

中央空调 XX 市市场可行性分析报告及展厅预算

通过一段时间对 XX 市家用中央空调市场的调查，XX 市的家用中央空调市场运作主要存在以下特点：

1、经销商的构成和经营模式

大多数的中央空调经营者都是在以前的柜机和挂机基础上进行的扩展和附加经营，他们的销售人员通过客户在如何选购使用空调的时候，根据客户的实际情况和需求进行推荐，使客户的购买选择往中央空调方面倾斜。另外就是由销售人员对外去拓展业务，覆盖的范围大多是高档别墅和小区、中档的餐饮、客房、娱乐行业。品牌的使用从国产的海尔、美的、格力到合资品牌大金、LG、麦克维尔、约克等。主要也是看客户对某一品牌的认知和信赖性，另外自己所代理的品牌也是他们推荐的重点。

2、施工人员情况等因素对中央空调销售的负面影响

中央空调安装人员是在柜机和挂机安装的基础上转型而来，施工经验和中央空调管道的施工具体要求不是非常明确，素质较低。容易造成一些小的故障存在和影响装饰外观的事情发生。加上设计的漏项和使用附件材料的质量原因，以及保修时间保修内容的承诺，使得一些徘徊在用和不用都行的客户继续使用柜机和挂机来满足需要。另外一些小区的建设由于成本的原因，在房屋高度上偷工减料，导致最终层高过矮，给中央空调的安装及用户的装饰带来麻烦。安装初期一次投资的费用过高和 XX 市人的消费习惯也是阻碍中央空调消费的一大因素。

3、近两年间高档住宅的兴起和人们生活消费水平的提高给户式中央空调带来新的商机。

在 XX 市高层住宅的增多，使传统的取暖和供冷方式也在发生着改变，由于高层建筑中央空调系统投资成本较大且后期运行成本使用成本相对较高（大型中央空调的初期投资在每平方米 500 元左右，而户式中央空调的成本则是 250—300 元左右），而分体空调由于高层建筑的设计结构，很难满足所有的房间都能顺利安装空调外机的要求。所以户式中央空调就成为高层提供冷暖的首选。别墅形式的住房结构使用中央空调，不仅可以解决基本的冷暖问题，还可以利用地下水资源降低运行费用。新建一些商务酒店、酒楼的经营者们，为了减少能源费用的支出，保证空调效果和室内空气的清新，也采用了户式中央空调，成为了户式中央空调的新用户。

4、XX 的主要竞争对手

在 XX 市市场上，XX 家用中央空调的主要竞争对手是麦克维尔、大金、特灵、海尔、格力、

美的等国内外知名品牌，较大的经销商有金光空调、宝利空调、国兴空调、泰格空调、特灵XX市总代理等，这几家都是在空调市场上摸爬滚打了十几年的老经销商，有着稳定的客源和强大的安装施工队伍，每年分体机（家用的挂机和柜机）的销量都在几百万至几千万左右，家用中央空调在100万左右。但是他们的重点都在家用空调分体机上，没有单独的对于家用中央空调的展示和控制功能的说明，甚至有的连图册也没有，所以客户在进行选择时，没有实物和实际操作的感觉，使得销量受到了很大的影响。

5、XX 经销必须要注意的几点事项

- A. 店面醒目的形象展示，突出 XX 在空调界的地位和公司理念。强调家用中央空调是“一步到位，永不落后的选择”，从使用的舒适性、节能性、和实用性以及有助于人体健康等方面进行宣传。
- B. 店面内安装一套样机，并附以不同形式的工作终端，把不同条件使用下的功能进行展示，使客人在参观展厅时能够亲身体验。天花的吊顶采用方管焊接并刷黑漆的做法，顶部在管道及阀门等主要部件处加装局部照明，让客人感受到施工的细致和用料的考究。
- C. 入口处设展架突出中央空调的优缺点以及和大型中央空调、普通挂机柜机之间的区别和各类产品寿命和造价的对比，使客户印象更深刻。
- D. 醒目的位置准确的表示出经销商对客户的各类承诺。保修期可延长至2年，相应的根据对客户设计的空调类型，对已确定的用户赠送一些小的温度计、湿度计等赠品，以赢得良好的口碑。
- E. 规范接待、设计、施工等人员的行为准则，维护公司外界形象。
- F. 开业初期加大宣传力度，吸引客源。并做好与房地产开发商、各家装公司的合作与沟通。

