V客传媒 www.vkhvacr.com

用心传播客户价值

中央空调市场

CENTRAL AIR CONDITIONING MARKET

2

2024年2月刊

总第694期

Haier

以无界生态共创无限可能

MX DC INVERTER 海尔物联多联机

智慧物联 节能50%

扫一扫 观看视频

为建筑赋能 为世界节能
Smart Buildings · Green Planet

1 1个云服务平台
- 全球首个物联多联机云服务平台

3 3大智慧功能
- 自联网 便捷省心
- 自适应 最优节能
- 自优化 省时省成本

5 系统节能50%
- 产品节能30%
- 物联节能20%

7 7大应用场景
- 改造场景 • 洁净场景 • 舒适场景
- 超高建筑 • 极限气候 • 共享场景
- 峰段场景

*以上数据为理论值，均来自海尔中央空调国家级实验室，于特定环境下测得，实际使用中可能因产品个体差异、环境因素和使用条件不同略有不同，请以实际使用情况为准。

Midea 楼宇科技

SMART IN ONE

把复杂留给美的
让用户更简单

你的智慧建筑合伙人

核心业务－暖通空调/数智电梯/楼宇自控/能源管理/碳咨询

三菱重工海尔 MITSUBISHI HEAVY-Haier | 无风空调

无风空调 无感时代

从无到有 从有到无 舒适空气新高度

无风 | 无声 | 无尘

全国统一客户服务电话 4006903030

制造商：三菱重工海尔（青岛）空调机有限公司
网　址：http://www.mhaq.cn

150TM 三菱重工 出品 | 绿色智能 中央空调

最终解释权归三菱重工海尔所有

Hisense

EURO2024 GERMANY

2024欧洲杯™官方指定
中央空调

海信「5G+荣耀家」

主动健康好空气

ThinkAir

ThinkAir健康空气
智慧托管

温湿动态协感技术
舒适快人一步

净化立方技术
高温除菌 三重净化

43°C高温制冷不衰减
58°C不停机
无惧酷暑 畅享清凉

天圆地方新外观
融合东西方极致美学
红点奖认证之作

青岛海信日立空调系统有限公司

公司地址：中国青岛经济技术开发区前湾港路218号

全国客户服务热线：4006-111-111（转7）

International quality·Trust

国际品质 信成未来

积微GCHV

静享品质家居生活

XIAOWEI 系列家用中央空调

6重洁净呵护　超一级能效　23分贝静音　远程智控　纤薄隐装

开利集团主打性价比市场的外商独资品牌

生产企业：广东开利暖通空调股份有限公司

积微GCHV公众号　积微GCHV视频号

LET THE BUILDING BREATHE FREELY / 让建筑自由呼吸

麦克维尔官方微信　麦克维尔官方网站

McQuay International

60℃高温，温暖极速抵达!

A+爱家Power 低环温空气源热泵采暖机

百年品牌，源自欧美！麦克维尔（McQuay）始于1872年，跨越三个世纪的空调品牌。
秉承着可持续发展理念，致力于将舒适生活带入万千家庭。
全新A+Power低环温空气源热泵采暖机，专注热泵采暖技术，满足-30℃~50℃宽范围运行，60℃高温出水；
产品多达几千小时的严酷运转与测试，获得千万用户的信赖，质量可靠，助力国家环保政策！

TCL 中央空调·热泵

TCL 空气能热泵 · 180kW超低温变频模块机

金刚节能王系列

冷暖双一级 | 超低温制热 | 全直流变频 | 稳定可靠 | 低噪舒适 | 4G 智慧物联

中央空调解决方案 | 清洁采暖解决方案 | 空气能热水 | 新风

广东TCL智能暖通设备有限公司

地址：广东省中山市南头镇园林路7号　　邮编：528427

全国服务热线：4008-123456　全国加盟热线：0760-28159771

官方公众号　官方视频号

SiUKONDA®
西屋康达

无转轮低露点除湿节能方案

低露点变频直膨无霜空调机组

洁净　高效　智能　稳定　无霜

医药工业

锂电生产

食品生产

精密仪器

汽车制造

美妆生产

电子厂房

西屋康达低露点直膨无霜空调机组，针对工业除湿、洁净行业而自主研发的直膨深度除湿专利，机组是集送风、制冷、深度除湿、热回收、空气净化及控制于一体的大中型洁净除湿空调设备，工艺除湿性能卓越，秉承节能洁净、可靠的理念以诠释绿色节能之美，同时实现精准温湿度和风量按制及净化杀菌功能，使用在低湿度要求的场合均能够轻松应对，替代转轮除湿可大大的降低投资及运行费用，控制系统采用智能化设计，令操作更简单、便捷，技术领先于行业技术。

广东西屋康达空调有限公司
GUANGDONG SIUKONDA AIRCONDITIONING CO., LTD.

KELON
科龙中央空调

匠心智造 专注好空调

全场景空气解决方案服务商

轻商系列 | 商用多联机系列 | 家用中央空调系列 | 商用模块机系列 | 热泵采暖系列

专业品质 只为舒适家

科龙中央空调官方微信

TECO
东元空调

节能减排 智能自动

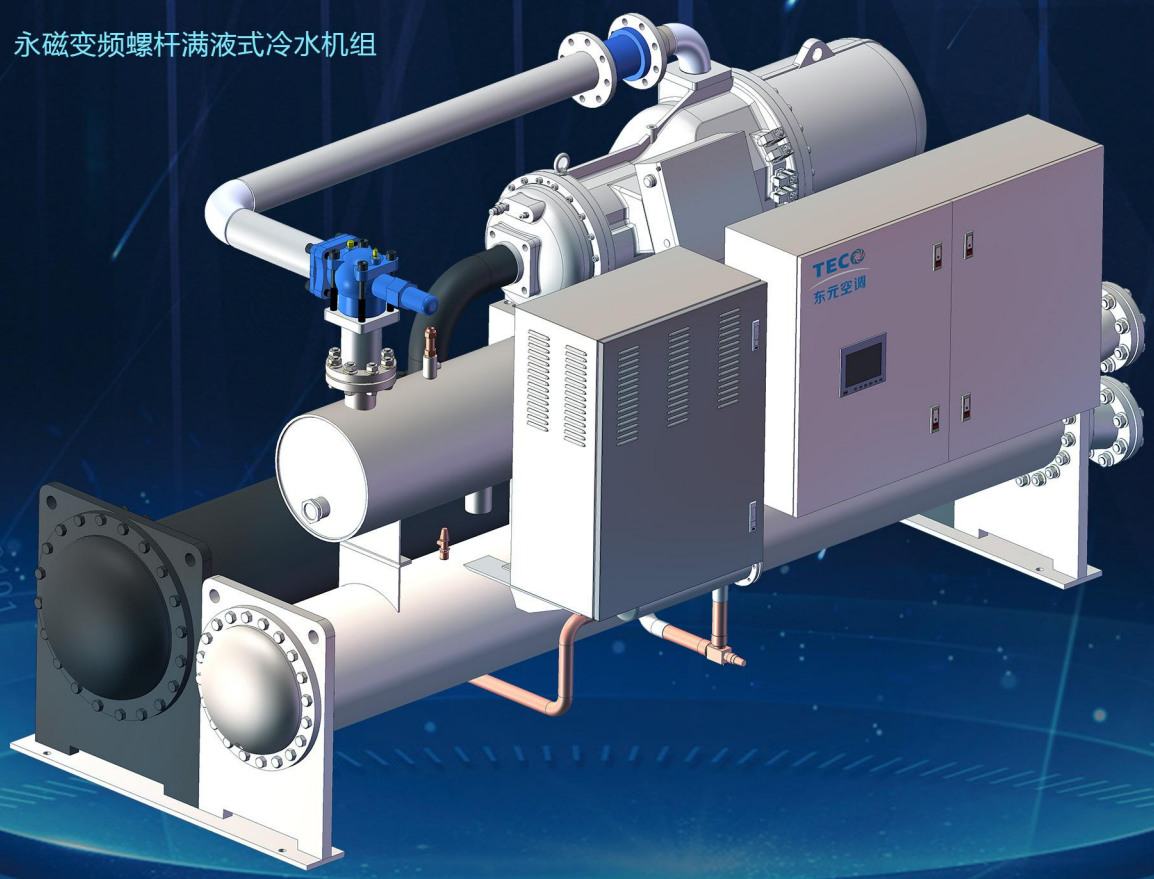
国标
双1级能效

依客户负荷调节
最佳容积比

变频控制
精确调整水温

东元系统
节能解决方案

永磁变频螺杆满液式冷水机组

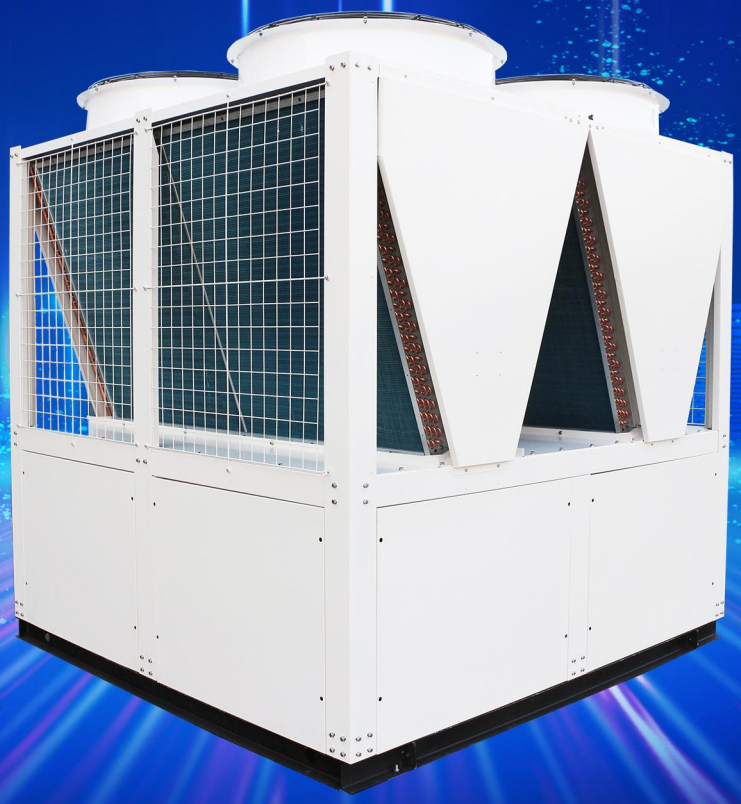


江西东成空调设备有限公司
地址：江西省南昌市高新区东元路169号-1
传真：0791-87602777
电话：0791-87601888
网址：Http://www.tecochina.cc
E-mail：teco@tecochina.cc

OBAIR

低环温涡旋式空气源热泵机组

冷暖双供应　绿色环保　灵活应用　智能控制



浩金欧博科技股份有限公司
HAOJIN OUBO TECHNOLOGY CO.,LTD.
全国免费服务热线
400-915-8448
地址：江西省赣州市欧博大道欧博路欧博工业园
网址：www.oubokt.com

国祥空调 KINGAIR

国祥空调 | 打造中央空调民族品牌

国祥一体式蒸发冷凝冷水机组

在世界能源日益短缺的今天，国祥本着以不断满足客户的需求为出发点，基于全球环保以及提高能源利用率的未来使命感，在充分吸收制冷空调领域最新发展技术基础上成功推出新一代高可靠性的一体式蒸发冷凝冷水机组。

机械制造 | 电子净化 | 能源电力 | 轨道交通 | 医药化工

集诸多科技成就于一体 品质之选

- 采用一体化结构设计，机组可直接安装于屋顶或室外合适场地，无需专用机房；
- 应用高效蒸发冷凝式技术，省去冷却水系统中间换热环节，机组冷凝温度较传统水冷机组直降4~5℃，制冷能效可提高12%以上，节能显著；
- 机组自带冷却源，压缩机与冷凝器风机、水泵完全联动，可大幅提高空调系统运行能效；
- 整机制冷能效高达5.63，远超国家一级能效指标（3.4）；
- 集成式冷站设计，现场仅需连接冷冻水管及电源即可投入运行。

浙江国祥股份有限公司

浙江省绍兴市上虞区杭州湾
上虞经济开发区康阳大道23号

电话：0575-82058688
售后热线：400-826-0780

传真：0575-82058778
网址：www.ekingair.com

HOLTOP
环都拓普

HFM SERIES

三管制恒温恒湿机组

环都拓普三管制恒温恒湿机组通过回收外机冷凝热作为再热热源，实现再热出风温度无极调节，恒定室内温湿度，让空气处理更加精准、舒适、节能，为用户创造更加惬意的室内环境。

除湿不降温、空气更舒适

环都拓普三管制恒温恒湿机组利用回收的能量加热除湿后的低温空气，保持室内出风温度相对恒定，真正做到除湿不降温，送风干爽不刺激。

无级调控、调节精度高

环都拓普三管制恒温恒湿机组能够精确分配室外机冷凝器与室内机再热冷凝器制冷剂流量，可做到再热量的无级调控，控制精度更高。

废热再利用 使用更节能

环都拓普三管制恒温恒湿机组通过回收室外机冷凝热作为再热热源,可节约50%~60%能耗，实现恒温恒湿空调系统节能稳定运行。

北京环都拓普空调有限公司
地址：北京市延庆区光谷七街5号院（中关村延庆园）

客户服务热线：400-628-2002
E-mail:holtop@holtop.com.cn

环都拓普官方微信

品牌战略联盟

（排名不分先后）

Midea 楼宇科技	海尔智慧楼宇 Haier MetaBuilding	GREE 格力 [格力中央空调]	Johnson Controls	Carrier	McQuay International
DAIKIN	TOSHIBA	HITACHI 日立变频中央空调	三菱重工海尔 MITSUBISHI HEAVY-Haier	Midea	LG
鲲禹 KWING	Hisense 海信中央空调	TICA 天加环境科技	wilo	积微GCHV	SAMSUNG
YORK VRF	King 国祥空调 KINGAIR	micoe 四季沐歌	CLIVET	EBARA	GMCC 美芝 & Welling 威灵
FUJITSU	KELON 科龙中央空调	AIRMASTER 雅士空调	EK EUROKLIMAT	TCL 中央空调·热泵	Shenling 申菱
Johnson Controls HITACHI 江森自控日立万宝空调（广州）有限公司	SiUKONDA 西屋康达	CHANGHONG 长虹中央空调	DB	克莱门特 CLIMAVENETA	ENGINEERING TOMORROW Danfoss
HOLTOP 环都拓普	Rinnai 林内	SJ-BUSH	TECO 东元空调	三菱重工空调	Panasonic
堃霖空調 KUENLING AIR	INFICON 英福康检漏仪	欧博空调 洁净主义领创者	DUPONT 杜邦热泵	BOSCH 博世 科技成就生活之美	TRANE
EMERSON	COLMO	朴勒新风	MITSUBISHI ELECTRIC Changes for the Better	LEASY Healthy Water For Home	BSE 必信空调
HUAFENG	FUCA 福加 HVAC Automation	DUNAN 盾安中央空调	MAITUO 迈拓	AUX 奥克斯中央空调	JIUZHOU
CANATAL 南京佳力图机房环境技术股份有限公司	ARKMO 阿尔卡莫	TC TermoConcept 再联供辅材制造商	EFIELD 艾菲尔特	达柏林 DOUBLE-LIN	GOMON 光芒
AIROSD 欧思丹	okonoff 柯耐弗	来保利科技 RAYPOLY TECHNOLOGY	AKL 乐卡 中央空调地暖一体机	Blue & Green	NAILAN 纳蓝6恒空调
STIEBEL ELTRON	Eurgeen 欧井	aquatechnik	GAOBO Enjoy Comfort everyday	泉水之源 quanshuizhiyuan	享链数智 让管理更简单

V KOMEDIA
V客传媒
用心传播客户价值
专业高效直投广告媒体

主办 Published by
南京明略广告策划有限公司

总经理 General Manager
闵福星 Min Fuxing

总监 Director
盛学章 Sheng Xuezhang

微信 We Chat
中央空调市场公众号
V客暖通网公众号

版权声明

原创作者享有著作权，忌一稿多投，作者文责自负。未经许可，任何单位和个人不得擅自摘编或使用刊载的图文内容。作者文责自负。

市场部
Marketing Department

李国梁 Li Guoliang
周雪莉 Zhou Xueli
赵亚萍 Zhao Yaping
周 涛 Zhou Tao
钱先安 Qian Xianan
郭玉琦 Guo Yuqi
刘晶晶 Liu Jingjing
徐鑫琦 Xu Xinqi
徐文胜 Xu Wensheng
张国庆 Zhang Guoqing
苗 通 Miao Tong
王 雪 Wang Xue
许俊成 Xu Juncheng
赵嘉 Zhao Jia

驻外联络站
华南联络处
肖宇亮 Xiao yuliang

广告 Advertising
朱静芳 Zhu Jingfang

发行 Distribution
刘晶晶 Liu Jingjing

设计制作 The Designer
储佳悦 Chu Jiayue

网站 Web site
V客暖通网
http://www.vkhvacr.com
V客家电网
http://www.vkjiadian.com.cn

微博 Micro blog
中央空调市场
https://weibo.com/camnews
V客暖通网
https://weibo.com/vkhvacr

直播 Direct Seeding
V客传媒图文直播平台

承印 Printed by
南京汇文印刷有限责任公司

地址 Address
江苏省南京市浦口区星火路15号智芯科技楼4F 415室（210036）

电话 Telephone
025-87771158

邮箱 Mail
mail@vkhvacr.com

自媒体平台 Self-media Platform

本期广告索引 Current Advertising Index

封面：大金 反拉页：海尔 封二：美的 封三：威乐 封底：东芝 首扉：三菱重工海尔 目录前页：海信、积微GCHV、麦克维尔、TCL智能暖通、西屋康达、科龙、东元、欧博、浙江国祥、环都拓普 新闻前页：富士通将军、申菱、堃霖、江森自控、荏原、雅士、顿汉布什、长虹中央空调、制冷展、供热展

CONTENTS

目录 Feb. 2024

2024 年 2 月刊 总 694 期

VKOMEDIA
V客传媒
用心传播客户价值
专业高效直投广告媒体
主办 Published by
南京明略广告策划有限公司

目录
2024 年 2 月刊

特别说明 /01

1. 第一章 宏观环境分析 /02

第一节 宏观经济分析……03
第二节 原材料市场分析 ……05
第三节 行业政策分析 ……06

2. 第二章 行业运营情况分析 /08

第一节 行业运行情况分析……09
第二节 全年走势分析 ……10
第三节 品牌特征分析 ……12
第四节 渠道特征分析 ……15
第五节 工装 / 零售市场分析 ……16
第六节 细分领域市场分析 ……20
第七节 2024 年行业走势分析判断 ……28

3. 第三章 主流机型市场分析 /29

第一节 冷水机组市场分析 ……31
第二节 多联机组市场分析 ……37
第三节 单元机市场分析 ……40
第四节 溴化锂机组市场分析 ……41
第五节 末端市场分析 ……43
第六节 热泵两联供产品市场分析 ……44

4. 第四章 区域市场分析 /46

江苏市场 ……47
浙江市场 ……49
上海市场 ……51
安徽市场 ……53
广东市场 ……55
福建市场 ……57
广西市场 ……59
江西市场 ……61
海南市场 ……63
北京市场 ……65
天津市场 ……67
河北市场 ……69
山东市场 ……71
晋蒙市场 ……73
湖南市场 ……75
湖北市场 ……77
河南市场 ……79
四川市场 ……81
重庆市场 ……83
云贵市场 ……85
西北市场 ……87
东北市场 ……89

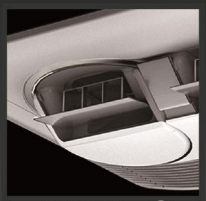
5. 第五章 年度新品 /91

富士通将军中央空调

FUJITSU

颠覆气流科技

始终做世界高端空调的 **先行者**


侧面出风口①

中心出风口

侧面出风口②

全方位出风 3D气流天花机

微信公众号

抖音号

中国节能产品认证证书

富士通将军中央空调(无锡)有限公司

地址：江苏省无锡市新吴区漓江路10号

网址：www.fgcawx.cn

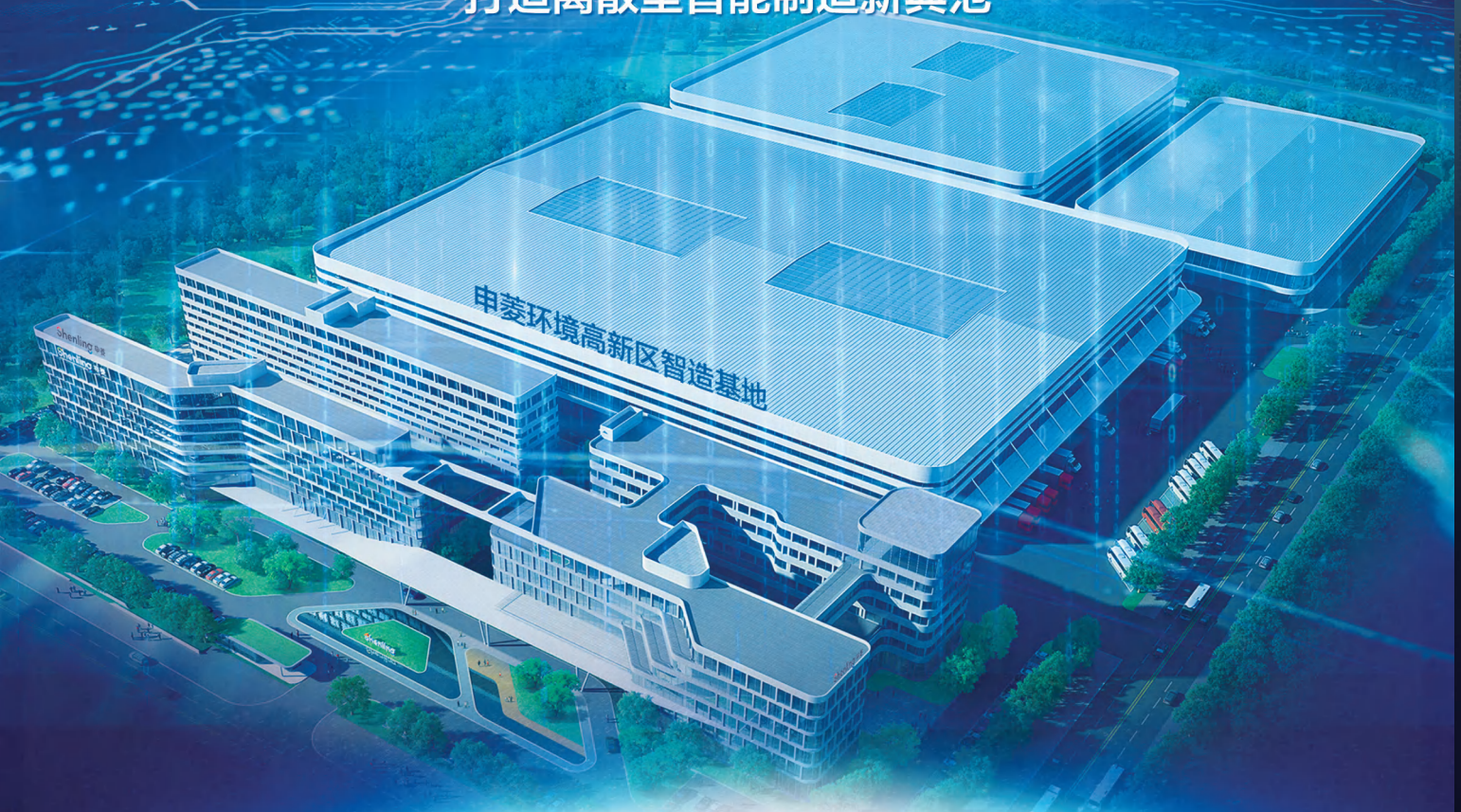
申菱环境 股票代码：301018

Shenling 申菱

开创数字化人工环境新境界

全生命周期数字低碳园区

打造离散型智能制造新典范



申菱环境高新区智造基地集办公、研发、制造于一体
办公区依据国内绿色建筑标准和国际先进的LEED评价标准设计建造
智造基地集成了申菱在低碳技术、建筑环控、数字智能等方面的前沿技术
申菱“智慧园区+智能制造+智能产品”的三智标杆，助力中国“双碳”目标的实现！

广东申菱环境系统股份有限公司
Guangdong Shenling Environmental Systems Co., Ltd.

