
- 五、行业内部竞争格局

第四节 家用中央空调重点城市研究

- 一、南京
- 二、成都
- 三、温州
- 四、武汉
- 五、杭州

第五章 家用中央空调行业经营模式及发展因素分析

第一节 家用中央空调的经营模式

- 一、家用中央空调经营模式
- 二、家用中央空调销售渠道
 - (一) 经销商代理营销
 - (二) 厂家直接招标采购
 - (三) 大型家电连锁与专卖店
 - (四) 下游相关企业兼营模式
- 三、家用中央空调销售渠道转移

第二节 家用中央空调消费者调查研究

一、家用中央空调主要消费人群

二、家庭消费的基本特征

三、中年人的消费心理分析

四、中央空调消费群体特点

五、中年消费者的购买准则

六、中年人获得中央空调途径的分析

第三节 家用中央空调发展因素分析

一、家用中央空调高速成长的因素分析

二、普及家用中央空调的关键因素

（一）消费观念能有所转变

（二）安全美观将成新热点

（三）舒适意识进一步增强

（四）商家售后能跟上

三、发展家用中央空调应考虑的问题

第六章 家用中央空调重点企业研究

第一节 大金

一、企业产品开发历程

二、家用中央空调系列

三、企业经营情况分析

四、企业营销策略分析

第二节 约克

一、企业产品开发历程

二、家用中央空调系列

三、企业经营情况分析

四、企业空调生产情况

第三节 开利

一、企业产品开发历程

二、家用中央空调系列

三、企业经营情况分析

四、家用中央空调发展动态

第四节 麦克维尔

- 一、企业产品开发历程
- 二、家用中央空调系列
- 三、企业经营情况分析
- 四、麦克维尔全球网络

第五节 特灵

- 一、家用中央空调系列
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品竞争优势
- 四、家用中央空调发展动态

第六节 海信日立

- 一、企业产品开发历程
- 二、家用中央空调系列
- 三、企业经营情况分析
- 四、中央空调竞争优势

第七节 美的

- 一、企业产品开发历程
- 二、家用中央空调系列
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业竞争优势分析

第八节 海尔

- 一、企业产品开发历程
- 二、家用中央空调系列
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业营销策略分析

第九节 东芝

- 一、企业产品开发历程
- 二、家用中央空调系列
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业所获荣誉现状

第十节 志高

- 一、企业产品开发历程

- 二、家用中央空调系列
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业竞争优势分析

第七章 2020-2026年中国家用中央空调市场发展趋势及前景分析（ ）

第一节 2020-2026年家用中央空调发展环境分析

一、家用中央空调发展的有利因素

- （一）宏观经济稳健向好
- （二）房产配套项目增长潜力大
- （三）“新型城镇化”上升至国家战略
- （四）国家大力推进建筑节能

二、家用中央空调发展的不利因素

第二节 2020-2026年家用中央空调发展的趋势分析

一、家用中央空调市场需求趋势

- （一）需求高速增长
- （二）需求范围扩大
- （三）需求层次多样化

二、家用中央空调产品发展趋势

- （一）设计人性化
- （二）外形时尚化
- （三）节能环保低碳化
- （四）品质优越化

三、家用中央空调将取代传统分体式空调

四、家用中央空调价格水平下调不可避免

第三节 2020-2026年家用中央空调市场发展前景分析

一、家用中央空调增长空间

二、家用中央空调市场容量

三、家用中央空调发展前景

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/178685.html>