人员编制情况：

职位	数量	备注
展厅导购	2名	
设计安装维护人员	2名	需有专业证件水、电
仓库及会计	1名	需有专业证件
业务人员	2—4名	
司机	2名	
管理人员	3名	

展厅前期投资预算：

项目	数量	预算	备注
门面装修	20M ²	2000	写真
天花吊顶（方管方格）	100 M ²	4000	
墙面处理（乳胶漆）	300 M ²	3000	
地面地砖	100 M ²	4000	
展厅木制作及展架	4	3000	视复杂程度确定
中央空调	1	30000	
电气及灯具	1	1500	
其他未预见费用	1	2000	垃圾及修理费
电脑	2	7000	
打印机	1	1500	
打印耗材	1	1500	纸张和碳粉等
办公桌	4	1200	
文件柜	2	800	
椅子	4	400	
木制连椅	2	200	安装人员使用
铁艺玻璃方桌	1	150	
铁艺椅子	4	200	
开水器	1	150	
电话	2	560	
电话费	12	4800	
计算器	2	80	
工具费用	1	6000	电锤、梯子等
广告宣传	1	5000	彩页等印刷品
房屋租金	1	54000	每年
水电费	1	7200	每年
车辆费用	2	40000	每年
合计		180240	
利息		18024	10%
总计		198264	

以上只为大体预算，一些展示牌、喷绘、城建费等费用未统计在内。具体的装饰还要按照 XX 公司的具体要求确定。

初步定位公司人员 10 人左右，展厅人员和会计每月工资 800 元，司机、安装人员每月工资 1000 元，设计人员每月 1200 元，业务人员底薪 800 加提成，管理人员每月 1500 元，每年工资开支为：

1、 $800 \times 3 \times 12 = 28800$

2、 $1000 \times 3 \times 12 = 36000$

3、 $1200 \times 1 \times 12 = 14400$

4、 $800 \times 2 \times 12 = 19200$

5、 $1500 \times 3 \times 12 = 54000$

每年在人员工资开支方面 152400 元左右，加上福利、奖金、提成，总的开支接近 20 万元，如果安装人员采用兼职费用可有所降低。

第一年保本的费用支出为工资 152400 元+门市费用 198264 元=350664 元，按 20%毛利（含税）计算，销售额须达到 2504742.86 元保本。即需销售 230 台风管机或是 80 台盘管机。建议第一年的经营策略是保本微利。由于专营较少，可适当提高主机毛利。对空调用相关冷却塔、自控设备的推广销售，也是保证经营费用的基础。

第二年保本的费用支出为工资 152400+ [门市费用 120500+折旧 31370（两年）] *1.1 =319457 元，按 20%毛利（含税）计算，销售额须达到 2281835.71 元保本。即需销售 200 台风管机或是 70 台盘管机。户式中央空调的保养及维护业务的开展，会增加另一块的盈利。但是人员工资在第二年应考虑适当上调，尤其是可靠的技术施工人员，避免技术人员的流失对公司造成影响。

两年后市场会出现新的变化，南坊新区和沭河改造的部分小区已经交付使用，其余县区的高档小区也日渐增多，会给中央空调的销量带来迅猛的增长，但是，各大品牌之间的竞争也会愈演愈烈，空调界会出现一次新的洗牌，小品牌会被一些大品牌吞并，而中央空调也会成为各厂家研发的重点，国产的户式中央空调会根据中国国情在设计上作调整以更方便使用，利润空间会进一步缩小，一些大的家电商场也会加入到竞争的行列中来，从而导致利润空间的再度下滑，人员工资的持续增长和租赁门市的租金上涨会给展厅的运行带来较大的负担，但是，凭着前两年打下的基础和品牌的优越性，销量会有一个新的突破，但是毛利率会降低。