地址：广东省佛山市顺德区杏坛镇顺业东路29号
全国客服电话：4008-330-888　网址：www.shenling.com

堃霖空調
KUENLING AIR

中央空调专业制造与服务商
■ 中央空调主机 ■ 末端/容器 ■ 维保

KUENLING AIR
40+年 SINCE 1978
专业制造
值得信赖
- 淬炼成就非凡 -

★4大制造基地
台湾/苏州/盐城/越南

★2大研发中心
大陆跨国研发中心
台湾研发中心

台湾

上海

苏州

越南

盐城

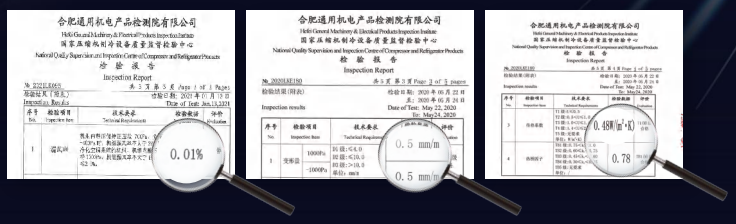
组合式空调机组
Modular Air Handling Unit

AHRI CERTIFIED
www.ahridirectory.org

★内置框架结构
★专利断冷桥保温板

经权威机构认证
漏风率/变形量/导热系数/热桥因子
均达到国标、欧标最高等级

产品通过AHRI及CRAA认证



堃霖集团 KUEN LING GROUP

堃霖冷冻机械（上海）有限公司
KUENLING MACHINERY REFRIGERATING(SHANGHAI)CO., LTD.

地址：上海市松江区九亭镇九泾路470号17幢B区2楼202室　邮编 PC：201615
Add：Room 202, Floor 2, Block B, Building 17, No. 470, Jiujing Road, Jiuting Town, Songjiang District, Shanghai
电话Tel：+86-21-67696169　传真Fax：021-67696705　网址Http：//www.kuenling.com

台湾工厂：高雄市梓官区赤崁北路300号
苏州工厂：苏州市吴江经济技术开发区江兴东路 815号
盐城工厂：江苏省盐城市响水县工业经济园区新港大道19号
越南工厂：隆安省德和县新德工业区七路10-12号

江森自控

新能源行业解决方案

锂电、光伏、新能源汽车等

稳定可靠 | 高效节能 | 低碳环保 | 智能敏捷

冷热源系统解决方案

快速启动、全工况运行
低温、中温、热回收、热泵等多种应用形式
高效节能的变频技术与磁悬浮技术

高效机房整体解决方案

高效可靠的产品及控制方案
智能敏捷的动态寻优优化控制
优化设计到落地实施的全过程覆盖

空气处理系统解决方案

适用于低露点工况，集成控制
专业结构设计，满足大风量需求
风系统节能热回收方案

厂房设施智慧低碳集成解决方案

三维实时大屏，并支持移动端应用
依托大数据平台，支持云服务
涵盖实时监控，能耗分析，运维及资产管理等功能

优化能源交换效率 实现降低能源消耗

关于江森自控：

在江森自控，我们致力于改善人们的生活、工作、学习和娱乐环境。江森自控致力于可持续发展，公司承诺在2040年前实现净零碳排放。作为致力于智慧、健康和可持续建筑的全球性企业，我们凭借近140年的创新经验，运用全面的数字化解决方案OpenBlue及建筑科技领域完整的产品和解决方案组合，为医疗、教育、数据中心、机场、体育场和生产制造等众多领域实现可持续发展的蓝图。江森自控在全球150多个国家拥有100,000名专业员工，旗下拥有多个业内值得信赖的品牌。

江森自控官方微信　　江森自控小程序

热线电话：400-820-6607
www.johnsoncontrols.cn

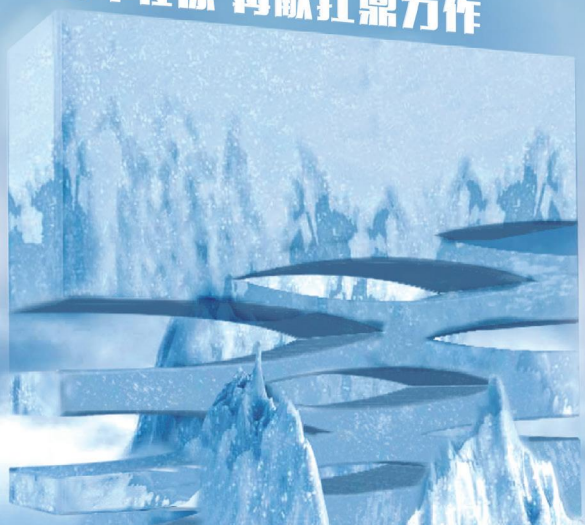
成就使命的力量

Johnson Controls

益于地球 始于荏原

Ebara-Always Benefiting The Earth

百年荏原 再献扛鼎力作



吸收式冷水（热泵）机组

- 非电空调：蒸汽、热水、烟气、燃气等多种驱动热源
- 两段式蒸发、吸收循环
- 冷量范围：140kW-11700kW / 制热量500kW-80000kW
- 连续8000小时不停机

高效离心式冷水（热泵）机组

- 空调 / 热泵 / 蓄冰
- 制冷量范围：1760-17600kW
- 两级压缩，一级经济器
- 环保冷媒R134a/R245fa

消雾节水型冷却塔

- 单塔能力范围：25-5500m³/h
- CTI，JCI国际认证
- 高效可靠
- 消雾节水

EBARA

荏原冷热系统（中国）有限公司

EBARA REFRIGERATION EQUIPMENT & SYSTEMS (CHINA) CO.,LTD.

地址：山东省烟台市福山高新技术产业区永达路720号

电话：（0535）6321588 6988668 传真：（0535）6325372

邮编：265500

Http: //www.ebara-ersc.com

E-mail: market@ebara-ersc.com

www.ebara-ersc.com

AIRMASTER
雅士空调

清洁开暖高效节能方案

高效节能 温暖舒适

低环温风冷模块机组

强效制热 | 高效节能 | 智能控制 | 稳定可靠

- **低温制热 强劲提升** 雅士低环温风冷模块机组采用热泵专用喷液式压缩机，对换热器优化分液头分液设计，最大限度发挥换热面积可实现超低环温强劲制热，低温制热量大幅提升。
- **环温运行 更加宽泛** 可在-30~48°C室外环境下运行，且低环温下的制热性能大幅提升。出水温度自适应调节，极端环境条件下自由开启顺畅运行。
- **绿色环保 高效节能** 获得国家发明专利认证:机组采用绿色环保制冷剂，不破坏臭氧层.
采用高效喷液式压缩机，实现全压比工况:高效运行，达到国家二级能效水平.
荣获中国节能产品认证证书、中国绿色建材认证。

DB
DUNHAM-BUSH

13th 1894 2024
DUNHAM-BUSH

顿燃新生 碳寻未来

Green & Sustainable Development For The Future

1894年，顿汉布什成立于美国康涅狄格州的哈特福德市（Hartford）。历经130年的发展，顿汉布什的产品及服务覆盖包括中央空调、工业制冷与供热等装备制造，以及建筑节能与楼宇自控领域，同时，顿汉布什的研发制造和销售服务网络也遍及北美、欧洲、中东和亚太等全球100多个国家和地区。至今，顿汉布什已经发展为全球知名的暖通空调领域解决方案的服务商。

敬请关注

CHANGHONG 长虹 | 中国羽毛球队

中国国家羽毛球队尊荣赞助商

长虹中央空调

长虹中央空调

暖通领域全链条系统方案服务商

家用系列　商用系列　清洁供暖　特殊定制

全国统一服务热线：4008-111-666

微信扫一扫关注
「长虹空调」官方公众号
发送「中央空调」关键字
报名获取免费方案设计

CR 中国制冷展 2024 CHINA REFRIGERATION | CRH 2024 | 制冷·空调·暖通 HVAC&R | ufi Approved Event

第三十五届国际制冷、空调、供暖、通风及食品冷冻加工展览会

THE 35TH INTERNATIONAL EXHIBITION FOR REFRIGERATION, AIR-CONDITIONING, HEATING AND VENTILATION, FROZEN FOOD PROCESSING, PACKAGING AND STORAGE

数智赋能拓赛道 稳基强链促共赢

2024年4月8日至10日
APR 8-10, 2024

北京·中国国际展览中心（顺义馆）
CHINA INTERNATIONAL EXHIBITION CENTER (SHUNYI HALL), BEIJING

主办：中国国际贸易促进委员会北京市分会（北京国际商会）
中国制冷学会
中国制冷空调工业协会

承办：北京国际展览中心有限公司

电话：+86-10-64934668-617/611/610
传真：+86-10-64938558
网址：www.cr-expo.com
邮箱：xuelongyun@biec.com.cn
kanglu@biec.com.cn

观众注册 | 官方微信 | 官方抖音

咨询热线：4006663703

ISH CHINA CIHE

11 – 13 May 2024
2024年5月11至13日
China International Exhibition Center (Shunyi Hall), Beijing, China
中国 • 北京
中国国际展览中心（顺义馆）

China International Trade Fair for Heating, Ventilation, Air-Conditioning, Sanitation & Home Comfort System
中国国际供热通风空调、卫浴及舒适家居系统展览会

中国供热展
清洁 舒适 创新 多元

微信公众号

微信视频号

www.ishc-cihe.com

messe frankfurt

CIEC

GL events

2023年
中国中央空调市场总结报告

特别说明

（1）《2023 年度中国中央空调市场总结报告》（以下简称报告）划定的时间范围为 2023 年 1 月 1 日—2023 年 12 月 31 日；

（2）本报告中的品牌销量定义为某一品牌 2023 年实际完成的设备销售回款金额（含税），其中部分品牌的销量统计可能包含进口产品的销量；

（3）本报告只统计了所划定的产品类型的产品销量，部分品牌的其他系列产品及相关专业领域空调产品未计入本报告统计范畴；

（4）本报告统计的美的品牌市场销量包含美的楼宇科技和美的制冷销量；

（5）本报告中统计的家用中央空调包含小多联（7HP 及以下）、风管机（3HP 及以下）和热泵两联供（天氟地水、天水地水、天氟地氟）3 大类型。

（6）本报告统计数据是在工厂分公司、工厂各地办事处、代理商、工程商、全国各区域市场经销商等多方数据分析后得出的，因而会因库存等因素导致部分品牌在部分区域的销售额出现系统误差；

（7）因统计规则不同，本报告未将诸如天花机等相关机型产品划入中央空调销售系统，因而会导致本报告也未将上述数据列入统计数据范畴，这将使部分品牌的统计数据产生不同程度的偏差；

（8）本报告部分品牌会因为渠道库存的原因导致统计结果偏小，尽管本报告已作了适当的调整，但仍然可能会出现最终实际销量略小于本报告统计的结果；

（9）本报告已将北方煤改清洁能源等部分产品纳入统计范畴；

（10）本报告仅为《中央空调市场》杂志一家之言，对部分品牌销量的统计可能出现 10% 以上甚至较大系统偏差，欢迎业内人士批评指正；

（11）本报告为《中央空调市场》杂志的独立调研结果，整个调研过程未得到任何企业和个人的费用赞助；

（12）本报告仅作为空调行业内部参考资料，不用于任何商业用途，因此任何企业及个人利用本年度报告及相关区域市场报告的市场宣传行为，以及由此出现任何形式的纠纷与本刊无关；

（13）更多更详细数据可与《中央空调市场》编辑部联系。

NO. 1

第一章

宏观环境分析

总结报告

Summary report

第一节

宏观经济分析

初步核算，全年国内生产总值 1 260 582 亿元，按不变价格计算，比上年增长 5.2%。分产业看，第一产业增加值 89 755 亿元，比上年增长 4.1%；第二产业增加值 482 589 亿元，增长 4.7%；第三产业增加值 688 238 亿元，增长 5.8%。分季度看，一季度国内生产总值同比增长 4.5%，二季度增长 6.3%，三季度增长 4.9%，四季度增长 5.2%。从环比看，四季度国内生产总值增长 1.0%。

规模以上工业增加值同比增长4.6%

全年全国规模以上工业增加值比上年增长 4.6%。分三大门类看，采矿业增加值增长 2.3%，制造业增长 5.0%，电力、热力、燃气及水生产和供应业增长 4.3%。装备制造业增加值增长 6.8%，增速比规模以上工业快 2.2 个百分点。分经济类型看，国有控股企业增加值增长 5.0%；股份制企业增长 5.3%，外商及港澳台商投资企业增长 1.4%；私营企业增长 3.1%。分产品看，太阳能电池、新能源汽车、发电机组（发电设备）产品产量分别增长 54.0%、30.3%、28.5%。12 月份，规模以上工业增加值同比增长 6.8%，环比增长 0.52%。1—11 月份，全国规模以上工业企业实现利润总额 69 823 亿元，同比下降 4.4%；其中 11 月份增长 29.5%，连续 4 个月增长。

固定资产投资规模同比增加3.0%

全年全国固定资产投资（不含农户）503 036 亿元，比上年增长 3.0%；扣除价格因素影响，增长 6.4%。分领域看，基础设施

图 国内生产总值增长速度（季度同比）（%）

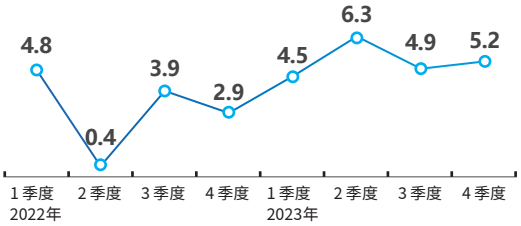


图 规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

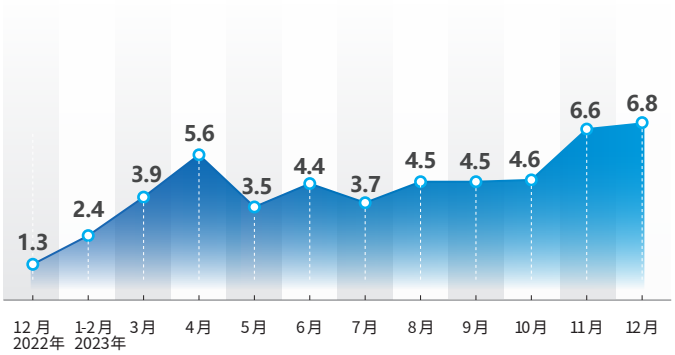
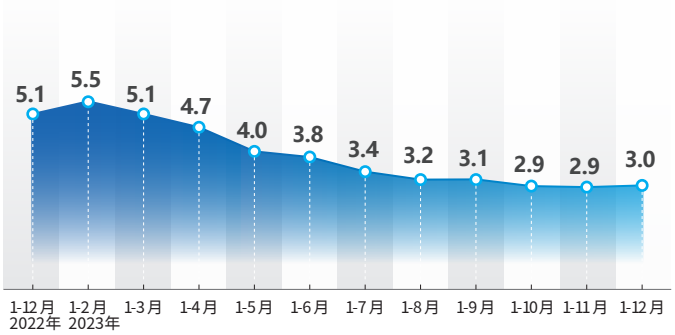


图 固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）（%）



投资增长 5.9%，制造业投资增长 6.5%，房地产开发投资下降 9.6%。全国商品房销售面积 111 735 万平方米，下降 8.5%；商品房销售额 116 622 亿元，下降 6.5%。分产业看，第一产业投资下降 0.1%，第二产业投资增长 9.0%，第三产业投资增长 0.4%。民间投资下降 0.4%；扣除房地产开发投资，民间投资增长 9.2%。高技术产业投资增长 10.3%，快于全部投资 7.3 个百分点。其中，高技术制造业、高技术服务业投资分别增长 9.9%、11.4%。高技术制造业中，航空、航天器及设备制造业，计算机及办公设备制造业，电子及通信设备制造业投资分别增长 18.4%、14.5%、11.1%；高技术服务业中，科技成果转化服务业、电子商务服务业投资分别增长 31.8%、29.2%。12 月份，固定资产投资（不含农户）环比增长 0.09%。

全年居民消费价格同比上涨0.2%

全年居民消费价格（CPI）比上年上涨 0.2%。分类别看，食品烟酒价格上涨 0.3%，衣着价格上涨 1.0%，居住价格持平，生活用品及服务价格上涨 0.1%，交通通信价格下降 2.3%，教育文化娱乐价格上涨 2.0%，医疗保健价格上涨 1.1%，其他用品及服务价格上涨 3.2%。在食品烟酒价格中，猪肉价格下降 13.6%，鲜菜价格下降 2.6%，粮食价格上涨 1.0%，鲜果价格上涨 4.9%。扣除食品和能源价格后的核心 CPI 上涨 0.7%。12 月份，居民消费价格同比下降 0.3%，环比上涨 0.1%。全年工业生产者出厂价格比上年下降 3.0%；12 月份同比下降 2.7%，环比下降 0.3%。全年工业生产者购进价格比上年下降 3.6%；12 月份同比下降 3.8%，环比下降 0.2%。

房地产开发投资同比下降9.6%

2023 年，全国房地产开发投资 110 913 亿元，比上年下降 9.6%；其中，住宅投资 83 820 亿元，下降 9.3%。2023 年，房地产开发企业房屋施工面积 838 364 万平方米，比上年下降 7.2%。其中，住宅施工面积 589 884 万平方米，下降 7.7%。房屋新开工面积 95 376 万平方米，下降 20.4%。其中，住宅新开工面积 69 286 万平方米，下降 20.9%。房屋竣工面积 99 831 万平方米，增长 17.0%。其中，住宅竣工面积 72 433 万平方米，增长 17.2%。

图 全国商品房销售面积及销售额增速 （%）

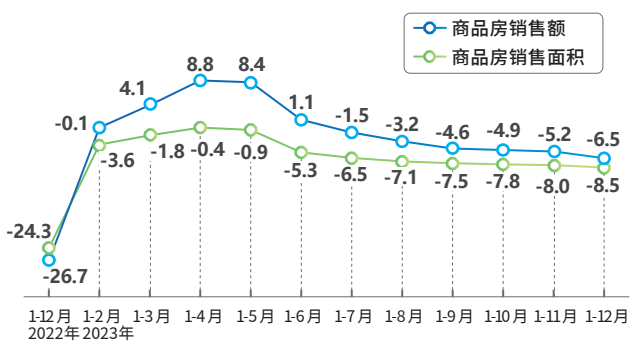
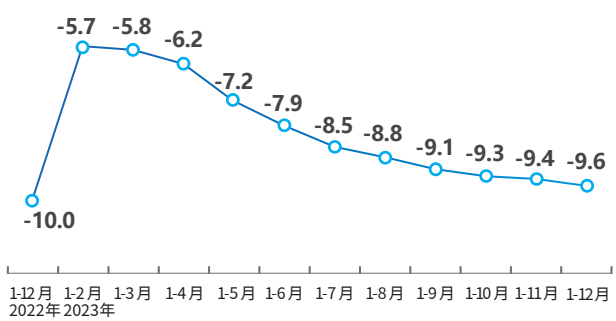


图 全国房地产开发投资增速 （%）



第二节

原材料市场分析

制冷剂

制冷剂是各种热机中完成能量转化的媒介物质。目前，制冷剂以氟碳化合物为主，主要用于空调等蒸汽压缩系统。在《蒙特利尔协定书》等国际公约的推动下，全球制冷剂持续迭代，根据氢原子被卤族元素的取代情况，目前可分为四类：氯氟烃（CFCs，一代）、含氢氯氟烃（HCFCs，二代）、氢氟烃（HFCs，三代）和含氟烯烃（HFOs，四代）。

目前，三代制冷剂占据当前最大市场份额，主流品种大致可以分为 R22、R32、R125 和 R134a 四种，其中每个产品下游应用侧重略有不同。比如，R22 大部分用于制备 PTFE 等含氟聚合物，还有一部分用于空调售后维修；R32 则被广泛用于空调制冷剂。

从市场需求看，制冷剂的规模并不小。根据 Mordor Intelligence，预计全球 2023 年制冷剂市场需求量为 197 万吨，到 2028 年增长到 223 万吨，年复合增速为 2.5%，预计全球 2023 年制冷剂市场空间为 66 亿美元，到 2028 年增长为 90 亿美元，年复合增速为 6.4%。而中国就是全球第三代制冷剂最大的生产、消费和出口国。

当前，二代配额削减的进度大大超过市场预期。国内 2023 年配额已经下发，生态环境部再次下调 二代制冷剂的额度至 21.48 万吨 / 年，相较于基线水平已削减 50%。其中，R22 生产配额由 2022 年的 22.48 万吨 / 年下调至 2023 年的 18.18 万吨 / 年，削减进度快于公约的规定。

上游铜价

铜作为重要的工业经济品，其价格受到市场供求、货币政策、全球经济发展以及全球利率环境等多种因素的影响，颇具复杂性。数据显示，2023 年铜价宽幅波动为主，现在现货铜的价格处于十年较高位。纵观全年铜的走势来看，铜经历了双“V”走势，全年最高点在 8 月 1 日的 70 968.33 元 / 吨，最低点在 5 月 25 日的 63 853.33 元 / 吨，最大振幅 11.14%。

全球铜产业方面，2023 年年初，国际铜研究组（ICSG）预测全年全球铜的生产及消费将维持较高增速，但之后却不断调低预期，说明全球经济在恢复过程中仍存在诸多不确定性，进而影响了全球铜产业的发展。2023 年年初，该机构预计全球矿山铜产量全年同比增长 3%。2023 年 10 月份，该预测数据调整为同比增长 1.9%。从目前情况看，2023 年全球矿山铜产量实际同比增长仅 1%，全年矿山铜产量约 2 217 万吨。精铜消费量方面，2023 年年初，国际铜研究组预计全年全球精铜表观消费量同比增长 1.4%。2023 年 10 月份，该预测数据调整为同比增长 2%。从目前来看，2023 年，全球精铜表观消费量将达到 2 687 万吨，同比增长 4%，该数据成为铜铅锌生产、消费预期数据中唯一被持续调高预期的一项。全球矿山铜产量增速不断下调的主要原因

是智利、中国、印尼等主要产铜国家面临运营问题导致增速下降；全球精铜总消费实现了增长，则主要受益于中国铜产业的强劲发展态势。

国内铜产量方面，2023 年 1—11 月份，中国精炼铜产量 1 181 万吨，同比增长 13.3%；铜材产量 2 021 万吨，同比增长 4.6%。经营效益方面，2023 年 1—10 月份，铜行业规上企业实现营收 2.16 万亿元，同比增长 10.6%，实现利润总额 546.7 亿元，同比增长 21.9%。贸易方面，2023 年 1—11 月份，中国进口铜精矿（实物量）2 507 万吨，同比增长 8.4%；进口废杂铜（实物量）179 万吨，同比增长 9.5%；进口精炼铜 340 万吨，同比下降 3.5%。

第三节

行业政策分析

九部门联合印发

《关于统筹节能降碳和回收利用 加快重点领域 产品设备更新改造的指导意见》

近日，国家发展改革委联合工业和信息化部、财政部、住房城乡建设部、商务部、人民银行、国务院国资委、市场监管总局、国家能源局等部门印发《关于统筹节能降碳和回收利用加快重点领域产品设备更新改造的指导意见》。《指导意见》指出，产品设备广泛应用于生产生活各个领域，统筹节能降碳和回收利用，加快重点领域产品设备更新改造，对加快构建新发展格局、畅通国内大循环、扩大有效投资和消费、积极稳妥推进碳达峰碳中和具有重要意义。《指导意见》明确了到 2025 年、2030 年的工作目标，提出要以节能降碳为重要导向，坚持“聚焦重点、稳步推进，合理定标、分类指导，节约集约、畅通循环，市场导向、综合施策”的工作原则。

