

2016-2022年中国空调压缩机行业监测及投资趋势预测报告

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

《2016-2022年中国空调压缩机行业监测及投资趋势预测报告》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/201605/132676.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

随着中国逐渐成为全球制造业中心，全球空调压缩机制造重心也逐渐向中国大陆转移，国际主要的空调压缩机生产企业纷纷进入中国市场。上世纪八十年代开始，阿特拉斯、英格索兰和寿力先后进入中国市场，英格索兰于1997年第一个在中国大陆设立生产基地，随后，阿特拉斯等公司也纷纷在国内投资建厂，目前，全球主要的空调压缩机生产企业在中国均有生产基地。国际主要的空调压缩机生产企业均十分重视在中国的发展，中国已经成为阿特拉斯全球第二大市场（按销售收入贡献统计）。国际主要空调压缩机生产企业进入中国加剧了我国空调压缩机行业的市场竞争。2003年以来，空调行业的快速发展，拉动了压缩机等相关机械的需求快速增长，2008年受累于经济危机，我国空调压缩机行业增速放缓，2009年以来随着经济环境转暖，行业复苏趋势明显。据统计，我国空调压缩机产量达到1.35亿台，同比增长16.38%。

报告目录：

第一章 2015年中国空调压缩机行业发展概述	1
第一节 空调压缩机行业概述	1
一、空调压缩机的定义	1
二、空调压缩机的特点	1
第二节 空调压缩机上下游产业链分析	2
一、产业链模型介绍	2
二、空调压缩机行业产业链分析	4
第三节 空调压缩机行业生命周期分析	5
一、行业生命周期概述	5
二、空调压缩机行业所属的生命周期	6
第四节 行业经济指标分析	7
一、赢利性	7
二、附加值的提升空间	8
三、进入壁垒 退出机制	8
四、行业周期	9
第二章 2015年世界空调压缩机市场运行形势分析	10
第一节 2014年全球空调压缩机行业发展回顾	10
第二节 亚洲地区主要市场概况	11
第三节 欧盟主要国家市场概况	11

第四节 北美地区主要市场概况	12
第五节 2016-2022年世界空调压缩机发展走势预测	12
第三章 2015年中国空调压缩机产业发展环境分析	14
第一节 2015年中国宏观经济环境分析	14
一、GDP历史变动轨迹分析	14
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	23
三、中国经济发展预测分析	24
第二节 空调压缩机行业主管部门、行业监管体	27
第三节 中国空调压缩机行业政策环境分析	27
第四节 2015年中国空调压缩机产业社会环境发展分析	29
一、人口环境分析	29
二、教育环境分析	29
三、文化环境分析	30
四、生态环境分析	32
五、消费观念分析	33
第四章 2015年中国空调压缩机产业运行情况	37
第一节 中国空调压缩机行业发展状况	37
一、空调压缩机行业市场供给情况	37
二、空调压缩机行业市场需求情况	39
三、空调压缩机行业市场容量	41
第二节 中国空调压缩机行业价格走势分析	41
一、空调压缩机行业价格影响因素分析	41
二、2012-2015年空调压缩机行业价格走势回顾	42
三、2016-2022年空调压缩机行业价格走势预测	42
第三节 中国空调压缩机行业技术发展分析	43
第四节 空调压缩机行业未来发展趋势预测	47
第五章 2015年中国空调压缩机市场发展分析	49
第一节 中国空调压缩机行业竞争现状	49
第二节 中国空调压缩机行业集中度分析	49
一、市场集中度	49
二、企业集中度	49
三、区域集中度	50

第三节 空调压缩机行业品牌现状分析	50
第四节 中国空调压缩机行业存在的问题	51
第五节 中国空调压缩机行业国际竞争力分析	51
一、生产要素	51
二、需求条件	52
三、支援与相关产业	53
四、企业战略、结构与竞争状态	54
五、政府的作用	54
第六章 2015年中国空调压缩机行业竞争情况	55
第一节 行业竞争结构分析	55
一、现有企业间竞争	55
二、潜在进入者分析	55
三、替代品威胁分析	56
四、供应商议价能力	56
五、客户议价能力	56
第二节 空调压缩机行业SWOT分析	56
一、优势	56
二、劣势	57
三、机会	58
四、威胁	58
第三节 中国空调压缩机产品竞争力优势分析	58
一、整体产品竞争力评价	58
二、产品竞争力评价结果分析	59
三、竞争优势评价及构建建议	59
第七章 空调压缩机行业重点生产企业分析	60
第一节 上海汉钟精机股份有限公司	60
一、企业概况	60
二、企业主要经济指标分析	60
三、企业盈利能力分析	61
四、企业偿债能力分析	62
五、企业运营能力分析	63
六、企业成长能力分析	63

第二节 江苏春兰制冷设备股份有限公司 64

一、企业概况 64

二、企业主要经济指标分析 64

三、企业盈利能力分析 65

四、企业偿债能力分析 66

五、企业运营能力分析 67

六、企业成长能力分析 67

第三节 上海海立(集团)股份有限公司 68

一、企业概况 68

二、企业主要经济指标分析 68

三、企业盈利能力分析 69

四、企业偿债能力分析 70

五、企业运营能力分析 71

六、企业成长能力分析 72

第四节 华意压缩机股份有限公司 72

一、企业概况 72

二、企业主要经济指标分析 73

三、企业盈利能力分析 73

四、企业偿债能力分析 74

五、企业运营能力分析 75

六、企业成长能力分析 76

第五节 美的集团股份有限公司 76

一、企业概况 76

二、企业主要经济指标分析 77

三、企业盈利能力分析 77

四、企业偿债能力分析 78

五、企业运营能力分析 79

六、企业成长能力分析 80

第八章 2016-2022年空调压缩机行业发展预测 82

第一节 2016-2022年中国空调压缩机行业未来发展前景分析 82

一、2016-2022年中国空调压缩机市场发展环境分析 82

二、2016-2022年中国空调压缩机行业市场规模预测 82

三、2016-2022年中国空调压缩机行业市场发展趋势分析	83
第二节 2016-2022年中国空调压缩机行业市场供需预测	84
一、2016-2022年中国空调压缩机行业供给预测	84
二、2016-2022年中国空调压缩机市场需求预测	
第三节 2016-2022年中国空调压缩机行业盈利走势预测	85
第九章 2016-2022年中国空调压缩机行业投资风险与营销分析	86
第一节 2016-2022年空调压缩机行业进入壁垒分析	86
第二节 2016-2022年中国空调压缩机行业投资环境分析	87
第三节 中国空调压缩机行业投资风险	87
一、政策风险	87
二、技术风险	88
三、竞争风险	88
四、原材料风险	88
五、其他风险	88
第四节 中国空调压缩机行业营销分析	89
一、渠道构成	89
二、销售贡献比率	89
三、覆盖率	89
四、销售渠道效果	90
五、价值流程结构	90
第十章 2016-2022年中国空调压缩机行业发展策略及投资建议	91
第一节 空调压缩机行业市场的关键客户战略实施	91
一、实施重点客户战略的必要性	91
二、合理确立重点客户	91
三、对重点客户的营销策略	92
四、强化重点客户的管理	92
五、实施重点客户战略要重点解决的问题	93
第三节 投资建议	94
一、重点投资区域建议	94
二、重点投资产品建议	94

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201605/132676.html>