11部门：

到2025年制修订1000+标准，建设碳达峰标准体系

国家标准化管理委员会、国家发展和改革委员会、工业和信息化部等 11 部门发布关于印发《碳达峰碳中和标准体系建设指南》的通知，要求加快完善基础通用标准。聚焦重点领域和重点行业，加强节能降碳标准制修订。到 2025 年，制修订不少于 1 000 项国家标准和行业标准。《指南》明确，基础设施建设和运行减碳领域重点制修订城市基础设施低碳建设、城镇住宅减碳、低碳智慧园区建设、农房低碳改造、绿色建造、污水垃圾资源化利用、海水淡化等标准，建筑废物循环利用设备、

空气源热泵设备等标准，以及面向节能低碳目标的通信网络、数据中心、通信机房等信息通信基础设施的工程建设、运维、使用计量、回收利用等标准。

国家发展改革委发布“碳达峰十大行动”进展报告

国务院印发的《2030年前碳达峰行动方案》提出，将碳达峰贯穿于经济社会发展全过程和各方面，重点实施“碳达峰十大行动”：一是能源绿色低碳转型行动；二是节能降碳增效行动；三是工业领域碳达峰行动；四是城乡建设碳达峰行动；五是交通运输绿色低碳行动；六是循环经济助力降碳行动；七是绿色低碳科技创新行动；八是碳汇能力巩固提升行动；九是绿色低碳全民行动；十是各地区梯次有序碳达峰行动。党的二十大报告明确提出，积极稳妥推进碳达峰碳中和。

重点制定空气源热泵采暖电气化替代技术和装备标准，工信部发 布征求意见稿

近日，工业和信息化部公开征求对《工业领域碳达峰碳中和标准体系建设指南（2023版）》（征求意见稿）的意见。针对源头控制提出：在原料替代方面，重点制定氢氯氟烃（HCFCs）、氢氟烃（HFCs）类制冷剂替代，非碳酸盐原料替代，再生钢铁原料、再生铜铝原料、再生铅、风电叶片等再生资源利用，冶炼渣、焦油渣、铁合金渣、电石渣、铝灰渣、赤泥、尾矿、煤矸石、废塑料、废橡胶等工业固废再利用等技术和装备标准。在可再生能源利用方面，重点制定太阳能、风能、光热、地热、潮汐能、生物质能等可再生能源开发、输送、储能、利用以及分布式应用等相关技 术和装备标准。

国家发改委发布2023年国家骨干冷链物流基地建设名单

近日，国家发展改革委印发《关于做好2023年国家骨干冷链物流基地建设工作的通知》，发布新一批25个国家骨干冷链物流基地建设名单。国家骨干冷链物流基地是依托存量设施群布局建设的大型冷链物流基础设施，是整合集聚冷链物流资源、优化冷链物流运行体系、促进冷链物流与相关产业融合发展的基础支撑、组织中心和重要平台。2020年以来，国家发展改革委已分3批将66个国家骨干冷链物流基地纳入年度建设名单，基地网络覆盖29个省（自治区、直辖市，含新疆生产建设兵团）。

国家能源局：

进一步推进能源法、电力法、煤炭法、可再生能源法等制修订

国家能源局局长章建华表示，下一步，在保障能源安全供应的同时，积极稳妥有序推动能源绿色低碳转型。积极推动终端用能清洁化低碳化，深入推进工业、建筑、交通等领域电能替代，因地制宜推动北方地区冬季清洁取暖，到2025年终端用能电气化水平达到30%左右；积极推动核能综合利用示范；有序引导天然气消费，优化利用结构。加强能源转型政策机制保障，进一步推动完善促进能源转型的市场机制、价格机制，推进能源法、电力法、煤炭法、可再生能源法等制修订，推动完善重点领域碳达峰碳中和相关标准体系，持续完善能源领域推进碳达峰碳中和系列政策。

NO.2

第二章

行业运营情况分析

总结报告

Summary report

行业运行情况分析 01

2023 年市场已经悄然落下帷幕，对大多数行业人士而言，这一年的市场让人备受煎熬。房地产市场萎靡不振、市场信心严重不足、投资观望情绪增加等超预期因素频出，行业整体效益指标处于近年来较低水平。

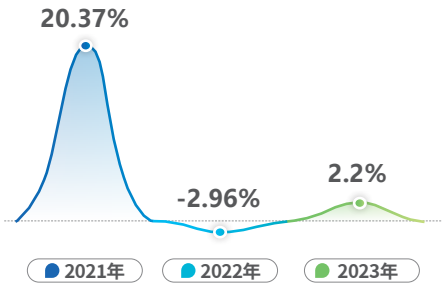
据《中央空调市场》统计，2023 年中国中央空调市场增长 2.2%。具体到市场层面，楼市持续走低、政府财政资金紧张、民间投资观望、细分领域两极分化等诸多不利因素让行业经营环境变得更加严峻。 显而易见，凛冬已至，如何抵御行业寒冬以及如何在 2024 年稳步前行已成为各大中央空调企业年终总结会上不得不讨论的话题。

总体而言，2023 年中国中央空调行业呈现出以下几个市场特征：

一、地产低迷，规模、质量双双下降

房地产市场是驱动中央空调行业前进的重要“引擎”，但是在 2023 年却并未爆发出真正的增长潜力。受此影响，整个中央空调市场表现较为低迷。具体而言，在房地产项目市场，项目数量明显减少，也项目规模大幅缩小，曾经屡见不鲜的千万元项目变得难得一见。与此同时，地产配套与商业项目回款不佳，资金环境较差，中央空调企业在选择时尤为谨慎。在零售市场，新楼盘数量减少，二手房成交量表现不佳，加之经济环境的不景气，让大部分消费者在选择时更加谨慎。

图 2021—2023 年度中央空调市场销量走势



二、需求萎缩，投资、消费日趋务实

中小项目市场长期以来是厂商争夺的焦点。2023 年，疫情管控政策的放开让人流、物流得以显著增加，“五一”“十一”假期期间，全国各地景区人满为患，使行业人士产生一种经济复苏的感觉。但是，从市场反馈信息来看，消费者的消费能力严重缩水，单个客单值大幅下降，民间投资更趋谨慎，餐饮、酒店、娱乐、社区商业等新建项目开工率较低，一定程度上限制了中央空调的整体销量。值得一提的是，如今的中小项目客户在选择品牌时更加务实，越来越注重初始投资成本，高性价比产品备受青睐。

三、资金短缺，垫资、拖款屡见不鲜

放眼全国市场来看，由于地方政府财政资金紧张，项目审批程序变得更加谨慎，医疗、教育、交通等民生类项目在设备选择上日趋严格。与此同时，地方政府对工程项目的价格更加敏感，在投标中往往会选择性价比较高的方案，这也给不少厂家带来很大的压力。具体表

现为在越来越多的公建项目中，物美价优的国产品牌渐渐成为项目方的心头好。值得一提的是，虽然资金吃紧，一些地方政府依然表现出强烈的投资意愿，牵头主导了一些公建项目的建设。总体而言，公建项目基本保持平稳。

四、市场分化，能源、制造加速迭代

近年来，国家大力发展高端制造业，半导体、光伏、新能源、电子、医药等高端产业得到显著发展，其工程项目的数量和规模牵动着整个行业的发展。或许是由于前期投资过于集中，半导体、光伏、电子、医药等细分领域的项目在 2023 年下半年表现较为疲软，新建项目数量有所减少。不过随着国家“双碳”战略的持续推进，地方政府加强了产业园区的集中化建设，各类新兴的能源、制造产业对于大型水机的需求激增，带动了市场的发展。

五、虚假繁荣，促销、降价竞争升级

受楼市萎靡不振的影响，中央空调市场行情持续走低。2023 年开年，厂家为了实现年度开门红，向经销商推出各种利好政策，经销商也信心满满的展开各种营销活动，上半年的市场良好开局也刺激了商家囤货。但是，到了下半年，市场形势急转直下，即便政府在 8 月份密集推出楼市利好政策，但零售市场始终不见好转，以至于库存高企的经销商如热锅上的蚂蚁，宁愿放弃利润也要清库存。尤其是随着人工、税收、房租等成本的不断增加，经销商在公司运营方面承受着巨大的压力，成本增加和利润降低迫使他们不得不展开价格战。

六、项目停摆，裁员、倒闭此起彼伏

随着地产行业的持续低迷，首先是房地产项目数量急剧减少，然后是政府公建项目停建或缓建，这种情形直到当前都没有得到好转。在过去几年中央空调市场快速发展的时代里，全国各地的民用设计院、经销商不断扩张，但是当市场诸多项目停摆，逐渐没有“生意”的时候，裁员和降薪便是最直截了当的解决办法。2023 年，各地的设计院、经销商都面临着巨大的运营危机，项目数量和收益较前几年相比大幅度下滑，知名民用设计院和经销商裁员乃至倒闭现象不断涌现。

全年走势分析 02

橘生淮南则为橘，生于淮北则为积。就像秦岭、淮河将中国大地分割为南北方，2023 年中央空调行业之中也存在着一条明显的分界线，而这条分界线就是第二季度与第三季度交接之时。总的来说，2023 年上半年平稳向上，下半年陡转直下。

较去年同期相比，2023 年上半年，得益于“金三银四”正是房屋装修的旺季，在中央空调厂家以及各大经销商的大力营销下，中央空调行业实现了平稳向上发展。但是，由于房地产行业持续下滑，消费需求持续萎靡不振，曾经的“金九银十”消失不见，中央空调行业在 2023 年下半年并未如预期般持续上升，整体销量反而持续下行。纵观 2023 年 4 个季度的市场发展状况，完全可以用与一年 4 个季节相关的词语表达其意思：春寒、夏望、秋燥、冬藏。

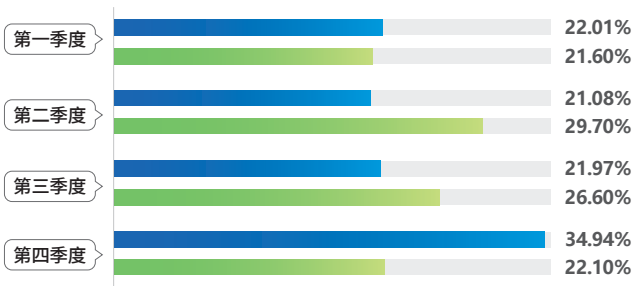
第1季度：春寒

2023 年第 1 季度，中央空调市场整体呈现出探底回升的发展走势。疫情防控政策松绑后，厂家为了实现新年度开门红，推出各种利好政策，经销商们也纷纷撸起袖子开拓市场，这让整个市场看起来一片欣欣向荣。然而，在三年疫情的冲击下，居民消费能力不足，市场需求后劲不足，这种繁荣景象缺乏持续性。总体而言，市场仍然处于调整期。

第2季度：夏望

在春暖花开、万物复苏的春夏之交，中央空调行业迎来了新一波消费投资的热潮。良好的市场表现，让厂商们纷纷期待盛夏的到来，希冀盛夏的炎热能让市场进一步火热起来。然而，由于房企债务违约影响的持续发酵，购房客户的观望情绪不断蔓延，新房成交量大幅下滑，二手房交易量也在萎缩，潜在客户数量不断减少，开年的红利正在持续消退。洞察到市场逐步疲软的趋势，厂家为了实现预期销售目标，进一步向经销商压货，终端渠道商压力倍增，价格战的激烈程度进一步加剧。

图 2022—2023 年度中央空调市场季度占有率对比



第3季度：秋燥

第二季度末尾的颓势逐步向第三季度蔓延，家装零售市场疲态尽显，工程市场民间投资明显减少，不少项目面临资金短缺的困境。尽管政府在第 3 季度陆续出台一系列优惠政策，但是在消费者消费能力严重缩水的背景下，国内楼市仍然不温不火，曾经火热的医疗教育、轨道交通、数据中心等细分领域投资明显下滑。由于第 3 季度是各个企业半年盘点的时期，销售业绩的较大幅度下滑也使得企业们“心慌意乱”，加快战略调整，加快争夺大项目的订单。

第4季度：冬藏

每当到了第 4 季度，厂家全力冲销量的关键期，一方面要想尽一切办法完成总部设定的目标，另一方面还要为来年的市场预留一些“余粮”。按照常理而言，第 4 季度行业发展大都比较平稳，下滑幅度也不会太大，事实也的确如此。虽然楼市迟迟未能回暖，家装零售市场表现一般，但是在工装市场，政府推动的一些新能源、新材料、轨道交通等细分领域项目数量有所增长，为寒冷的市场带来了一丝暖意。不过，与往年同期相比，今年第 4 季度的大项目偏少，似乎都被“雪藏”了起来，这也使得 2024 年的市场变得更加扑朔迷离。

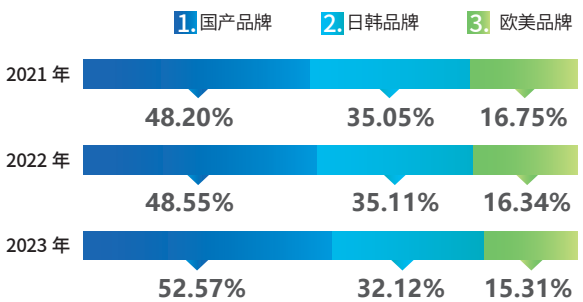
品牌特征分析 03

2023 年开年以来，随着疫情管控的全面解绑、消费需求的快速释放，中央空调市场开局迎来利好。然而，自 6 月起，在宏观经济低迷的背景下，市场需求乏力、消费后劲不足的现象开始逐渐显现，中央空调行业依然面临着严峻的发展形势。

从《中央空调市场》监测的 50 大市场主流品牌数据来看，2023 年中央空调行业品牌集中度持续上升，国产品牌依旧引领着行业快速发展，市场占有率达 52.57%，日韩品牌阵营占有率达 32.12 %。而在国产品牌、日韩品牌的激烈竞争之下，欧美品牌占有率下降至 15.31 %。

国产品牌方面，美的、格力、海尔三大品牌依旧是国产品牌阵营里的翘楚。其中，美的楼宇科技重磅发布“GREE FOR ONE”双碳战略，基于 iBUILDING 美的楼宇数字化平台构建“数绿融合”工业智慧楼宇解决方案，推出美的鲲禹模块化磁悬浮变频离心式冷水机组新品，助力各界应对低碳产业转型挑战，市场声量和销量实现双突破。美的制冷持续聚焦 To C 业务，推进战略转型升级和产品创新发展，在终端市场实现较大突破。海尔智慧楼宇积极探寻“智慧节能”新路径，不仅创造性推出“降碳、零碳、负碳”发展战略，而且发布了行业首个智慧低碳楼宇大脑、全球首创静压气悬浮中央空调及行业首个千平级空间智慧多联机等智慧节能解决方案，率先实现由高效暖通向智慧楼宇的转型升级，持续引领行业前进。格力顺应市场变化，多元模式并进，凭借优质的产品和服务，打造了一批批典型示范工程，

图 2021—2023 年中央空调行业三大品牌阵营占有率对比



海信持续推进健康战略和 5G 技术的应用创新，不但发布 ThinkAir 主动式全健康空气解决方案、ECO-B 智慧楼宇能源管理系统，而且推出正压液浮无油离心机，深度赋能智慧楼宇发展，市场影响力明显提升。天加坚持以智慧洁净环境及绿色能源为目标，以工业环境制程、绿色能源利用、建筑节能系统和全效空气生态系统为“四驾马车”，持续为客户创造最大价值，充分发挥专业空气制程的中国市场领导者的作用。积微 GCHV 持续深化终端战略布局，从市场推广、产品方案、扶持政策、服务等多个维度，赋能门店、渠道进阶，推动品牌发展迈上新台阶。

科龙中央空调深挖品牌潜力，持续深耕两联供领域，强化品牌推广力度，优化渠道布局，进一步提升了在行业中的影响力。浙江国祥积极布局洁净空调领域，在洁净领域取得了稳步发展，同时在电子半导体、公

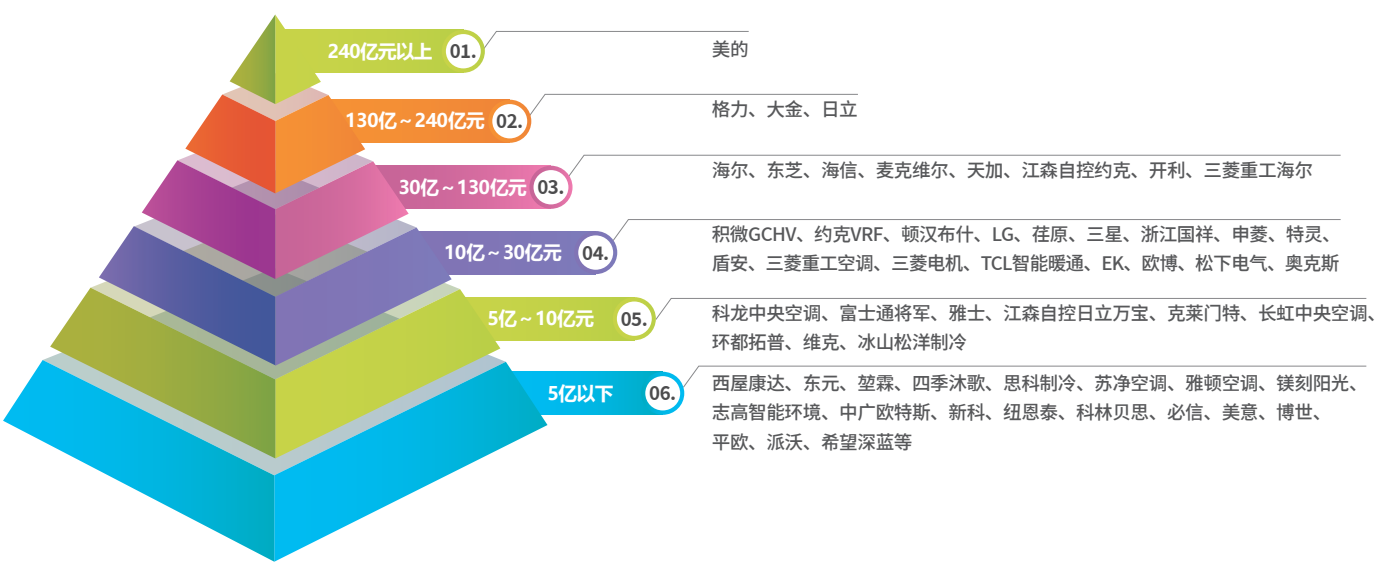
共建筑、新能源等战略新兴领域的比重也逐步提升。雅士依旧在生物净化、工业净化、制药净化领域深度开拓，夯实在洁净空调这一细分市场的行业地位。申菱持续保持在核电、机场、工业等细分领域的优势。东元凭借丰富的产品阵容和稳定的产品性能，在工业厂房、精密电子等领域收获颇丰。堃霖致力于更高效、更节能、更环保的空调产品及系统应用技术，赢得了医疗净化、食品保鲜、新材料等领域客户的青睐。四季沐歌精准发力，聚焦细分市场，构建起战略性业务增长极。TCL 智能暖通积极研发和推广热泵清洁能源产品，在渠道上深耕开拓，取得了不错的成绩。长虹中央空调凭借差异化技术创新、定制化的产品解决方案，斩获众多“煤改电”项目。西屋康达专注净化三十余载，坚持技术创新与研发，在锂电、药厂、电子厂房等领域展开节能型研究，专业的解决方案获得了诸多细分领域客户的高度认可，取得了良好的业绩。欧博空调始终注重企业新技术、新产品的创新，不断开拓发展新思路、提升核心竞争力，在新能源汽车、新材料、光电、医药等领域表现突出。环都拓普发挥核心节能技术优势，以低碳环保为导向，在医药卫生、电子领域、商业地产等领域斩获颇丰。苏净空调凭借强大的技术实力、专业的洁净方案以及丰富的项目经验，在半导体、新能源、制药等细分领域连战连捷。其他品牌方面，盾安、思科、必信等品牌品牌继续巩固优势领域，保持了稳定的市场份额。

日韩品牌方面，大金、日立、东芝依然占据日系阵营前三强位置。大金不断创新探索与解决用户的需求，相继推出 *VRV* X10 商用多联机系列以及聚焦住宅用户的 Daikin Care 中央空调系统，在为客户节约能源使用的同时提供针对性的服务解决方案。日立坚定不移地走绿色低碳发展之路，持续推进数字化营销、品牌价值营销、场景生态建设，大力推动被动房超节能建筑解决方案，极大提高了品牌的市场认知度，销量稳步攀升。东芝空调坚持执行工程项目、TCS 零售、CCS 小工装、装企合作“四驾马车”战略和“冷暖风水智”战略，进一步强化品牌效应，开启行业新篇章。从“6 舒健康家”到“无风空调”，三菱重工海尔不断深化自身差异化标签，通过提升技术、迭代产品、升级服务为渠道商加码助力，同时在工程市场中的占有率和用户口碑也在稳步攀升。三星中央空调通过加大产品推广力度，进一步完善渠道体系，加强售后服务建设，工程、家装业务并重发展，市场表现可圈可点。LG 中央空调不断夯实产品核心技术，聚焦细分领域，强化客户黏性，市场占有率持续攀升。三菱重工空调在渠道推广、专卖店建设、业务开拓等方面共同推进，市场表现亮眼，尤其是在区域能源方面取得了明显的成就，进一步提升了品牌的市场影响力。富士通将军在坚持品质优先的基础上，更是将服务作为差异化竞争的关键，在深入布局线下渠道市场的同时，还为更多客户提供专业的系统解决方案，市场规模有所提升。荏原不断提升技术创新，实现了在不同应用场景产品解决方案突破，在清洁供暖及分布式能源项目上斩获颇丰。此外，江森自控日立万宝依托全产品线覆盖、全系统方案、全周期服务，紧抓智能化产业转型机遇，将品牌技术优势与中国的“双碳”发展机遇结合，不断提升品牌的市场影响力，为各行业客户低碳绿色发展持续赋能，在电子芯片、工厂车间、生物制药等领域继续保持明显优势。

欧美品牌方面，麦克维尔、江森自控约克、开利、特灵、顿汉布什五大美系品牌在冷水机组市场上的表现依旧出色，优势依旧明显。麦

克维尔紧跟“双碳”战略目标指引，聚焦零售和工程项目领域，在产品创新以及系统方案创新上深耕不辍，品牌影响力持续扩大。江森自控约克在保持传统冷水机组优势的同时，积极践行“双碳”目标，研发并推出以数字化、智能化技术驱动的创新产品和技术，为众多应用场景的健康环境赋能。开利凭借高能效的产品以及楼宇自控和能源服务，为住宅、商业、零售、运输和食品服务客户提供了可持续的解决方案，赢得了客户的高度认可。顿汉布什不但保持了轨道交通领域的固有优势，而且在新能源、医疗卫生、制药、工业、商业地产、公共建筑设施等细分领域也取得了不错的成绩。特灵在大机项目市场平稳增长的同时，还通过深化渠道布局，进一步提升了在两联供市场的影响力，销量稳步提升。约克 VRF 在产品、技术等多个领域不断进取，树立了高端品牌品质典范。EK 通过重构产品应用、系统设计方案，在细分领域和家装市场均取得了较为亮眼的成绩。克莱门特依托高质量节能产品和技术应用，市场销量节节攀升。其他品牌方面，克来沃、博世等品牌也积极投身到市场中来，取得了不错的表现。

图 2023 年国内中央空调市场品牌销售金额分布



渠道特征分析 04

作为产业链中连接品牌与终端之间的桥梁，渠道商的重要性不言而喻，伴随着市场供需、竞争格局、企业发展战略等多维度的变革与重构，中央空调渠道商近几年来的发展路径正在逐步分化，可谓千帆过尽，大浪淘沙。回望刚刚结束的2023年，渠道商在成本增长、利润降低、市场萎缩等压力下，破局发展之路的艰难显而易见。

总体来看，2023年中央空调渠道市场主要呈现以下几个特征：

（1）供需失衡，深陷价格战“泥淖”。2023年，中央空调行业在经历了上半年的短暂回暖后，转入缓慢恢复的状态，并未迎来预期中的强劲复苏，中央空调行业去库存化不及预期，加之房地产市场低迷寒气全国蔓延，终端需求释放不足，中央空调市场面临供需失衡的境况，价格战还在延续。与此同时，“价格战”的泥淖使经销商在品牌代理、产品矩阵等方面下足功夫，并更加注重深化服务价值。

（2）内卷加剧，终端两极分化。尽管市场有所复苏，但终端销量难以大幅回暖，市场观望气氛依旧浓烈，部分市场抗压能力偏弱的经销商纷纷通过减少门店的方式，收缩战线，控制成本，关闭门店的情况也不在少数。而一些抗风险能力强的渠道商却能逆势而上，在扩大门店规模的基础上，还开设了体验中心，优化从设计、选型到安装、售后的方方面面，来增强客户的体验感，从而提高客户黏性，扩大终端门店的市场影响力。

（3）动销不畅，渠道库存高企。在业绩增速面临瓶颈时，部分中央空调厂家为了完成任务，保证销售业绩不下滑，便不断向渠道压货，渠道的承载能力已达极限。然而现实是，终端市场短时间内消化不了这么多产品，所带来的结果就是压得经销商喘不过气来，造成终端库存恶性循环，渠道没有动力去销售产品，甚至会出现渠道终端退出经营的现象。

（4）资金紧张，项目择优而取。2023年国内经济大环境的复杂性、挑战性给诸多行业带来了前所未有的冲击，投射到中央空调工程市场上，渠道商们不得不面临总包、低价、垫资、回款等高风险难题。以往市场大环境较好时，工程商不惜通过低价竞标、压低报价等方式拿下项目，然而在过去的一年里，许多工程商开始采取“择优”策略，主动规避风险项目，以保证企业的良性平稳发展。

（5）消费变革，大店业态成风。在消费群体包括获客渠道发生巨变的背景下，不少经销商意识到让消费者在体验过程中认同产品价值已经成为制胜市场的重要利器，纷纷选择开设大型体验式门店，可以看见2023年小城大店、大城大店逐渐增多。经销商们借助大型体验店发挥的虹吸效应，吸引了更多项目机会，进一步夯实了市场基础。同时，作为展示窗口，大型体验式门店的线下价值与经销商线上营销结合，进一步拓宽全域销售渠道，成功赋能经销商构筑营销新格局。

工装/零售市场分析 05

一、工装市场分析

2023 年，受国际局势和经济大环境影响，房地产行业萎靡不振，资金收紧、回款乏力，消费降级等一系列因素让工装市场面临着不小的冲击。但是，在“高质量发展”这一全新发展理念的引领下，我国加速构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，市场活力有序恢复，工业领域稳步向前，民间投资迎来向好局面，新型工业加快建设，使得工装市场保持稳中有升态势，增长率为 2.24 %。总体而言，2023 年中央空调工装市场主要呈现以下特点：

（1）定海神针，工业细分领域稳健。长期以来，工业项目及其细分领域内的项目建设，是工装市场发展的有力支撑。从 2023 年上半年开始，工业生产稳步恢复，我国延续高端制造业发展先行，以光伏、锂电等领域及新能源汽车产业链为代表的新能源行业表现出较强动力，尤其是储能领域项目建设增长，对中央空调设备需求旺盛。同时，高新技术产业发展稳步推进，半导体、电子、精密制造、数据基地等项目所依托的创新产业园区、厂房等集中建设，为中央空调工装市场发展提供了利好。此外，生物医药、化工等领域市场项目表现较为稳定，新建项目数量与规模可圈可点。

（2）接续恢复，中小项目弱性回暖。2023 年开年，尽管民间投资信心有所减弱，

图 2021—2023 年度中央空调工装市场增长率对比

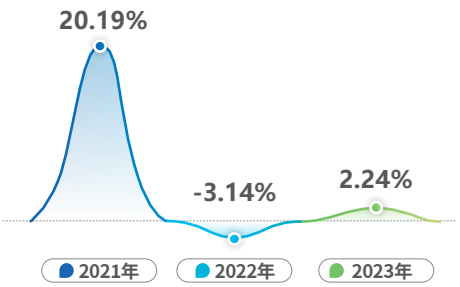
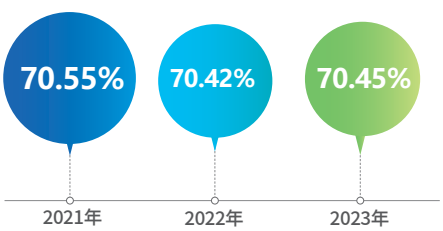


图 2021—2023 年中央空调工装市场占有率对比



消费水平有所降级，但随着疫情过后的服务业开放，居民普通消费活力迎来回升，触底反弹的出行需求进一步推动了酒店餐饮、娱乐休闲、旅游景区等接触型、聚集型服务业的改善，我国旅游业在 2023 年迎来井喷式增长，这类市场需求催生出民宿、餐饮、商铺等中小项目的回暖，民间投资有所增加。但是，中小项目相比往年，投资者对初始投资成本把控更严，日益关注产品的性价比。

（3）投资乏力，商业地产规模收缩。2023 年是房地产经济历史性变化的一年，虽然国家出台一系列政策稳住楼市，但是依

然无法改变新建商品房数量减少、销售面积下降的现状，楼市低迷下行，使得精装房、公寓、写字楼等地产配套项目有所减少，中央空调工装市场失去了一个强有力的板块。另外，商业投资环境也因经济形势困顿、消费降级等因素发生变化，投资者更趋于谨慎。大型商业地产项目未见起色，国内仅有部分地区受益于城市规划建设加快，商业综合体项目有所增长。

（4）资金有限，公建项目建设趋缓。2023 年上半年，以政府投资建设为主导的公建项目加快进度，极大地刺激了工装市场活力的复苏，各地经开区、高新产业园区等项目加紧建设。但是，随着房地产市场的萎靡不振，地方财政状况愈加吃紧，一些医院、学校、交通等重大民生保障工程项目，由于项目回款周期长、垫资压力大，施工进度不得不放缓。

国产品牌阵营中，美的楼宇科技依托自主研发的水机产品技术、楼宇控制系统等集成化解决方案保持工装市场首位优势，在医疗、教育、轨交、数据中心、工业厂房等细分领域中发力强劲；海尔智慧楼宇进一步完善升级，推进高效集成机房应用，扩大磁悬浮离心机、物联多联机应用规模，引领更新改造项目市场，并在商用建筑中树立诸多样板；格力公建领域表现抢眼；海信不断完善产品应用体系，进一步加大工程市场投入力度，大力发展水机业务，不但推出的正压液浮无油离心机荣获国际认证，而且综合解决方案能力树立起一大批知名项目，如“国家科技部”“福耀大学示范项目”等，在工装项目市场占得一席之地。天加依靠健康型洁净产品技术，打造全生命周期高效节能，在工业、储能及电子净化领域发展靠前。此外，积微 GCHV、科龙中央空调、TCL 智能暖通、长虹中央空调、奥克斯等品牌在各地政府公建项目中应用广泛。申菱、浙江国祥、雅士、东元、堃霖、西屋康达、欧博、环都拓普等品牌在工业制造业厂房、食品加工厂、新能源等细分项目中表现不错。

日韩品牌中，凭借多年来根植的品牌及产品影响力、深厚的渠道基础，大金在工装市场中仍占据高端地产配套市场的前沿位置。日立凭借精耕细作与技术沉淀，细化商业地产配套领域的增长模式，不但成为地产配套 2023H1Tpo1，而且天氟地水系统进入配套领域，增幅超过 100%。东芝依托装企合作，保持了项目市场的基本优势，同时通过政策发力中小项目市场，市场业绩可观。此外，主打品质精良、技术经验深厚的 LG 中央空调、三菱重工海尔、三菱重工空调、荏原、三星、富士通将军、松下等品牌扎根工装项目市场，增幅稳定。

欧美品牌方面，麦克维尔通过产品精细化优势在新能源行业、精密制造等项目领域树立诸多样板。江森自控约克得益于智控系统化、集成化的综合环境解决方案在能源产业、电子数据等项目中取得良好的市场成绩。开利、顿汉布什、EK、克莱门特等品牌在化工、医疗净化、大型厂房项目中有着不错的市场应用。

二、家装零售市场分析

2023 年上半年，家装零售市场迎来了一波较快的回暖。但是在市场大环境持续低迷，地产市场不景气等因素的影响下，民众消费信心不足，消费降级现象愈加明显。据统计，2023 年家装零售市场增长 2.10%，市场占有率为 29.55%。

图 2021—2023 年度中央空调零售市场增长率对比

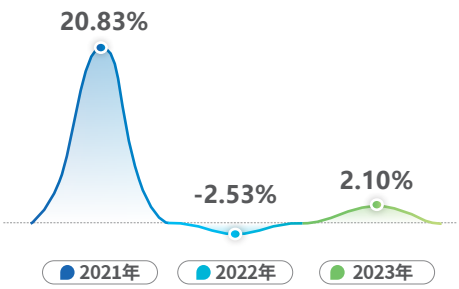
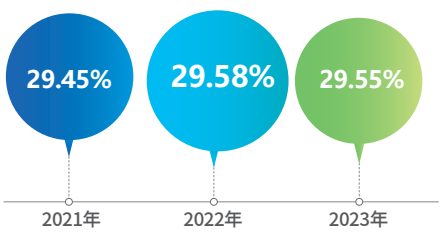


图 2021—2023 年中央空调零售市场占有率对比



总体而言，2023 年家装零售市场主要呈现以下几个特点：

（1）地产低迷，新房数量锐减。2023 年，地产经济下行带来的连锁反应已经不言而喻，无论是新房市场，还是存量房市场都受到不同程度的打击。据统计，2023 年，重点 100 城新建商品住宅销售面积同比下降约 6%；全国 300 城住宅用地推出、成交面积同比均下降超 20%，仅部分城市或个别地块热度较高，整体低迷态势未改，直接对家装零售市场造成不利影响。同时，由于市场前景不佳，消费者对于“钱袋子”抓得更紧，消费趋于理性和降级，更有甚者将家用中央空调降级为柜机、壁挂机产品。

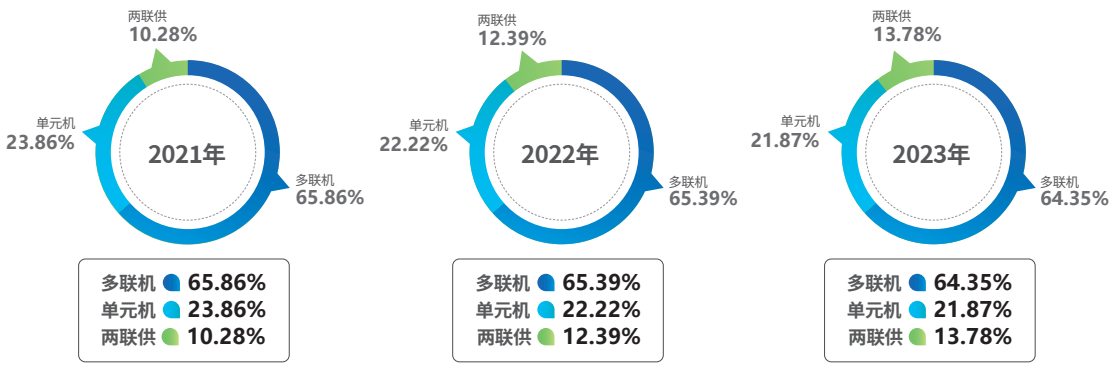
（2）街边店倒闭呈常态，城市体验店独树一帜。随着精装房覆盖率越来越大，一二线城市的中央空调街边店相继关门，样板房形式的城市体验店逐渐成为零售主流方式，其集冷暖风水智于一体，一站式全面展示家装形态，让新一代消费者沉浸其中，直观感觉产品的舒适性和适配性。虽然零售市场增速放缓，但品牌仍在加大力度铺设渠道，向四五线、县镇市场延伸。

（3）获客成本持续上涨，客户资源至关重要。不少经销商表示，2023 年家装的获客成本不断上涨，无论是与装企合作，还是线上营销，成本都相对较大，而老客户维护和转介绍成本不高，转化率却较高。因此，经销商一方面以传统的营销方式发展刚需客户；另一方面，借助互联网，以抖音、小红书、豆瓣等方式吸引更多线上客户，多元化裂变发展潜在客户。此外，随着家装市场竞争愈加激烈，市场透明度也越来越高，产品利润率不断下降，经销商们也更加谨慎，开展任何活动时都着重考虑成本和经济效益。

（4）“高端化”与“性价比”两极分化，各取所长。在地产低迷的背景下，全国家装市场都受到打击，但别墅型的高端楼盘存量房仍有很好的发展空间，其暖通方案更偏向于三恒、五恒、全空气系统等高端配置，此类方案报价高，且利润空间值大。个别经销商一年做一两单就可以生存的很好，但是高端类的楼盘资源有限，需要长期的客户积累和渠道资源。而另一批经销商侧重于性价比方向，以量取胜，其面向的客户群体广且市场竞争激烈。不少经销商以全品类销售为主，以多种产品打包销售提高利润。

（5）健康舒适型产品成标配。随着生活水平的提高以及疫情、雾霾、低碳等因素的影响，人们对于舒适健康环境愈加重视。同时，品牌也聚焦节能、舒适、除菌、智能等功能，不断迭代产品，推出新一代家用中

图 2021—2023 年中央空调零售市场细分产品占有率占比

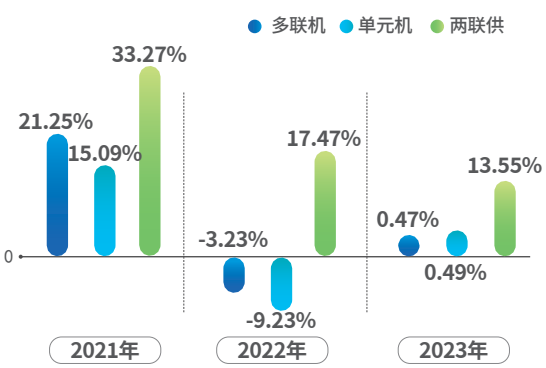


央空调产品。例如，美的全屋智慧空气解决方案、大金 Daikin Care 中央空气系统、日立全屋全感智慧空气定制系统、东芝 DI 系列风管机、海信 ThinkAir 主动式全健康空气解决方案、三菱重工海尔无风空调、天加 TIMS 健康多联机、积微 GCHV Xiaowei Family 系列、三星 Samsung WindFree™ 沐风嵌入式多向气流产品、松下 6 恒气候站 2.0 等。

品牌方面，在三大阵营的市场占比中，日韩系品牌依然在家装领域保持较高的市场占比。其中，以大金、日立、东芝为首的日系品牌位列前三。大金在家装市场的占有率位居第一，主要依托其庞大、完善销售体系的拉动和较好的市场知名度。日立在零售市场加大投入力度，积极在三、四线城市开设城市体验店和专卖店，各种营销活动层出不穷。东芝不但加大了“装企合作”开拓力度，而且通过积极开展“全城联东”活动，赢得了一大批客户的订单。三菱重工海尔不断深化自身差异化标签，通过提升技术、迭代产品、升级服务为渠道商加码助力，通过一系列营销活动，在家装行业掀起一股“无风空调”的热潮。三菱重工空调、富士通将军、三菱电机等品牌依然稳步发挥。国产品牌方面，以美的、格力、海尔为首，渠道优势得到明显发挥，占有率稳步提升。海信加大了在三、四线市场的开拓步伐，通过不断布局城市会客厅，品牌影响力不断扩大，抢占了零售市场的发展先机。此外，积微 GCHV、天加、三星、松下等品牌在零售渠道上发展迅速，销量有所提升。欧美系品牌，江森自控约克、麦克维尔、开利、特灵等品牌不断加强户式水机的发展，成效显著，市场接受度也越来越高。

产品方面，多联机、单元机、两联供依然是家装零售的三大主打机型。随着经济下

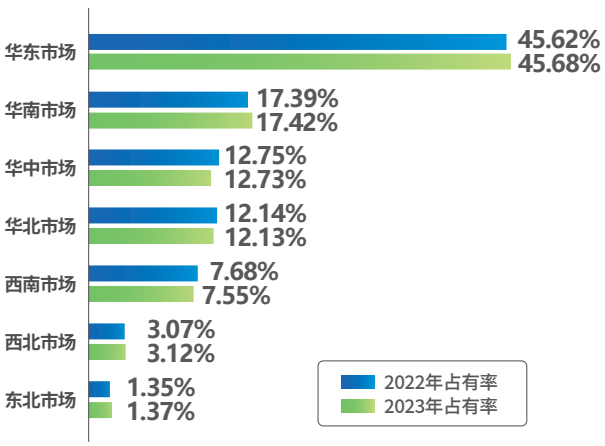
图 2021—2023 年中央空调零售市场细分产品增长率占比



行压力不断增大，多联机、单元机市场占有率有所下滑。与之相比，两联供、三恒五恒、全空气系统取得的成绩更明显，虽然整体市场基数较小，但在高端市场依旧有着不错的发展空间。

区域方面，经济发展水平与家装零售市场有着密切的关系。因此，华东区域依旧是零售的主力市场，占比达到 45.68 %。华南区域市场占有率也较为稳定，占比达 17.42%。华北和华中区域容量接近，但是华中区域零售市场发展迅猛，增长较快。西北、东北以及西南区域市场起步晚，发展较为稳定。

图 2022—2023 年各区域零售市场占有率对比

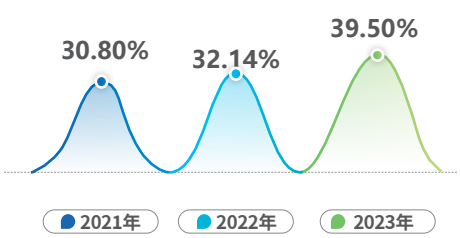


细分领域市场分析 06

一、磁悬浮中央空调市场分析

2023 年，中国经济发展走势稳中有进，整体向好，工业、制造业等国家支柱型产业韧性更强、活力更旺，带动中央空调行业冷水机组全年销量攀升，磁悬浮、气悬浮离心机组迎来新一轮发展利好。《中央空调市场》数据显示，2023 年磁悬浮中央空调市场增幅达到 39.50%。

图 2021—2023 年磁悬浮中央空调市场增长率对比

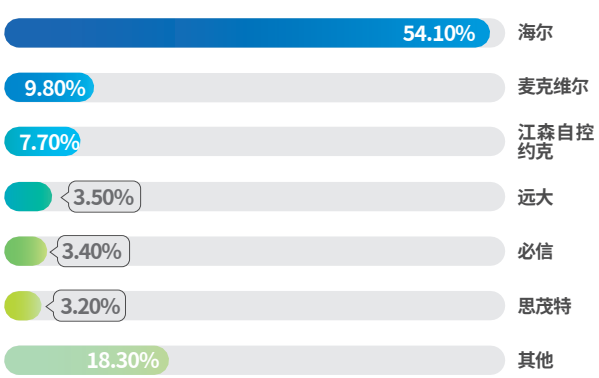


从产品发展角度来看，磁悬浮中央空调市场表现呈现以下几个特点：

（一）技术研发持续深化，场景方案不断升级。磁悬浮离心机技术上注重压缩机的适用范围，采用综合性能指数评价机组性能，相对于常规的冷水机组而言节能效果更佳。经过十余年的技术积淀，磁悬浮离心机各项功能不断完善，从磁悬浮到气悬浮，新技术的落地见证着国产中央空调自主化发展进程，而产品的更新升级也拓展了应用场景的广度和深度。随着各领域需求不断细化，海尔、美的、格力、麦克维尔等头部品牌加速从设备提供方转型为方案设计方，场景方案设计不断细化升级。

（二）绿色低碳纵深拓展，更新改造加速推进。新发展理念下，我国经济已由高速增长转向高质量发展阶段，推动制冷空调行业向着节能、绿色、低碳方向发展成为行业趋势。从市场应用来看，随着国家节能减排政策的发布和产业结构的持续调整优化，相关领域青睐选用磁悬浮离心机实现绿色升级，这是落实绿色节能的具体体现，更是构筑绿色中国的行动路径。另一方面，受制于使用年限和高能耗，部分老旧机组面临换新挑战，凭借节能高效、稳定持久等特点，磁悬浮离心机在改造项目上备受关注。

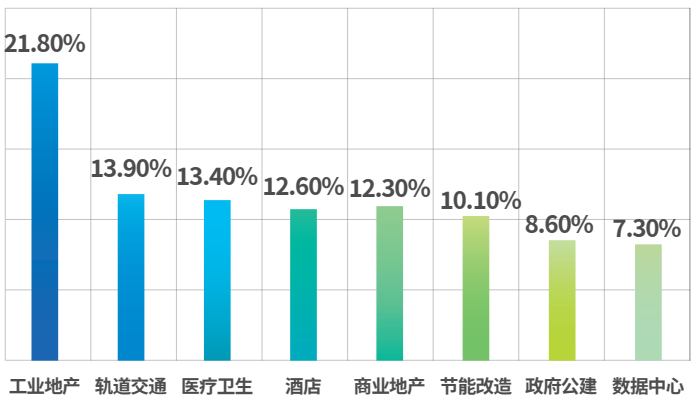
图 2023 年磁悬浮中央空调主流厂家市场占有率对比



（三）行业标准日益完善，市场需求逐渐分化。随着“双碳”工作持续推进，高效节能的磁悬浮离心机产品逐渐取代非节能中央空调产品，建立完善技术体系和标准体系迫在眉睫。国家标准《磁悬浮冷水（热泵）机组》作为行业首个磁悬浮空调国标，从试验方法、能效等级、安全要求、噪音等基础性能及物联网技术的创新应用角度统一准绳，让行业发展有据可依。在国内公共建筑单体项目面积越来越大的背景下，大体量磁悬浮机组迎来利好，吸引众多品牌加大科研投入，推动产品纵深发展，但截至目前，超过 3 000 RT 的大冷量磁悬浮机组市场仍被海尔、美的等行业头部品牌掌握。而在中小型项目中，小冷量机组占据绝对优势，为抢占市场份额，不少品牌聚焦小冷量机组研发。

从品牌格局来看，从追赶到超越，国产品牌在磁悬浮市场占有率持续攀升，参与竞争的品牌数量大幅增加，但两级分化严重，头部品牌仍占据主要份额。2023 年，由海尔自主研发的静压气悬浮离心式冷水机组斩获首届中国制冷展“金奖产品”、“年度产品”评选活动，成为制冷展上唯一的“双料”大奖。从 2006 年的 80 RT 到如今的 4 200 RT，从磁悬浮到气悬浮，海尔在技术创新的路上从未止步，在产品迭代推广的路上从未停歇，服务覆盖欧洲、北美、中东、东南亚等区域，持续占据全球磁悬浮中央空调行业的领军者地位。美的楼宇科技带来全新自研鲲禹模块化磁悬浮变频离心式冷水机组，从新建与改造双维度，布局酒店、商业、办公等多建筑场景。麦克维尔、江森自控约克、格力等品牌则凭借强大的行业知名度，在市场中占有

图 2023 年磁悬浮中央空调在各领域的占比分布



一定的份额。LG、天加、远大、克莱门特等品牌也服务了一批大中型项目，整体占有率保持稳定。

从产品应用的角度来看，随着产业绿色转型进程持续推进，磁悬浮离心机组凭借自身绿色节能、高效稳定的产品特性，在高能耗工业项目中赢得众多用户青睐。而单体建筑面积不断加大的公共建筑也将为大冷量磁悬浮机组带来更多利好。从细分领域来看，聚焦用户需求，磁悬浮机组可定制化输出轨道交通、数据中心、办公楼、医疗等生态全场景解决方案，赋能绿色发展。

二、物联多联机市场分析

随着经济社会数字化转型和智能升级步伐加快，5G、云计算、大数据、物联网和人工智能等信息技术逐渐成为新型基础设施的重要组成部分，为中央空调行业高质量发展开辟了新道路。部分主流品牌集中优质资源，数字赋能中央空调，推出新型多联机产品——物联多联机，助力建筑智能化迈向新高度。

《中央空调市场》数据统计，2023 年物联多联机市场增长率达 45.70%，增长幅度位于行业前列。究其根本，一方面数转智改浪潮下，用户对机组和整体方案的智能化控制需求显著提升，物联多联机站在“互联网 +”风口，实现了业内“破圈”。另一方面在大金、海尔、美的、格力、日立等主流品牌的集中推广下，物联多联机被越来越多的用户所了解。从 2023 年整体表现来看，物联多联机主要呈现以下特点：

（一）市场前景广，品牌加码入局。当下，用户对健康、品质、智能的生活环境诉求日益强烈。随着 IoT 技术日益成熟，物联多联机的智能化、节能化、场景化创新逐渐落地，能够实现用户的个性化需求，这激发了用户需求在场景端的全面爆发。作为同质化时代的全新产品，物联多联机不仅是中央空调行业的创新，更是与通信行业跨界联合的成功典范，越来越多的品牌驶入物联多联机赛道，掀起行业新一轮创新浪潮。

（二）技术要求高，竞争逐渐激烈。物联多联机是在物联网快速发展的背景下，通过数字赋能，利用物联集控技术、物联云控

图 2021—2023 年物联多联机市场增长率对比

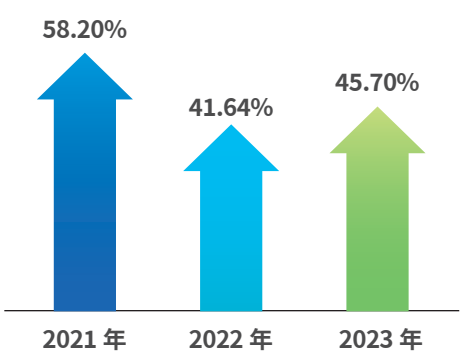
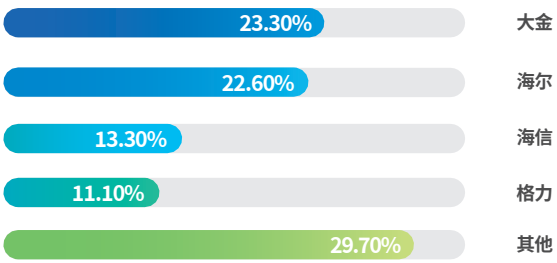


图 2023 年物联多联机主流厂家市场占有率对比



技术等多项行业领先技术率先推出的具备物联开放功能的机组。不同于以往创新，这种创新方式突破了原有的边界束缚，其中的高技术门槛一度将众多品牌拦在门外。伴随着创新成果的落地，各大品牌持续加大研发力度，一方面推动了物联多联机的发展进程，另一方面也导致品牌间竞争加剧。

（三）场景需求多，标准日益完善。在传统多联机基础上，物联多联机实现了智慧管理与高效节能，应用场景更为丰富。依托物联网技术提供的自联网、自适应、自优化功能，物联多联机能够打造以用户为中心的多样化场景解决方案，满足用户对科技生活的向往和追求。凭借“一种多联机控制方法及系统”，海尔智慧楼宇获评，推动了国家标准和行业团体标准对能效等级的划分，为后续国产品牌入局物联多联机市场提供了参考。

从品牌层面来看，随着中国多联机行业从成长期逐渐步入成熟期，国产品牌在物联多联机领域发展劲头迅猛。其中，海尔智慧楼宇凭借 22.60% 的市场占有率跻身行业前列。聚焦差异化场景，海尔智慧楼宇持续加大产品研发力度，为满足用户对灵活安装的期待，全新推出 MX-Super 物联多联机，满足千平级空间的空气定制需求。此外，海尔智慧楼宇还推出焕新系列、同时冷暖系列、无限冷暖系列以及全效多联机等多样化产品，赋能改造场景、洁净场景、舒适场景、超高建筑等七大场景。美的、海信、格力等国产头部品牌也在加码物联多联机市场，通过一系列产品和样板项目，市场占有率稳步提升。大金则凭借多年来的技术积淀和品牌优势，2023 年业绩表现依旧亮眼。

延续往年增长势头，2023 年物联多联机市场依旧稳中有进。随着我国“新基建”政策的持续推进，数据中心、轨道交通、高新园区、科教文卫等场景建设成为物联多联机发展的主战场。

三、更新多联机市场分析

近几年，随着“双碳”战略的落实，建筑系统的节能改造工作一直在有序推进。暖通系统作为建筑系统中的能耗大户，节能改造潜力巨大，是实现“双碳”目标的重要抓手。为此，我国许多省市都出台了相关政策，进一步推动了中央空调系统的节能改造工作。尤其是在以多联机应用为主的公共建筑领域，节能改造工作迫在眉睫。

多联机的使用寿命受材质、维护、适用方式等多种因素影响，在正常使用条件下，多联机的寿命约为 10-15 年。迄今为止，多联机进入中国市场已有近 30 年，随着早期机组的老化、能效下降、制冷制热效果差、噪音大等问题日渐突出，中央空调多联机市场逐步迈入更新改造历史周期。但是，暖通系统的更新改造往往伴随着停业施工、破坏装修和改造费用高等难题。为此，海尔、美的、大金、日立、东芝等主流品牌针对更新改造的痛点问题，纷纷推出了更新多联机，并获

图 2021—2023 年中国更新多联机市场规模增速对比

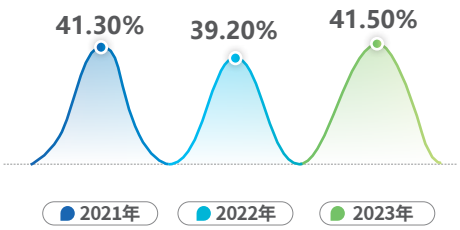
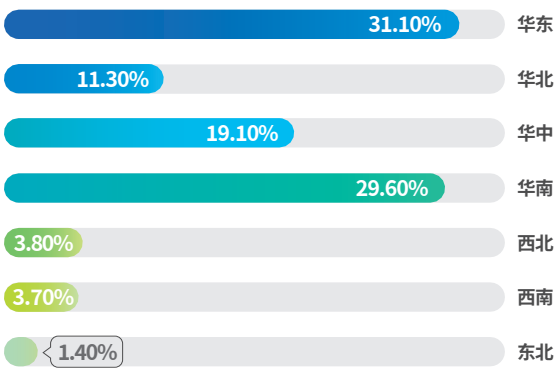


图 2023 年更新多联机各大区域市场占有率对比



得了市场的一致认可。据悉，2023 年更新多联机市场呈上升趋势，同比增长约 41.50%。

总体而言，2023 年更新多联机市场表现出以下几个显著的特点：

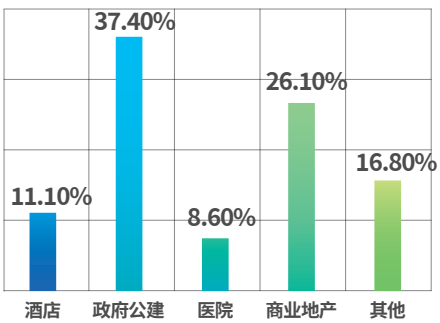
（1）市场存量大，前景可期。关于更新多联机市场的发展前景，许多从业者纷纷表示：虽然“小众”，但大有可为。虽然对于整个中央空调市场来说，更新多联机占比可以说是微不足道，但因其应用范围广，不仅涵盖工程市场和家装市场，还能够辐射政府公建、医疗、教育、轨道以及商业综合体等多个行业应用领域，市场潜力不可小觑。尤其政府公建领域，为推动“双碳”目标，绿色改造多为硬性要求，成为更新多联机应用的重点发力领域。另外，国内建筑首批中央空调已经到了常规使用年限，多数建筑用中央空调都面临“超龄”问题，更新市场需求将得到进一步释放。

（2）品牌实力入局，格局清晰。凭借敏锐洞察力和市场分析能力，以大金、日立、东芝为主的日系品牌和以海尔、美的、格力为主的国产品牌成为更新多联机市场上的两大主要阵营。就目前而言，竞争格局相对稳定，不少品牌得以在更新改造市场快速增长。从阵营分布不难发现，迄今为止活跃在更新多联机市场上的多为当前主流品牌，这是因为大部分业主在替换机组时会优先考虑原先品牌。因此，能够在更新多联机市场驰骋的必然是已经拥有庞大客户群体的主流品牌。

（3）技术门槛高，安装复杂。一般来讲，更新改造项目往往都还在运行中，不同行业、不同品牌、不同机组意味着不同规格的中央空调系统与配件，这也为更新改造干工作带来了需求分散、工程复杂、技术要求高等诸多难点，不同品牌之间的更新改造存在的兼容性问题更是倒逼厂家研发包含竞争对手品牌在内的多联机技术与特点。而且在改造过程中不仅要保障业主的正常运营，还要考虑如何在最大程度利用原有系统的条件下更加简单高效的升级多联机系统，这对品牌厂家以及设计团队提出了非常高的专业要求。

从品牌格局上来看，日系品牌发力更新改造市场相对较早。例如：大金推出全新“金焕服务”，并发布专为空调改造而生的 *VRV* 更新用 Q 系列机组，一站式解决空调改造难题；日立推出 FLEXMULTI Renewal 更新机系列，有效化解空调系统更新改造难题。另一方面，国产品牌后来居上，海尔物联多联机的“五不四省”焕新解决方案，能够有效解决焕新难题，不仅可以实现 3 ～ 54 HP 全能

图 2023 年更新多联机在各领域的占比分布



力段产品的覆盖，通过搭建互联互通的节能生态圈，还可支持多品牌免换内机更新，大幅节约了改造成本；美的楼宇科技围绕更新市场所研发的 MDV 新生系列在施工过程中可直接沿用原有安装口对老旧嵌入式内机进行更换，施工周期最快可缩短至 3 天，不影响用户正常工作。

2023 年，更新多联机市场表现良好，主流品牌在项目上均有所斩获。例如，海尔物联焕新多联机成功服务成都汇融办公楼、比亚迪等项目，为项目方提供全流程、一体化、差异化的高端体验；美的楼宇科技成功服务上海花旗集团大厦进行“绿改”，实现 25 天极速装配；大金牵手上海张园、福建恒安集团办公楼，打造绿色安全的空气环境。

从区域格局来看，华东、华南等区域经济优势相对明显，对新产品新技术的接受较快，消费理念较超前，是更新多联机产品发展的主力市场，短时间内其他区域较难超越。此外，北京、上海等一线城市由于新建项目市场趋于饱和，已经进入存量市场时代，也是更新多联机发展的重点区域。

虽然中央空调市场整体基调相对平缓，但可以预见的是，随着未来中央空调更新换代的节奏加快，更新多联机市场必将迎来一场井喷式发展。机会只留给有勇气和有准备的人，趁此机会提前储备力量，谋划布局，才能在高潮期更好的把握机会。

四、洁净领域市场分析

中央空调洁净领域作为细分市场，2023 年依然保持着良好的发展势头。从行业角度而言，洁净空调领域的项目应用看重品牌专业性，具有一定的技术门槛，因此对洁净空调产品及方案的要求更加精细化，这无疑考验着洁净空调品牌厂商的实力。从近些年的市场发展来看，洁净空调领域中头部品牌格局趋于稳定，项目类型逐步多元化，专业化厂商引领行业发展的趋势更加明显。

据统计，2023 年中国洁净空调市场规模达 118 亿元，同比增长 10.28 %。洁净空调市场的稳步增长离不开工业、医疗及部分民用需求。随着我国工业制造业的蓬勃发展，高新技术产业、新型工业净化需求日渐旺盛，同时全国各地医疗体系建设不断完善，医院、疾控、生物医药、医疗设备制造等项目建设层出不穷，都为洁净空调市场提供了有利的环境。此外，大健康时代下，用户聚焦净化

图 2021—2023 年中国洁净空调市场增长率对比

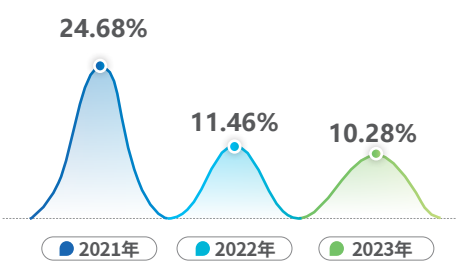


图 2023 年中国洁净空调市场品牌阵营占有率对比

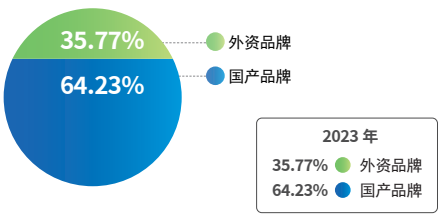
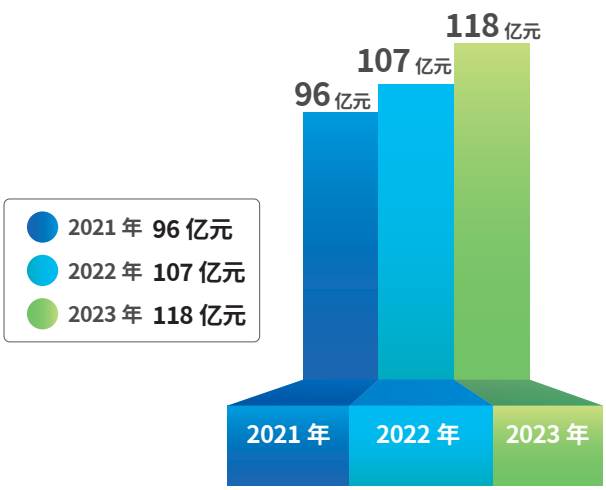


图 2021—2023 年中国洁净空调市场销量对比



类暖通空调产品的健康功能，在技术革新层面提高了洁净空调产品的普适性，市场需求得到进一步细分。总体而言，2023 年洁净空调市场主要有以下特点：

第一，新能源及高新技术产业奋力前行，工业净化需求稳健。长期以来，工业领域就是洁净空调产品应用的主战场之一，推动高质量发展、加快能源结构转型、实现“双碳”目标让我国新能源行业获得了政府与金融市场的大力支持，有足够的技术创新资本，强大的行业竞争优势。光伏、锂电、储能等新能源产业以及新能源汽车产业链等展现出澎湃动能，此类项目建设离不开严格把控温湿度及净化要求的洁净空调系统设备和方案。同时，在产业升级稳步推进的进程下，工业制造业高科技附加值属性增强，半导体、精密制造、数据中心等战略新兴产业有力崛起，为洁净空调市场注入活力。面向愈加精细的工业洁净需求，洁净空调产品的功能细节被放大，洁净空调系统解决方案越来越个性化和具有针对性。

第二，医疗项目净化需求以更新改造和改扩建为主。进入 2023 年以来，医疗行业新增项目相较以往有所减少，尤其是经济发达城市，新建医疗项目有所饱和，部分内陆省份规划建设多以公立医院的基础民生保障项目为主导。因此，整体来看，洁净空调在新增医疗项目中的应用不多，更多的净化需求集中在更新改造及改扩建项目中。实际上，自 2020 年开始，我国推动了大批医疗卫生项目，经过两三年的建设周期，洁净空调设备需求也在 2022 年下半年到 2023 年上半年迎来集中释放。2023 年受经济大环境形势影响，医疗板块的投资建设势头趋于平缓，热度有所消退。值得注意的是，医疗卫生领域的净化需求不容忽视，国内诸多大省仍在积极完善医疗体系，新建、更新改造、改扩建医院项目，二、三级市场包括县域乡镇医疗卫生项目仍有可观的市场容量。

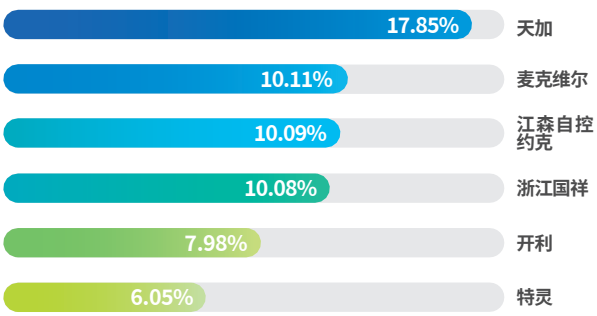
第三，净化需求日趋常态，商用、民用建筑中洁净标准有所提高。疫后注重常态化管控的局面下，呼吸健康成为新时代持续讨论的话题。2023 年作为疫情防控攻坚战胜利的元年，人民生活的健康追求不断细分，净化需求不再局限于工业、医疗等特定环境，在商用及公共建筑、民用建筑领域，空气洁净度需求被不断放大，建筑洁净标准相较以往得到普遍重视和提高。不同行业对洁净度

等级的要求有所不同，更多取决于实际的需要，而由国际或国家标准化组织制定大型商、民用及公共建筑领域对洁净度等级的要求也在不断刷新，都将引导洁净空调设备走向产品升级、功能细分的道路。加之绿色建筑的发展，新的建筑标准亦对健康型洁净空调产品提出新的要求。因此，各大洁净空调品牌厂家也需注重产品技术的升级，才能更好的满足市场需求。

从品牌格局看，市场份额延续了国产品牌的占比优势，国产品牌市场占有率达 64.23 %。天加、浙江国祥、雅士、欧博、环都拓普、盾安等国产品牌厂家在洁净空调领域取得了不错的市场成绩。天加依托自身技术创新布局，不断优化完善健康型空调产品阵容体系，在市场取得良好的销售业绩；浙江国祥凭借持续深耕洁净领域的丰富经验，加大新品资源投入，诸如 AIR-GREEN 新一代洁净机组、蒸发冷直膨式机组等重磅产品扩大市场应用，技术创新与市场规模同步升级，树立起众多洁净空调领域精品案例，市场占有率达 10.08%。此外，凭借产品组合搭配的多样化以及渠道的深入推广，西屋康达、申菱、EK 等品牌也在洁净空调市场领域表现亮眼。外资品牌阵营中，则以麦克维尔、江森自控约克、开利、特灵等主流品牌为代表，在大型净化项目中占有相对优势，以沉淀多年的技术积累和深厚的系统基础，在洁净空调市场领域稳中有进。

产品层面，各项目领域洁净需求的不断细分，推动着越来越多的品牌厂家完善洁净空调产品的方案和体系，以离心机、螺杆机、蒸发冷、模块机等主机设备为主导衍生出结合洁净末端产品的多品类组合方案，健康型多联机，洁净空气处理机组，三管制、四管制系列产品，手术室专用机组，医疗净化组合式空调机组等产品以及智慧洁净、全效健康、洁净环境等系统集成化解决方案等不断得到市场检验和优化，淬炼出更加具有针对性的特点，更好的符合项目个性化需求。与此同时，深耕洁净领域的专业厂家也在不断从内部优化自身，引领洁净行业朝着更加精细化、标准化的方向前进。洁净空调市场不仅需要差异化的产品设备，更需要差异化的集成方案，尤其在大型及超大型洁净项目中，更加考验品牌产品的综合、智慧、高效的洁净能力。

图 2023 年 中国洁净空调市场品牌阵营占有率对比



作为暖通产品应用的重要细分领域，洁净空调市场发展稳健，需求旺盛，容量可观，近年来不仅吸引众多主流中央空调品牌加码入局，应用规模也逐步扩大。2023 年，洁净空调市场受行业大环境影响，增速有所放缓，但在工业、医疗卫生项目领域仍保持着较为稳定的基本盘。未来，在高质量发展新时期下，医疗卫生、高端制造、新型工业、新能源产业等领域还将继续产生新的动能，二、三级下沉市场还将迎来进一步规划建设，已有项目的更新改造、优化升级等都将继续为洁净空调市场提供利好环境。

2024年行业走势分析判断 07

房地产是影响中央空调行业未来走势的关键性因素之一。在过去一年，中央空调行业面临新房入市量减少、市场投资信心减弱、居民消费动力不足等方面的困境，虽然国家在8月份陆续出台一系列政策拉动经济，但是目前确实收效甚微。通过对市场深度分析，我们认为中央空调行业在2024年有以下趋势：

一 房地产市场持续下行，地产配套市场难增长

房地产市场持续下行，全国商品房销售面积和销售额持续走低，虽然政府已出台解除部分地区限购、放宽首套房贷款认定标准和降息等多项楼市优化政策，但受房价下行预期强、知名地产商暴雷等因素影响，商品房销量依然未见起色。通过2023年全国全装修楼盘数量的减少，可以清楚地看到精装减配、精装改毛坯成为新常态，地产配套业务短期内难有起色。

二 民间投资信心不足，中小项目表现乏力

由于消费降级，民间投资基本持观望态度，连锁酒店、餐饮店、KTV等中小项目数量锐减。虽然各个地方加大了招商力度，鼓励民间投资，但是中小项目数量并未有显著增加。从当前的市场态势判断，只要整个经济大环境没有明显好转，消费者购买力不能恢复如初，在民间投资者信心不足的状态下，中小项目在2024年或将持续走低。

三 工装市场增长困难，市场需求持续萎缩

由于国内经济持续走低，国家积极推出应对政策，储能产业、高新技术产业等正在加速推进，这些细分产业将为中央空调行业持续性输出。但是，锂电、新能源、光伏等细分领域，由于前几年的持续投入，整个市场基本趋于饱和，市场需求持续萎缩，项目数量明显减少。值得一提的是，随着城市化的进一步拓展，一大批老旧建筑的中央空调系统集中进入更新换代期，这些需求的出现为中央空调行业带来一定的增长潜力。但是，远水解不了近渴，工装市场项目量整体减少已是大趋势，更新改造以及储能市场的增量可谓杯水车薪。

四 渠道库存持续累积，价格战或将再度升级

国内经济开始逐步恢复，主流品牌大展拳脚，不断开拓新渠道商，向市场持续压货，以至于渠道库存过剩。由于家装零售市场、工装市场表现不佳，经销商库存高企，资金压力依然较大。在经济环境未见好转、楼市持续低迷、消费者处于观望状态的背景下，经销商维持低库存，保持现金流稳定才是最好的选择。毫无疑问，渠道去库存将是2024年所有经销商的选择。

NO.3

第三章

主流机型市场分析

总结报告

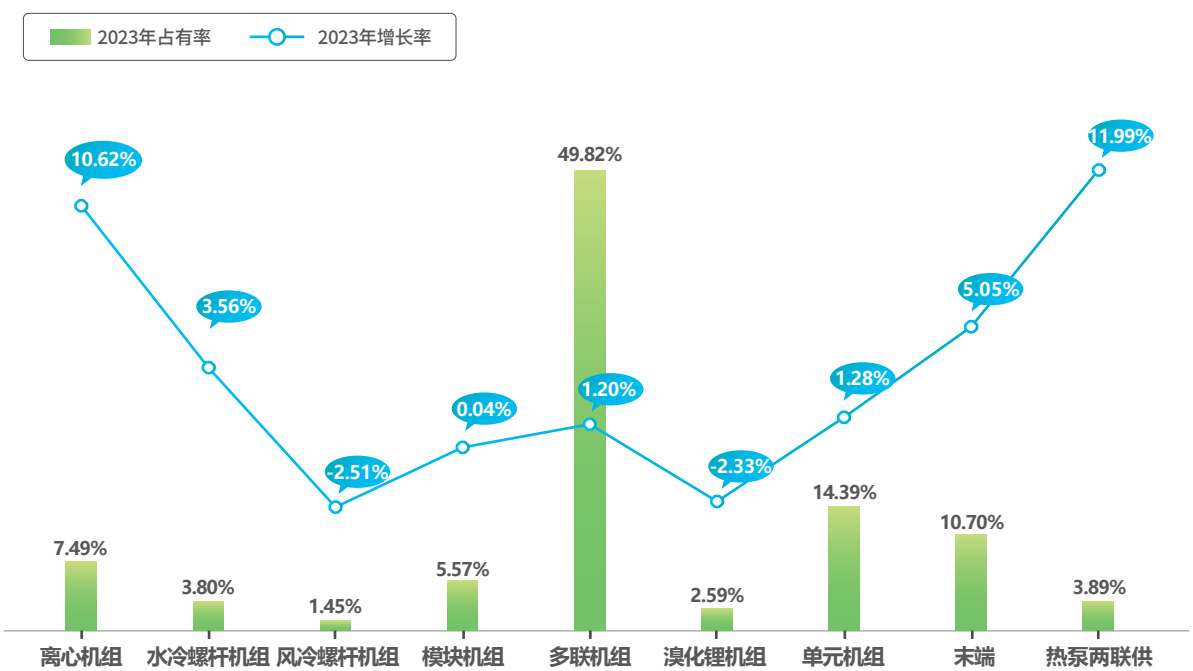
Summary report

本报告中，本章主流机型市场分析对冷水机组（离心机组、风冷螺杆机组、水冷螺杆机组、模块机组）、多联机组、单元机、溴化锂机组、末端和两联供 6 大类产品的整体市场发展进行阐述。其中，水地源热泵机组及销量并入水冷螺杆机组中加以说明，因此本报告对该类产品不再单独赘述。

2023 年中央空调市场的走势跌宕起伏。总体上看，离心机、热泵两联供两大产品类型表现较佳，市场增幅明显。其中，离心机在工业项目市场应用明显增加，多元化产品进一步拓宽了其在项目市场的应用范围，国家“双碳”战略的持续推进也给高效节能的磁悬浮离心机以及热泵离心机带来了较好的政策和市场环境。热泵两联供以节能、舒适、采暖等功能优势在南方地区一直保持较快的增长势头，高达 2 位数的增幅意味着即便是在 2023 年低迷的市场环境下，热泵两联供依然拥有庞大的用户群体和市场需求。

相比于以上 2 大类型产品，多联机在 2023 年尽管以超过行业规模一半的市场份额位居行业榜首，但是在房地产市场持续下行的压力下表现不佳。风冷螺杆机组、水冷螺杆机组也因商业项目的减少面临下滑的处境。民间投资观望态度浓烈，中小项目数量减少对单元机和模块机产品销量产生较为明显的影响。末端市场略有增长，主要是与医药、电子等领域对净化产品需求提升有很大关联。值得一提的是，虽然在国家对工业能耗双控的加持下，溴化锂机组有一些机会，但是项目方大都开始以离心机取代溴化锂机组，导致其市场表现一般。

图 2023 年中央空调行业各主流机型市场占有率 / 增长率对比



ANALYSIS 01

冷水机组市场分析

一、离心机市场分析

离心机组被称为中央空调行业的皇冠，一是其研发和制造难度系数大，涉及多学科融合，且运行过程中涉及到电控系统与各个零部件的协同运作；二是其节能性空间潜力大，能够有效满足工程项目的高效节能需求，且随着冷量范围的拓宽，其应用的领域更加宽泛。2023 年，受益于新能源产业的快速发展以及“双碳”目标的驱动，高效节能产业需求大幅上升，离心机市场与去年同期相比，增幅为 10.62%，市场占有率上升至 7.49%。

总体而言，2023 年离心机市场主要呈现以下几个特点：

（1）以光伏、锂电、储能、新能源汽车等为主的新能源产业快速发展。当前，新能源产业在我国已进入高成长的黄金期，各地密集出台新能源发展规划，加紧布局新能源产业，一批工程项目陆续上马，而绿色发展是新能源产业发展的重要趋势，为离心机组提供了更多市场机会。离心机产品凭借大冷量、变频化优势，能有效满足项目需求。相比传统的空调系统，离心式冷水机组在能源利用效率上更高，利用可再生能源可以进一步提高能源效率。

（2）城市旧改项目加速推进。随着旧有中央空调使用年限过长、能耗逐渐增大、系统故障率高、使用感不佳，不少发达城市的商业、公建项目的暖通系统亟待改造，尤其是在节能减排政策下，进行能源化、数字化改造必不可少。磁悬浮离心机产品在可靠性、节能性、稳定性、负荷等方面具有突出优势，

图 2021—2023 年离心机组市场走势

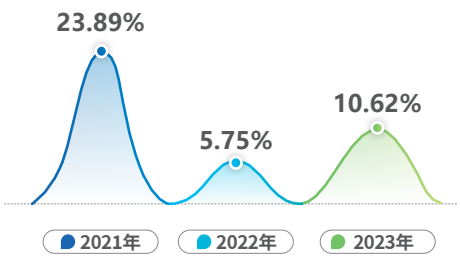
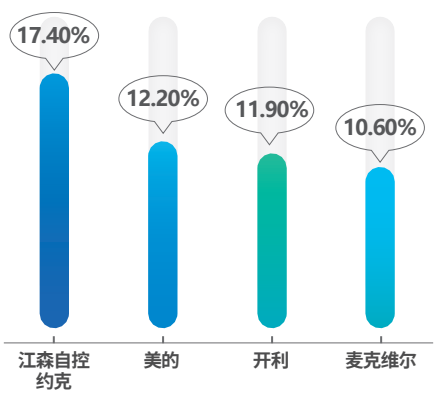


图 2023 年离心机行业 TOP4 品牌占有率对比



在改造项目中应用颇多。改造后的电量、碳排放都得到有效降低，满足绿色旧改的需求。

（3）离心式热泵产品应用广泛。在碳中和、碳达峰目标驱动下，热泵作为能够有效减少碳排放的产品得到行业和市场的高度认可和大力发展。离心式热泵作为一种高效、环保的采暖和制冷技术，其在建筑领域的需求继续增长。相比单冷型机组，离心式热泵一机多能，可实现制冷、蓄冷、供热、热回收等多种功能，能够在供热的场所得到广泛应用，如学校、酒店、制药等领域。此外，技术创新、政策扶持和市场竞争也不断推动离心式热泵产品和解决

图 2023 年离心机市场主要国产品牌占有率区间分布

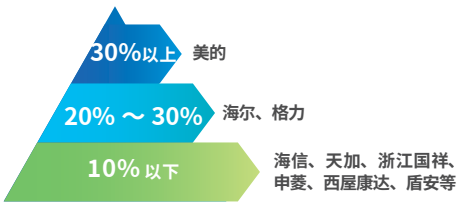
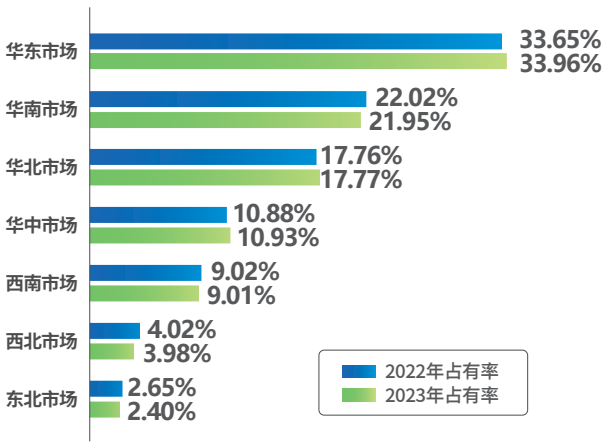


图 2023 年离心机市场主要外资品牌占有率区间分布

图 2022—2023 年离心机组各大区域市场占有率分布



方案的改进和创新，为建筑领域提供更高效、更可持续的能源解决方案。

（4）价格竞争愈加激烈。随着市场竞争的加剧以及项目资源的短缺，部分品牌和工程商为抢夺项目，压价愈加严重。以往工程商在大型冷水机项目中获取的更多是设备价格差，直采或总包形式的增加，使得工程商的利润愈加低薄，生存压力骤增。当然，离心式冷水机组低价竞争现象可能带来一些负面影响，如降低产品质量、损害企业形象以及扰乱市场秩序等。

品牌格局方面，2023 年，外资品牌长期占据离心机市场主导地位的局面再次松动，尤其是国产离心机产品无论是核心技术研发，还是系列新品发布都更加成熟。2023 年，美的离心机年产销量突破 2200 台，成功打破大型水机传统的行业格局，并在工业、轨道交通、数据中心、医院等项目中取得不错的成绩。海尔凭借成熟的磁悬浮产品，在绿色节能改造项目中收获较多。格力中央空调在公建项目中认可度较高。海信不断加大磁悬浮产品的投入，正压液浮无油变频离心式冷水机组新品的推出获得市场的高度认可。天加 SMARDT 无油磁悬浮为客户带来全生命期成本更低的解决方案，广泛应用于电子、制药等领域。

江森自控约克、麦克维尔、开利、特灵、顿汉布什五大美系品牌在离心机市场优势依旧明显，在工业、医药等领域有着稳定的市场份额。LG 离心机组在核电、新能源锂电、光伏产业、石油化工、电子半导体等行业树立众多精品案例。荏原 RTGC 系列离心机以高效节能、稳定运行的性能为工艺实验室制冷保驾护航。江森自控日立万宝凭借专业的品质、先进的技术和完善的解决方案，服务众多高端制造业项目。三菱重工空调、克莱门特等品牌的离心机产品也在市场有所应用。

在区域市场方面，华东地区一直是离心机的权重市场，2023 年占比达到 33.96%。华南市场排名第二，占有率为 21.95%，其市场增长主要来源于清洁供暖以及工业项目，西南地区因地理位置和气候条件，数据中心项目相对较多。

二、风冷螺杆机组市场分析

作为市场容量基数较低的机型，风冷螺杆机组近年来一直处于边缘化的境地。2023 年，尽管产品技术优化给风冷螺杆应用赛道带来了一定的积极反馈，但国内经济在“困”与“韧”中前行，中央空调市场受大环境影响项目数量锐减、行业内卷加剧，风冷螺杆机组艰难发展，市场占有率同比下降 2.51%。

总体而言，2023 年风冷螺杆机组市场主要呈现出以下几个特点：

（1）商企开发减缓，项目数量以及规模缩减。近几年，风冷螺杆机组的市场发展并不乐观，叠加房地产行业低迷形势影响，国内商业地产开发进度持续放缓，企业投资的项目数量越来越少，规模越来越小，给风冷螺杆机组的市场应用带来了挑战。虽然 2023 年上半年依托工程领域的短暂复苏，风冷螺杆市场实现小幅增长，但是下半年市场增长动能减弱，商业消费活力遇阻，风冷螺杆机组在商业综合体等项目中的应用随之减少。与此同时，在公建项目中，风冷螺杆机组也不再具备明显的竞争优势，应用规模也有所缩减。

（2）可替代性凸显，应用市场腹背受敌。众所周知，在市场需求的推动下，中央空调行业内产品更新迭代速度不断加快，离心机、模块机等大型水机产品的功能性不断完善升级，无疑进一步放大了风冷螺杆机组的可替代性。在“双碳”目标及绿色建筑发展背景下，多数传统风冷螺杆机组并不具备明显的能效优势，加之模块机组在功能上与风冷螺杆机组有着很大的相似性，尤其在北方集中供暖项目中，低温模块产品抢占了风冷螺杆机组的部分市场份额，同时商业领域受离心机和多联机的蚕食，风冷螺杆应用市场“腹背受敌”。

（3）基础优势升级，保障未来发展空间。通过多年来的应用经验和技术积累，风冷螺杆机组具有初投资成本较低、占地面积小、

图 2021—2023 年度风冷螺杆机组市场走势

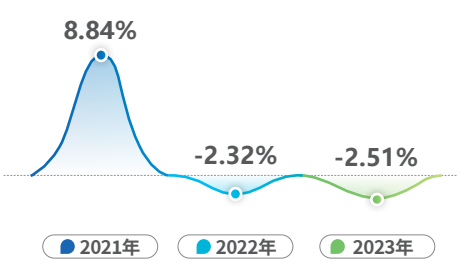


图 2023 年度风冷螺杆机组主要品牌市场占有率对比

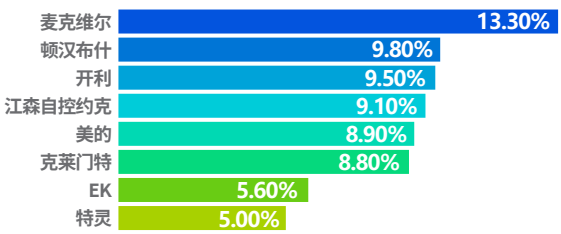
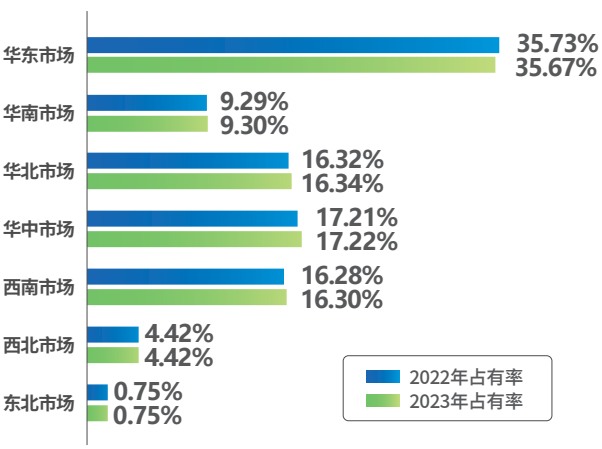


图 2022—2023 年度风冷螺杆机组各大区域市场占有率分布



无需冷却塔等优点，在工业、商业、交通、医疗卫生等领域有着相对不错的应用。尤其是北方缺水地区，风冷螺杆作为离心机的补充产品，凭借无需冷却塔的优势颇受数据中心项目的青睐。近年来，结合各大品牌厂家变频技术的应用和升级，风冷螺杆产品迎来新的标准以更加符合节能环保的需要，部分厂家推出的三管制、四管制风冷螺杆就是产品升级创新的最好证明，其制冷、制热、冷热共供等多种运行模式，能够应用于一些场所冷热需求的工艺场景，为该机组未来发展空间提供了支持和保障。

品牌格局方面，风冷螺杆市场的品牌集中度相校于其他机型更高。欧美品牌牢牢占据着风冷螺杆机组大部分的市场份额。其中，麦克维尔依旧处于风冷螺杆机组市场的领先位置，顿汉布什、开利、江森自控约克等水机头部品牌锁定 TOP4；克莱门特、EK、特灵等品牌依托工装项目领域的优势，在风冷螺杆机组市场表现良好。国产阵营则以美的、海尔、格力、天加、浙江国祥等品牌为主，风冷螺杆机组产品应用率较高。

从区域上看，华东作为风冷螺杆机组主要的应用市场，该区域市场占有率达 35.67%；与此同时，华北、华中、西南、华南区域市场上，风冷螺杆机组发展空间较为稳定，而在西北、东北等区域市场，则表现一般。

三、水冷螺杆机组市场分析

众所周知，水冷螺杆机组经过多年发展，产品技术成熟，行业内生产厂家较多，品牌竞争较为激烈。2023 年，水冷螺杆机组市场表现较好，市场份额有所提升。据《中央空调市场》统计，2023 年，水冷螺杆机组同比增长 3.56%。

图 2021—2023 年度水冷螺杆机组市场走势

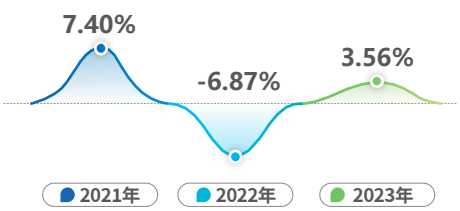
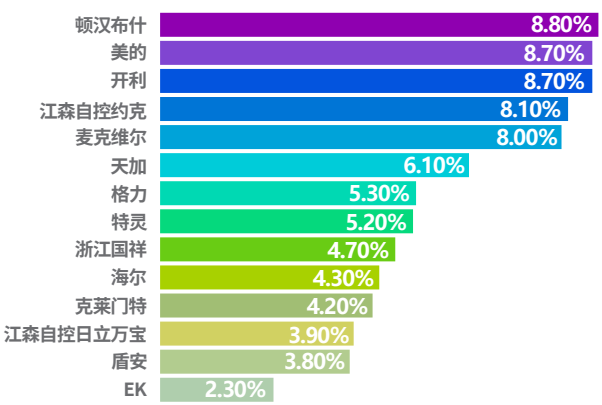


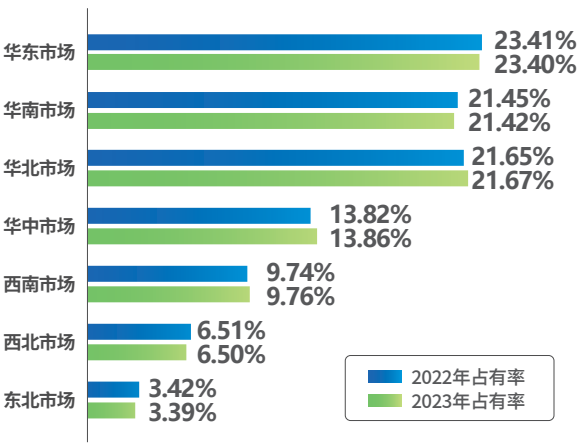
图 2023 年度水冷螺杆机组主要品牌市场占有率对比



总体而言，水冷螺杆机组主要表现出以下几个特点：

（1）技术创新，高效节能成趋势。在“双碳”战略方针的指引下，建筑行业对于暖通空调设备的节能性提出了更高的要求，水冷螺杆机组的能效升级迫在眉睫。为此，各大厂家纷纷加强水冷螺杆产品的变频化升级研究与开发，产品的变频化趋势得到进一步加强。此外，高温热泵技术同样在水冷螺杆产品中得到较好应用。同时，一些厂家依托 BIM 技术的应用，让水冷螺杆机组开始以“整体式机房”出现，极大降低了系统设计

图 2022—2023 年水冷螺杆机组各大区域市场占有率分布



及安装的复杂程度，使其有更多机会参与到更多的项目中。

（2）积极渗透，拓展更多应用领域。尽管水冷螺杆机组在商业、政府公建、数据中心、工业等项目上的应用占比正在逐渐缩小，但是其与离心机相组合在大型项目中的应用优势仍在凸显。而且从应用范围上看，遭遇可替代性机型产品和市场不景气双重冲击的水冷螺杆机组也在不断优化自身，努力突破传统应用领域的禁锢，向更多领域纵深开拓，在新能源、农业、冷冻站等细分场所得以应用。

（3）核心竞争力减弱，产品可替代性强。当前，随着离心机产品冷量的小型化发展以及多联机的组合搭配使用，其容量变化已经能够实现对水冷螺杆产品冷量的覆盖，对水冷螺杆机组的替代性进一步加强。与此同时，随着热泵产品的类型、阵容愈发齐全，功能优势也更符合当下项目建设需求，水冷螺杆机组不再是一些项目的首选，生存发展空间受到挤压。值得一提的是，伴随国家对清洁能源的推动，水地源热泵机组在市场上的热度有所提升，从一定程度上拉升了水冷螺杆产品的增长率。

从品牌上看，由于价格策略、项目操作灵活性以及产品性能的进一步优化，国产品牌水冷螺杆产品的市场占有率有所提升，但外资品牌尤其是欧美品牌凭借多年的研发经验，仍然在水冷螺杆市场中占据着主导权。例如，江森自控约克、开利、顿汉布什、麦克维尔、特灵等。国产品牌中，美的、天加、格力、浙江国祥、海尔、盾安通过提升产品技术性能进一步加强了市场竞争力，逐渐缩小了与外资品牌的市场差距。此外，LG、江森自控日立万宝、克莱门特、申菱、EK、西屋康达、东元、堃霖、欧博等品牌都在水冷螺杆机组市场中占有一定的市场份额。不过，随着市场竞争的日益激烈，水冷螺杆市场价格战愈演愈烈，品牌集中度也将越来越高。

从区域上看，华东、华南、华北市场依然是水冷螺杆产品的重点市场，占据较高的市场份额；华中、西南市场较为平稳；西北、东北区域水冷螺杆机组产品的市场表现较弱。

四、模块机组市场分析

从教育医疗到清洁采暖、数据中心，再到节能改造，模块机适用于广阔的应用场景，市场规模和份额增长较快。但在房地产市场疲软、投资意愿减弱等多重因素影响下，模块机市场项目数量减少，品牌间竞争更加白热化，价格战愈演愈烈。2023 年，模块机市场业绩同比增长 0.04%。

总体而言，2023 年模块机市场主要呈现出以下几个特点：

图 2021-2023 年模块机组市场走势

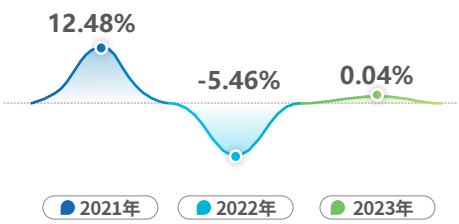
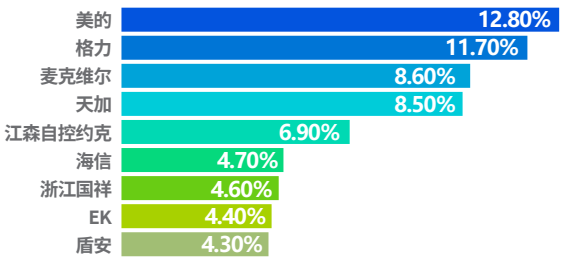


图 2023 年模块机组主要品牌市场占有率对比



（1）“价格战”变“持久战”，品牌间竞争加剧。模块机组作为冷水机组市场标准化程度最高、准入门槛较低的产品，经过多年发展，是众多品牌深入布局的重点产品之一。但面对经济下行趋势，市场面投资出现衰退潮，项目数量大幅减少，以中小项目为重点阵地的模块机组市场发展遇阻。为盘活市场资源和抢占市场份额，品牌方、经销商普遍选择以低价取胜，不断冲击模块机价格体系，导致模块机市场深陷价格战泥潭，彼此间竞争加剧。

（2）市场利润持续下滑，技术迭代势在必行。受技术门槛较低和入局品牌众多影响，模块机市场一直被“利润微薄”笼罩，面对僧多肉少的市场情况，品牌和经销商很难通过终端提价的方式弥补成本，导致模块机市场利润进一步下滑。此外，随着细分业态加速到来，以及市场对节能降耗、稳定舒适提出了更高要求，模块机发展更加趋向于模块整合化、节能高效以及智慧低碳，技术升级成为必然。

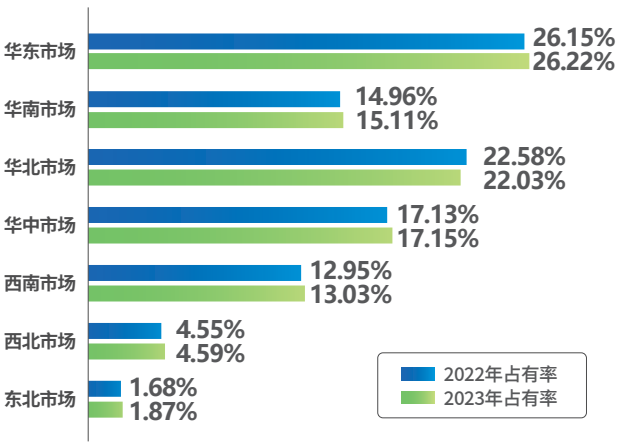
（3）场景应用“遍地开花”，清洁供暖需求增长。由于初期投资成本低，性价比高且技术成熟，模块机组应用领域更加多元。从医疗、教育、商业领域到农林牧渔、数据中心领域，再到节能改造项目，模块机受到越来越多项目方的青睐。同时，“双碳”战略下，北方清洁供暖需求呈爆发式增长，以喷气增焓超低温技术为代表的模块机组凭借在低温下的稳定运行、冷量灵活等优势，在北方寒冷地区被广泛应用。事实上，不同场景应用推动模块机组不断迈向更高技术层面。尤其在“双碳”目标推动下，喷气增焓技术、全直流变技术的应用，以及自然冷、蒸发冷、全热回收、新冷媒等创新技术不断涌现，为模块机组市场注入科技活力。

在品牌方面，模块机市场发展较为成熟。由于技术含量较低，布局模块机领域的厂家众多。在国产品牌中，模块机是冷水机组领域中唯一一类国产品牌占优势的产品，美的、格力、天加、海信等头部品牌在模块机市场占有较高份额。浙江国祥、盾安、欧博、TCL、雅士、西屋康达等品牌凭借高质量产品和丰富的项目经验，在模块机市场表现较为稳定。外资品牌方面，麦克维尔、江森自控约克等品牌凭借百年积累，依然占据模块

机市场重要份额，EK、开利、顿汉布什、克莱门特市场规模则相对稳定。

区域方面，华东地区是模块机发力的重点区域，由于新增项目数量缩减，模块机市场受到一定程度上的冲击，但较为活跃的更新改造市场为其带来利好。华北、华中地区受清洁供暖需求推动，模块机市场发展平稳。

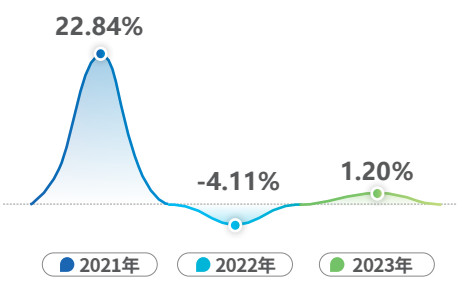
图 2022—2023 年模块机组各大区域市场占有率分布



02 ANALYSIS 多联机组市场分析

延续了过去一年的趋势，2023 年的多联机市场表现并不乐观。在地产配套需求锐减、新产品层出不穷、竞争日趋白热化、利润率不断降低等多重因素的影响下，1.20% 的增长彻底打碎了行业人士对市场迅速好转的期望。《中央空调市场》认为，多联机的市场表现不如预期，主要原因在于以下几点：

图 2021—2023 年多联机组市场走势



（一）楼市阴跌不止，市场需求疲软。由于整个经济环境低迷，房地产价格横盘阴跌，在买涨不买跌的心理作用下，消费者购房意愿大幅下降，导致商品房销量大幅下降，房地产开发投资持续降低。即便政府在 8 月陆续出台多项政策，依然无法有效扭转房价下滑趋势，多联机组市场不可避免地受到影响，市场延续调整态势。

（二）地产配套项目锐减，精装减配成趋势。多年来，全国推行的精装修配套率持续上升，地产配套已成为知名品牌的重要业务板块。但是，自从房地产市场进入下行周期，房地产商资金紧张的问题日益凸显，众多开发商本着“保交楼”的心态，要么对高端楼盘进行“减配”，外资品牌换成国产品牌，要么直接不再配备多联机，

图 2023 年部分国产品牌在多联机国产阵营市场占有率区间分布

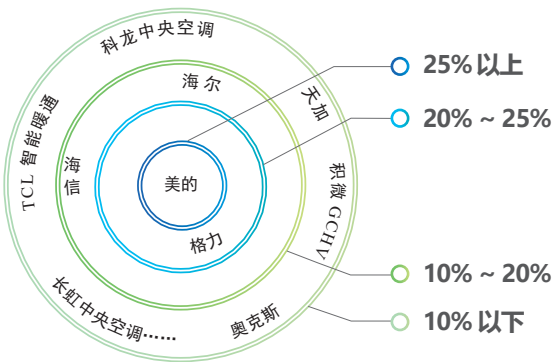
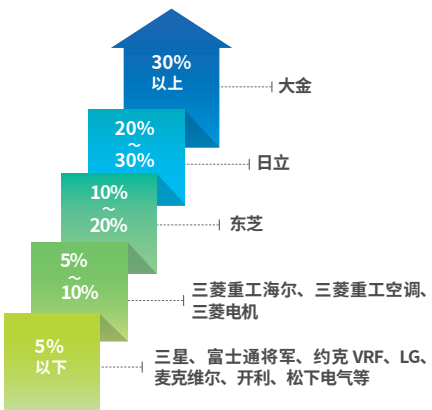


图 2023 年部分外资品牌（含合资）在多联机外资阵营市场占有率对比

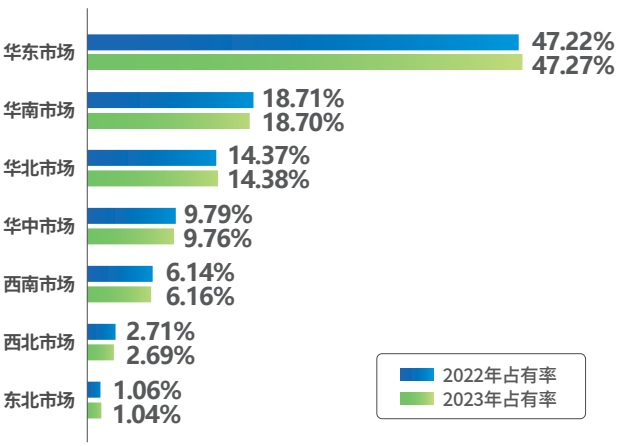


重新以毛坯房销售。自2022年以来，这种现象愈演愈烈，无疑给多联机市场的健康发展带来了重大影响。

（三）细分市场有所增长，中小项目增速缓慢。纵观 2023 年，工装市场发展较为稳定，储能、新材料、电子等细分行业有所增长，刺激了对多联机的需求，为市场带来了一定的增量。但是，曾经火热的学校、医疗等民生项目，由于前两年的密集投资建设，2023 年处于不温不火的状态。与此同时，在酒店、旅游、餐饮等行业，民间投资处于观望状态，大多联在中小项目市场中的增速放缓。

从品牌格局来看，在外资品牌阵营中，大金、日立、东芝牢牢占据了多联机市场前三的位置。大金自 1982 年开发第一台楼宇用多联机以来，始终引领多联机技术创新，今年依然稳居多联机市场首位，其在 2023 年全新推出 VRV X10 商用多联机系列以及聚焦住宅用户的 Daikin Care 中央空调系统，在为客户节约能源使用的同时，提供针对性的服务解决方案。日立坚定不移地走绿色低碳发展之路，不断将先进科技与先进产品深度融合，打造出适应不同场景的高品质产品，2023 年重磅发布水墅适 VF 全变频系列，同时通过大力推广全屋全感智慧空气定制系统，在家装零售市场重拳出击，业绩蒸蒸日上。东芝以“冷暖风水智”的理念，不但积极开拓三、四线零售市场，而且加大了“装企合作”的投入力度，专卖店层出不穷，市场占有率进一步提升。三菱重工海尔依托雄厚的技术实力，不但在零售渠道大力推广“无风空调”，而且加大了在工程领域的投入力度，业绩稳步提升。三星中央空调通过加大产品推广力度，进一步完善渠道体系，加强售后服务建设，工程、家装业务并重发展，市场表现可圈可点。三菱重工空调在工厂、政府公建等领域取得明显成绩，同时始终坚持走品质路线，赢得了客户的追捧。LG 中央空调通过产品迭代升级，其明星产品 MULTI V 5 PRO 商用多联机在商业地产、

图 2022—2023 年多联机组各大区市场占有率分布



公建项目树立众多样板，业绩实现稳步上涨。富士通将军在坚持品质优先的基础上，更是将服务作为差异化竞争的关键，多联机产品在工程市场所向披靡。此外，松下、三菱电机等品牌也都相继加大了在市场、产品、营销、服务等各个方面的投入力度，均取得了不错的成效。

国产品牌方面，美的、格力持续领跑国产品牌，海尔、海信发展较为迅猛，市场占有率稳步提升，品牌影响力和市场认知度都达到了新的高度。具体而言，美的致力于以优质的产品、标准化的安装和配套服务体系，在 2023 年推出 MDV Power 系列轻型商用空调、理想家 lll 系列多联机，实现了在高端市场的全新突破。海尔紧盯物联时代用户需求变化，重磅推出 MX-Super 物联多联机和商铺多联 FAST 系列，开辟了多联机市场新的增长点。海信依托在健康领域的雄厚实力，相继推出知风系列、5G+荣耀家中央空调等智慧全健康系列新品，夯实在健康多联机领域的引领者地位。天加瞄准“大健康”市场，凭借雄厚的技术积累，重磅推出全效家 TLAU 系列、TIMS 臻洁净健康变频多联机，在医疗、政府公建、商业地产领域收获颇丰。积微 GCHV 深度聚焦家装、工装市场，全新推出 Xiaowei SE 系列家用中央空调，工装、零售双双增长。TCL 智能暖通瞄准工程市场，TMV6 系列全直流变频智能多联机在商业地产、政府公建领域有所斩获。奥克斯深度聚焦工装市场，以 ARV-X7 全直流变频低温强热智能多联机组树立众多政府公建项目。长虹中央空调在家装、工装市场并重，商用多联机 DMV-V8 系列单机以其过硬的产品质量和良好的服务赢得了市场的青睐。此外，科龙中央空调、浙江国祥等国产品牌也都纷纷加大对多联机市场的开拓力度。

欧美品牌方面，麦克维尔、开利、江森自控约克、特灵、约克 VRF、EK、博世等品牌也都在强化多联机市场，不断深耕布局线下渠道，取得了不错的发展。麦克维尔重磅推出 CM-S 商用多联机，试图在多联机领域再开新局。此外，约克 VRF、EK 等品牌也都瞄准了多联机市场，不断深耕布局，并取得了不错的发展

从区域格局来看，华东和华南区域是多联机产品的重要市场。相对而言，华中、华北区域仍然拥有着巨大的市场发展潜力，主要增长点在于中小项目市场。东北和西北区域的多联机市场，虽然在政策的推动下有所好转，但是人口、经济、气候等因素还是极大限制了多联机的快速发展。从长远的角度来看，华东区域仍然会是多联机的重要市场，厂家对于华东市场的重视程度并不会减弱。

ANALYSIS 03

单元机组市场分析

作为中央空调行业重要的机型，单元机曾凭借高性价比和安装便捷等优势，在中小项目和家装领域备受青睐，拥有较高的市场占有率。但是，2023 年整体经济环境低迷，房地产市场不太景气，单元机市场竞争激烈，实现小幅增长，幅度达 1.28%。

总体而言，2023 年单元机市场主要呈现以下几个特点：

（1）市场趋于饱和，增长潜力有限。经过多年发展，单元机市场规模较为成熟。尽管受房地产持续低迷影响，家装零售市场表现一般，但由于消费降级的因素存在，单元机作为中端线产品的价格优势愈发凸显，全年销量呈现微增态势。然而，由于区域市场内单元机组的饱和度不断上升，市场的终端需求上限不高，增长潜力有限。

（2）技术差距较小，品牌竞争激烈。技术门槛较低的单元机长期处于竞争激烈、利润微薄的境地。在行业下行压力下，为盘活存量资本和抢占市场份额，不少品牌不断压低产品价格，单元机市场深陷价格战泥潭，内卷加剧。此外，受国际原材料价上涨等多重因素影响，单元机市场利润被进一步压缩，品牌和渠道商经营难度持续加大。

（3）中小项目缩水，新增动力不足。家装零售市场一直都是单元机发力的重点板块。但随着风险偏好降低、预防性储蓄意愿上升，民间投资意愿降低，尤其是餐饮、连锁超市、

图 2023 年单元机主要品牌市场占有率对比

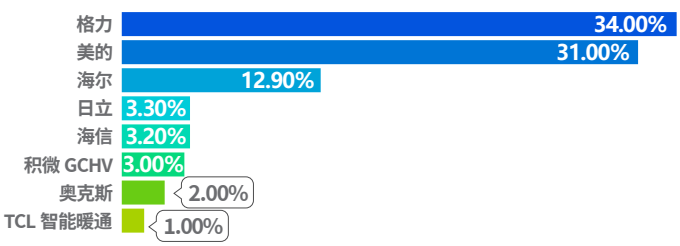


图 2021—2023 年单元机市场走势

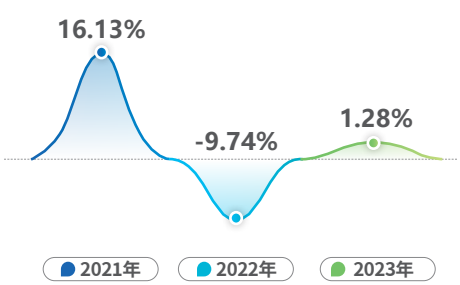
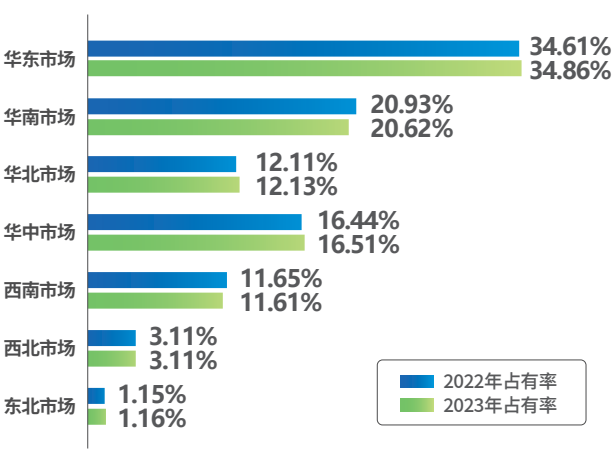


图 2022—2023 年单元机各大区市场占有率分布



文娱、休闲等中小型项目数量明显减少，给亟待复苏的单元机市场泼了一盆冷水。即便今年全国各地掀起旅游热潮，酒店、民宿等中小项目有所回暖，但项目数量有限，单元机整体市场难以形成有力支撑。

（4）份额接续下滑，机组成本上升。立足于壁挂机和多联机市场之间，单元机产品的可替代性较强，在实际应用领域受到多联机和壁挂机等产品的冲击。随着小多联机组的广泛应用，单元机市场份额不断被蚕食。此外，在新国标落地和建筑节能理念影响下，高效低碳成为单元机升级新方向，为其健康可持续发展提供新路径，不过，这也提高了单元机产品的生产制造成本，导致其性价比优势减弱。

品牌层面，国产品牌依旧是单元机市场主力，其中格力、美的稳坐霸主地位，2023 年业绩表现不俗，海尔、海信、积微 GCHV、奥克斯、TCL 智能暖通、科龙中央空调等品牌凭借出色的产品性能，市场表现较为稳定。大金、日立等外资品牌持续布局渠道市场，提高渗透率。

从区域来看，经济发展水平是影响单元机区域市场占有率的关键因素。其中，华东地区凭借经济发达、人口密集等因素占据市场首位。华南、华中市场表现出色。而华北、西南区域市场规模较小，吸引力较低。

04 ANALYSIS 溴化锂机组市场分析

“双碳”目标提出以来，我国把“双碳”工作纳入到生态文明建设整体布局和经济社会发展全局，加快构建碳达峰碳中和“1+N”政策体系，有序开展“碳达峰十大行动”，使“双碳”目标日益成为我国经济高质量发展的绿色引擎。作为中央空调行业内的低碳节能典型代表，溴化锂机组具有无污染、节电等优势，在工业余热利用领域应用广泛。2023 年，在市场需求变化以及离心式热泵产品加速推广等多重因素的影响下，溴化锂

图 2021—2023 年溴化锂机组市场走势

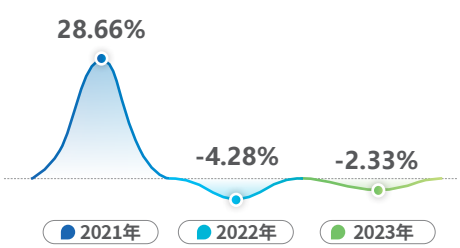


图 2023 年溴化锂机组主要品牌市场占有率对比

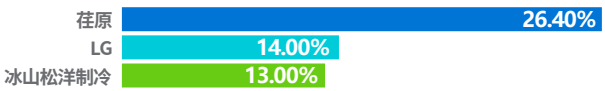
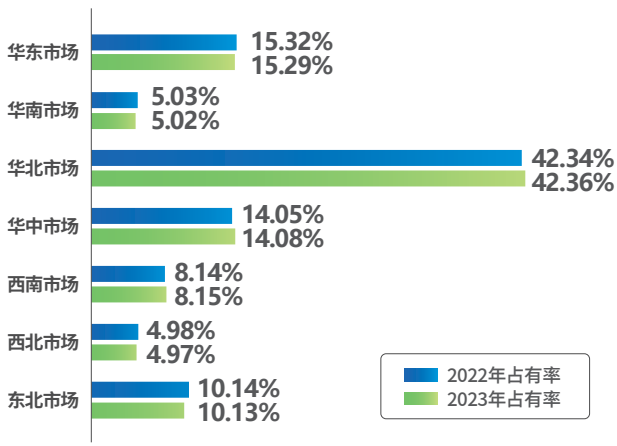


图 2022—2023 年溴化锂机组各大区域市场占有率分布



市场整体规模较去年下滑 2.33%。总体而言，2023 年溴化锂机组市场主要呈现以下几个特点：

（1）能源结构持续优化调整，溴化锂机组市场受到影响。近年来，我国聚焦落实“双碳”目标任务，持续优化调整能源结构，大力提升新能源安全可靠替代水平，加快推进能源绿色低碳转型。在此背景下，溴化锂机组的市场空间被进一步压缩，再加上天然气价格的居高不下以及离心式热泵产品等的加速推广，对其发展造成了一定的阻力。

（2）吸收式溴化锂受到用户青睐，燃气溴化锂市场持续萎缩。溴化锂产品不同于其他机组，其发展与工业领域密切相关，比较依赖钢铁、化工、焦化、煤炭等高能耗企业的发展。吸收式溴化锂机组主要利用余热回收利用途径进行能量转换，具有成本低、回收快、环保节能的优点，成为许多工业项目的首要选择。此外，随着厂家不断加大创新与研发力度，对于市场的开拓越来越细化，在一定程度上助力了吸收式溴化锂机组的应用。而在构建清洁低碳安全高效的能源体系、控制化石能源总量的总趋势下，燃气溴化锂发展逐渐萎缩，市场份额持续下降。

（3）分布式能源站项目为溴化锂机组提供了一定的发展空间。分布式能源系统是以热、电、冷联供为主要形式的多联产系统，利用小型设备向用户提供能源供应，能够有效地实现能源的梯级利用。近年来，在“双碳”战略的推动下，为实现建筑节能减排与智慧能源的高效利用，我国分布式能源产业不断发展，为溴化锂机组的应用带来了利好。

品牌层面，溴化锂市场品牌集中度较高。荏原、LG 在溴化锂市场上占有较高的份额。荏原继续发挥在“余热利用”领域的优势，凭借成熟的产品技术为青海丽豪半导体、海滨资源再利用中心、ABB 重庆基地等客户提供了有力支持。LG 凭借多年的深耕，在溴化锂市场表现不俗，在核能、石油、冶金、化工等诸多领域树立了精品样板，为众多客户提供了专业、高效的绿色解决方案。

区域层面，华北、华东地区作为我国以石油和化工为主导的工业园区的主要分布地，也是余热废热利用的重点区域，溴化锂机组一直保持着较高的市场占有率。其后市场占有率从高到低依次为华中、东北、西南、华南以及西北地区。其中，随着能源开发工作的持续推进，溴化锂机组在西南区域的应用逐渐增多，市场占有率达 8.15%。

ANALYSIS 05

末端市场分析

中央空调末端设备是中央空调系统中非常重要的组成部分，通过对空气进行加热、加湿、冷却、除湿、净化、消音等各种处理保证中央空调的正常运行。随着国家医疗新基建和新型工业化的加速发展，医药、电子、食品等领域的新增或改造项目数量稳健增长，带动了末端市场的增长。据统计，2023 年末端产品销量同比增长 5.05%。

总体而言，2023 年末端市场主要呈现以下几个特点：

（1）洁净细分市场持续赋能。新冠肺炎疫情期间，由于公共卫生问题，各地新建、扩建医院项目以及口罩厂、核酸检测所等项目的持续推进，使净化类末端产品成为拉动市场增长的一个重要动力。一方面，疫情防控政策虽然放开，可是国家医疗基建政策是持续性的，基层医疗升级改造不断推进，为净化类末端的稳步增长提供了助力。另一方面，由于人们对健康环境的逐步重视，带有净化功能的末端产品成为末端改造项目市场的热门选择。

（2）新工业项目成为发力重点。随着末端净化类空调产品在市场中的应用规模不断扩大，净化末端产品在家具、电缆、玻璃制造等制造业不断应用。与此同时，新型工业、高新技术等产业洁净需求不断上升，除传统医药、电子、食品领域外，新能源、新材料、数据中心等新工业项目正成为末端产品的发力重点。

（3）多品牌入局加速末端迭代。一般来说，普通末端产品的市场准入门槛低，因而生产末端产品的企业竞争激烈。但是，随着这两年行业对净化型末端产品设备的过滤等级要求提高，许多小众品牌无法跨过技术壁垒，头部品牌在技术实力上的优势得以凸显。随着厂家持续深耕，不断创新产品技术，扩大末端产品线，加速了产品技术迭代升级，末端机组应用范围也有所扩大。

图 2021—2023 年末端机组市场走势

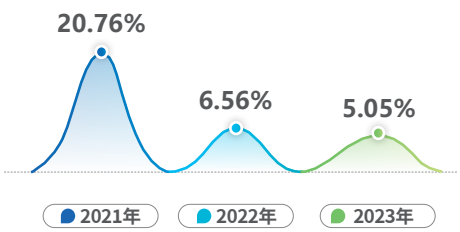
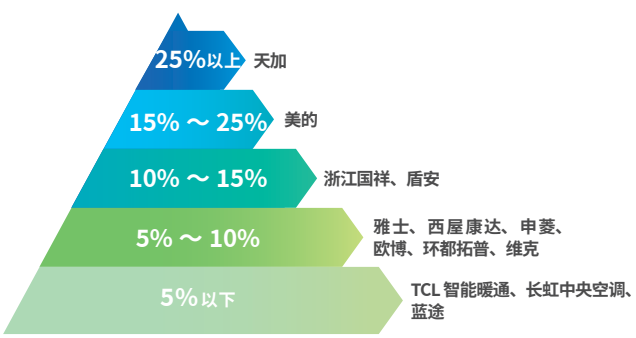


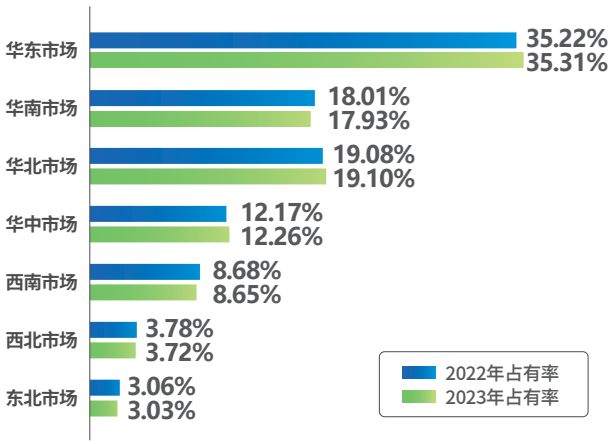
图 2023 年末端机组市场主要外资品牌占有率区间分布

图 2023 年末端机组市场主要国产品牌占有率区间分布



从品牌格局来看，国产品牌表现亮眼，天加、美的、浙江国祥、盾安、雅士、欧博、环都拓普等品牌在末端市场都取得了不错的成绩。其中，天加在高端空气健康领域领跑一线，始终保持末端市场榜首位置。外资品牌方面，麦克维尔、江

图 2022—2023 年度末端机组各大区域市场占有率分布



森自控约克、开利、EK、西屋康达等在 2023 年也有不错的市场表现。

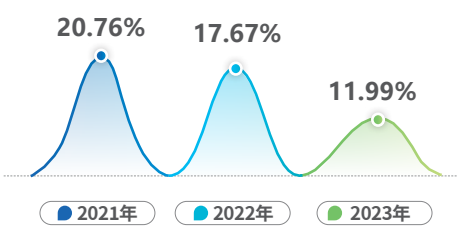
从区域市场来看，末端产品作为主机的附属设备，往往一台主机对应着多个末端，因而末端市场往往能反映一个区域的中央空调市场情况和经济发展水平。2023 年，华东、华南、华北市场发展平稳，依然是末端产品的权重市场。华东地区人口密集，市场容量最大；华北区域市场份额略有提升，将继续积蓄新动能；华南地区受国家政策倾斜，基建工程有序推进，市场份额位居第三；此外，西北、东北区域发展速度较慢，表现趋于平稳。

06 ANALYSIS 热泵两联供产品市场分析

在本报告统计中，热泵两联供产品涵盖户式水机。

在“3060”碳中和战略目标下，能源转型与变革持续升级，加之用户对于舒适采暖需求的提升，热泵市场迎来高质量发展新机遇，2023 年实现了 11.99% 的增幅。但随着越来越多品牌的入局，产品技术同质化现象愈加严重，行业竞争进一步加剧。

图 2021 年—2023 年两联供市场走势



从市场层面看，两联供产品在华东、华中等区域的市场熟知度不断提高，已经被越来越多的用户和甲方所认可。在家装零售领域，不少消费者在装修中选择两联供产品，使其在高端别墅、大平层等项目中得到进一步普及。据统计数据显示，2023 年，两联供在家装零售市场和精装配套市场的占有率分别为 84.70% 和 15.30%。

从技术角度看，两联供产品对系统设计、安装工艺的要求更为苛刻，随着两联供厂商、经销商对系统安装工艺的优化，两联供系统的稳定性进一步提高。同时，市场上的两联供系统逐渐向集成化发展，不少系统集成商在两联供的基础上加入具有新风、净化等功能的末端

设备，也有厂家推出无风式的辐射空调，推动着两联供向三恒、五恒系统升级发展。

从渠道格局来看，虽然通过几年的市场培育和开发，两联供产品头部经销商规模不断壮大，但中小型经销商依然占据两联供渠道市场半数以上的份额。其中，水机两联供和氟机两联供的比例始终处于彼此拉锯的局面，消费者对于产品类型的选择仍旧是基于自身的需求。不过，随着经销商的不断涌入，行业竞争愈发激烈，产品利润率被进一步压缩，对市场整体的发展造成了不利影响。

从品牌格局来看，以江森自控约克、开利、麦克维尔、特灵为代表的美系品牌阵营在两联供产品方面具有先发优势，占据着较高的市场份额。值得一提的是，约克 VRF 注册天氟地水商标，成为天氟地水领域先行者。而日立、大金、东芝、LG 等日韩品牌也凭借深厚的技术积淀，推出多款两联供产品，受到经销商以及消费者的一致认可和好评，取得了不错的市场成绩。美的、格力、海尔、天加、海信、积微 GCHV、长虹、科龙中央空调、TCL 智能暖通等国产品牌也为用户提供了更多的产品选择，市场竞争力和影响力进一步提升。其中，格力以技术创新为驱动，在天氟地氟领域持续发力，为用户塑造高品质生活；科龙中央空调推出天氟地水热泵两联供新品，多维度打造理想舒适的家居环境。

从区域格局来看，四季分明的地区一直是两联供产品的主阵地，也是各品牌关注的重点区域。根据气候特点，我国地域可分为严寒地区、寒冷地区、夏热冬冷地区、夏热冬暖地区和温和地区。其中，夏热冬冷地区包括长江中、下游及其周边地区，最热月平均温度可达 25℃ ~30℃，最冷月平均温度低至 0~10℃，供热制冷需求对于该地区而言都是刚性需求，两联供产品受到用户的青睐。华东、华中和西南市场区域作为两联供的重点市场，备受行业人士关注，2023 年华东地区两联供市场的占有率达到了 56.26 %，华中、西南区域占有率分别为 15.49 % 和 13.78%。

图 2023 年两联供产品主要品牌市场销售金额区间分布

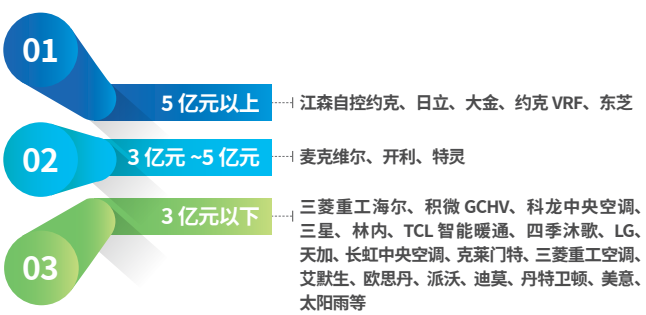


图 2022—2023 年两联供产品各区域占有率分布

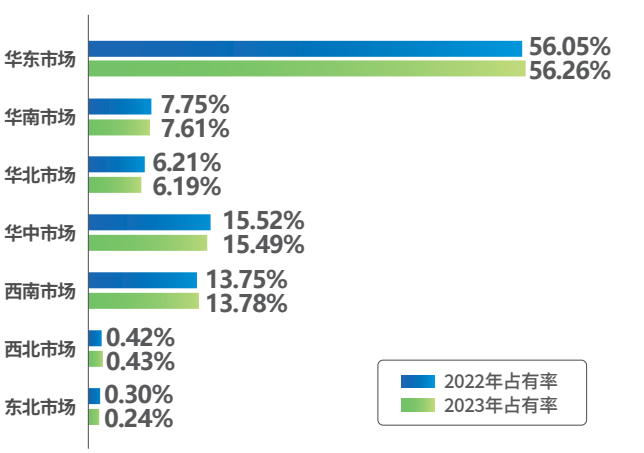
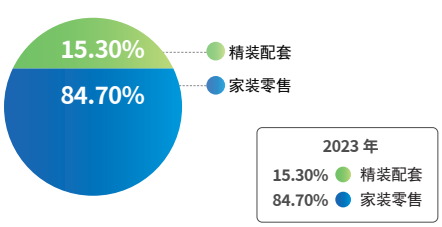


图 2023 年两联供产品市场应用占比



NO.4

第四章

区域市场分析

总结报告

Summary report

1. 江苏市场

JiangSu MARKET

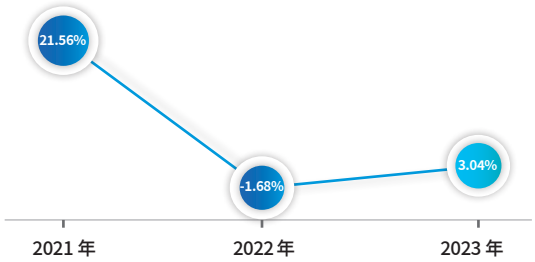
江苏作为中国经济发展较为活跃的地区之一，其中央空调市场规模一直位居全国前列。不过，随着地产经济的持续低迷以及存量项目的消耗，市场也不可避免地受到重创。据统计，2023 年，江苏中央空调市场趋于稳定，市场规模占比为 14.64%。总体而言，2023 年江苏中央空调市场主要呈现以下几个特点：

（1）地产下行，大体量商业项目急剧下滑。地产项目是中央空调市场发展的动力引擎。2023 年江苏省房地产开发投资下滑，对行业造成了较大的冲击力，以商业配套、办公楼、住宅地为主的地产项目逐渐减少，继而周边的配套设施也不再建设，对中央空调总体量影响较大。

（2）项目种类多，但品质不佳，回款难现象骤增。2023 年，工程项目回款难现象愈加严重，尤其是地产项目的回款。众所周知，工程项目规模较大，一旦回款缓慢、垫资金额大，工程商很难再接下一个项目，只能不断进行融资，或放弃其他项目，等待回款。因此，当下不少工程商都是择优而做，规避风险。

（3）工业项目趋于保守，项目投资相对谨慎。2023 年，新能源、通信、电子等类型项目的增多为江苏区域工程市场的发展带来了利好。但受制于宏观市场，投资相对谨慎，项目信息和项目数量并未达到预期。区域上，苏南地区有一些传统项目迁址苏北，同时也有部分外资投产的项目撤资离厂。

图 2021—2023 年江苏市场变化趋势



2021 年	2022 年	2023 年
21.56%	-1.68%	3.04%

图 2021—2023 年江苏市场销售规模占有率对比

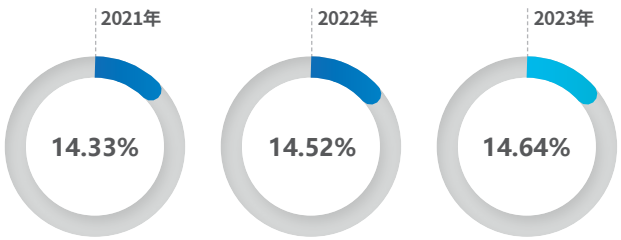
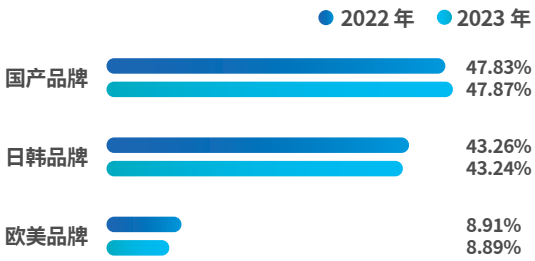


图 2022—2023 年江苏市场三大品牌阵营占比



（4）公建项目逐渐饱和，中小项目相对活跃。作为成熟度较高的市场，江苏各地的公建项目相对饱和，尤其是以医院、学校、轨交等为主的项目。加之地方政府资金吃紧，公建项目建设步伐有所放缓。而中小项目则因市场需求多样化、灵活性强以及政策支持，取得了较为快速的发展，为中央空调市场带来了新的机遇。

（5）内动力不足，零售市场增速放缓。一方面地产市场低迷，导致新房数量锐减；另一方面，经济不景气使得消费者的购买力和信心较弱，这些都在一定程度上制约了零售市场的发展。不过，随着生活水平的不断提升，消费者对于智能、便捷和节能的需求也倒逼市场向更先进的产品方向发展。

从品牌格局来看，2023 年，美的、格力、海尔、天加、海信为代表的国产品牌在江苏市场的品牌集中度进一步加强，增长率、占有率均有所提升。浙江国祥、雅士、堃霖、欧博、东元、必信等品牌凭借在工业项目、细分领域的优势，市场占有率相对稳定。积微 GCHV、科龙中央空调、TCL 智能暖通、长虹等品牌凭借优秀的品牌效应和良好的性价比，也收获不错的市场成绩。欧美系品牌方面，以麦克维尔、江森自控约克为主的水机品牌保持了良好的增长势头。顿汉布什、特灵、开利表现相对稳定。日韩系品牌方面，大金、日立表现出色，东芝、三菱重工空调、三菱电机、富士通将军、三星、LG、松下等品牌的发展也趋于稳定。

从产品格局来看，2023 年，离心机组有所上升，螺杆机组下滑明显，模块机组取得小幅增长。多联机组依旧是江苏区域的主导产品，占比高达 51.59%。单元机组凭借高性价比和安装便捷等优势，占比有所提升。溴化锂机组大幅下滑，两联供略有增长。

对于未来的市场，大多数人表示在消费意愿不强、地产持续低迷的情况下，市场前景不容乐观。当然依旧有少数行业人士认为，市场未来还存在不少机遇。

图 2023 年度江苏市场各大机组占有率对比

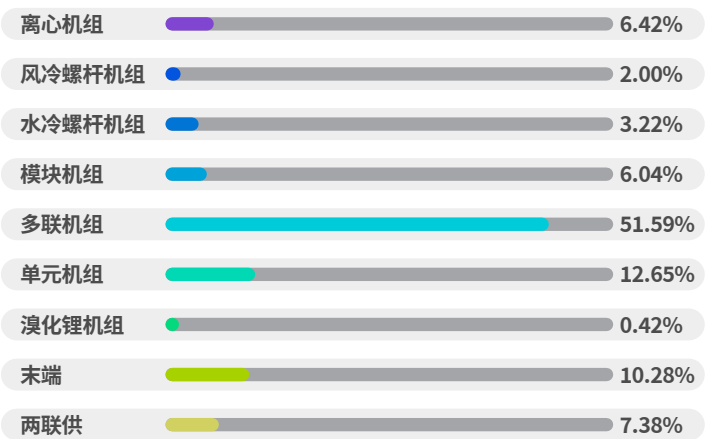
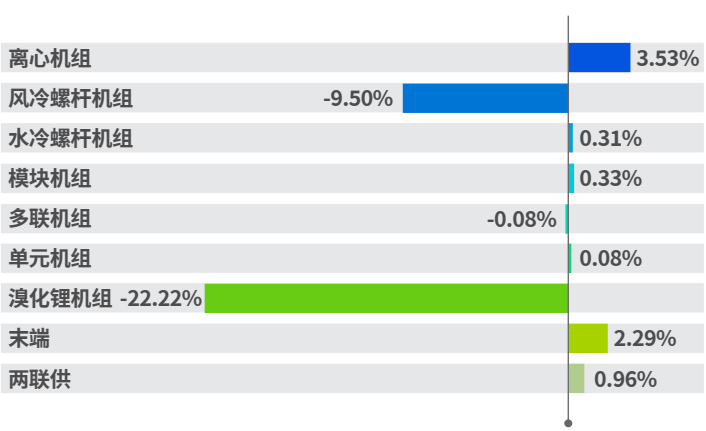


图 2023 年度江苏市场各大机组增长率对比



2. 浙江市场

ZheJiang MARKET

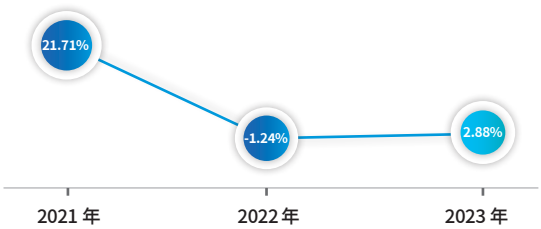
2023 年，浙江省精准高效实施相关政策，推动经济稳进提质，经济运营整体情况持续向好，为中央空调行业提供了良好的发展环境。作为华东区域中央空调品牌主战场之一，浙江市场容量大、成熟度高，竞争也十分激烈。2023 年浙江市场占有率为 12.13%，增长率为 2.88%。总的来看，主要呈现出以下几个特点：

（1）工业经济稳步回升，主导工装市场大盘。2023 年浙江大力推进数字产业化和产业数字化，培育超百亿元数字企业，新增智能工厂和数字化车间超百家，着力掀起新一轮重大项目建设高潮，持续扩大有效投资，这一定程度上为中央空调工装市场发展注入了动能。此外，浙江在承接国家级重大工程和重大生产力布局层面谋划实施一批战略性、支撑性、引领性的重大项目，加快推进重大产业项目建设，制造业、高新技术产业项目数量规模有所增长，也为中央空调工装市场的发展增添了力量。

（2）家装零售容量饱和，渠道下沉集中凸显。受房地产下行和“精装修”政策广泛普及的影响，2023 年浙江家装零售市场表现较为低迷。值得一提的是，依托浙江区域新型城镇化及乡村振兴示范省的打造，县域乡镇市场对中央空调产品需求得以进一步释放，为家装零售市场带来了一丝“暖意”。

（3）各地级市增量活跃，公建项目稳步实施。相较于“省会独大”的城市发展格局，浙江走出来了以杭州中心城市为引领，各地级市区域协调发展的示范之路，众多公

图 2021—2023 年浙江市场变化趋势



2021 年	2022 年	2023 年
21.71%	-1.24%	2.88%

图 2021—2023 年浙江市场销售规模占有率对比

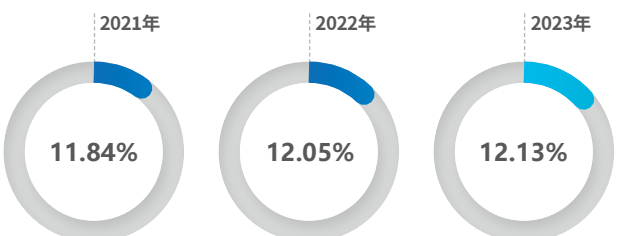
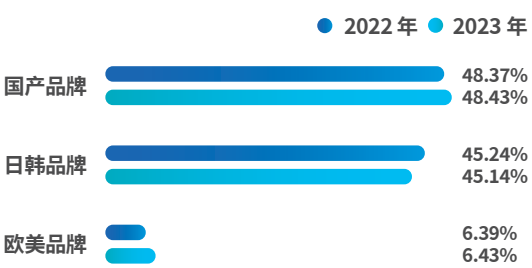


图 2022—2023 年浙江市场三大品牌阵营占比



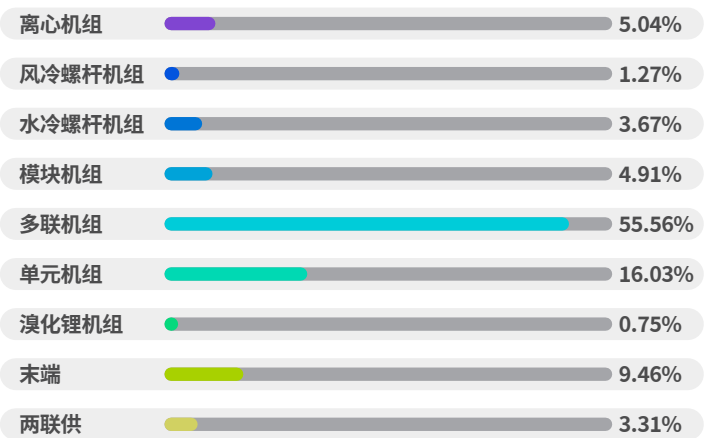
建项目、各地区重大基础设施项目纷纷落定，聚焦交通、能源、水利、科技、城市建设、农业农村等领域，一批优结构、补短板的重大项目加快实施。

（4）两联供市场步伐稳健。近年来，气候条件衍生的采暖需求、经销商的大力推广，都为两联供产品在浙江地区的发展提供了利好。此外，浙江作为经济强省，其居民消费水平高、消费意识超前，更容易接纳新系统、新产品，因此在两联供技术基础上发展而来的三恒、五恒等多恒系统，在当地也有着较好的应用。

从品牌格局看，国产品牌市场占有率达 48.43%，美的、海尔、格力等品牌通过完善的渠道体系及广泛的品牌认知度占据了绝大部分市场份额，另外浙江地区本土品牌，如浙江国祥、奥克斯、盾安、思科制冷等依托工厂优势获得一定的增长。日韩品牌阵营市场占有率达 45.14%，大金、东芝、日立在渠道布局方面精耕细作，增长步伐较为稳健；三菱重工空调、三星、三菱重工海尔、三菱电机、LG 等品牌紧随其后，通过技术创新进一步推动扩大市场规模。欧美品牌阵营以江森自控约克、麦克维尔、开利等为代表，立足工装市场优势，项目数量及规模都有所增长；特灵、顿汉布什、约克 VRF、EK、克莱门特等也通过自身品牌拉力，实现稳步发展。

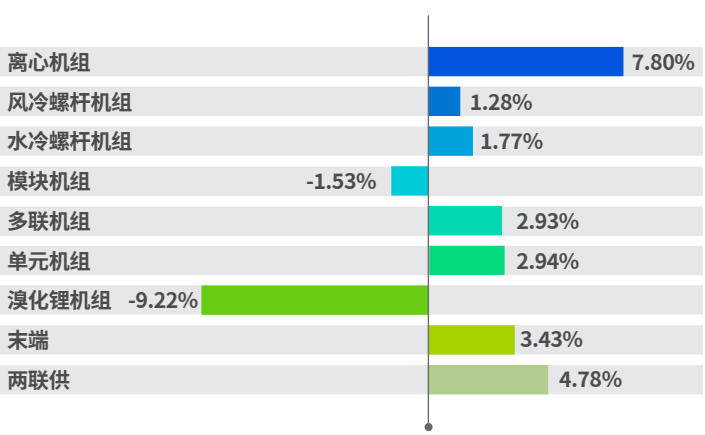
从产品格局看，冷水机组得益于重点工程建设、大型公建项目建设，市场份额较为稳固；虽然商业地产投资收紧，但浙江地区民营经济发展氛围浓厚，中小项目较多，因此多联机市场较为稳定，占有率达 55.56%。末端、两联供等产品凭借各自特定领域的应用优势，也实现了较为稳定的发展。

图 2023 年度浙江市场各大机组占有率对比



在本次调查中，多数受访人士表示较为看好 2024 年的市场发展。不管是投资环境还是营商环境，浙江都处于全国领先位置，随着新年度消费内需的进一步扩大，浙江将迎来民营经济、数字经济的活力与创新，中央空调市场也将随之持续稳进。

图 2023 年度浙江市场各大机组增长率对比



3. 上海市场

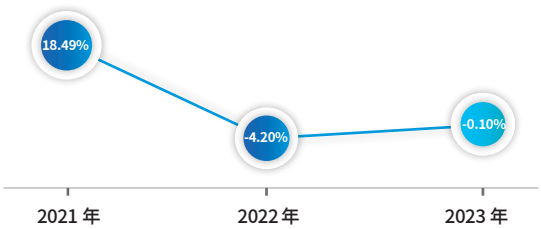
ShangHai MARKET

上海这座城市经济发达、市场庞大，作为国际金融贸易中心以及华东市场的重要组成部分，是众多中央空调厂商的必争之地。各大品牌在上海市场的占有率、渠道建设布局等方面的完成度和成熟度均很高，在这样稳定的市场环境下，各品牌的竞争也异常激烈。据《中央空调市场》统计， 2023 年上海中央空调市场在诸多因素的影响下承压前行，市场占有率为 6.07%，同比下滑 0.10%。总体而言，2023 年上海中央空调市场主要呈现以下几个特点：

（1）工程项目市场不容乐观。由于政府政策的收紧和资金的短缺，2023 年上海市场中公建项目、大标项目明显减少，工程市场相对萎靡。不过遗留项目的推进、中小项目的增多和节能改造项目的涌现，为上海中央空调市场带来了一定的增量。值得一提的是，与以往相比，不管是大型的招投标项目还是民间投资的中小项目，在选择暖通方案时都更加注重产品的性价比，这为国产品牌的发展提供了利好。

（2）家装零售市场增速放缓。2023 年，随着市场的全面放开，用户的装修需求有所释放，加上一部分早期安装家用中央空调的客户有了更新换代的需求，这在一定程度上推动了上海中央空调家装零售市场的发展。此外，在房地产遇冷期间，一些开发商出于经济考虑，搁置了不少精装修配套项目，甚至还有一

图 2021—2023 年上海市场变化趋势



2021 年	2022 年	2023 年
18.49%	-4.20%	-0.10%

图 2021—2023 年上海市场销售规模占有率对比

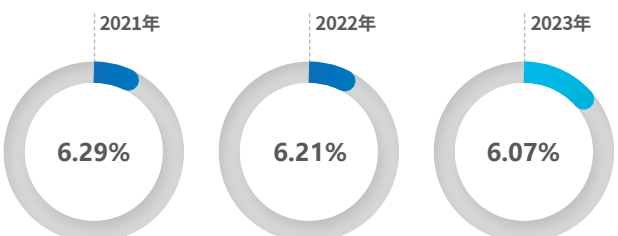
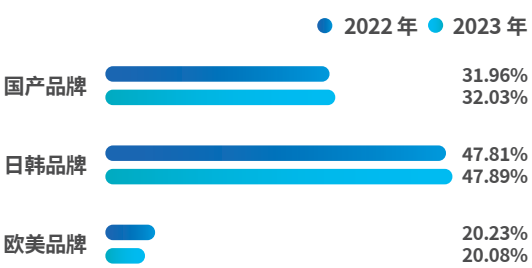


图 2022—2023 年上海市场三大品牌阵营占比



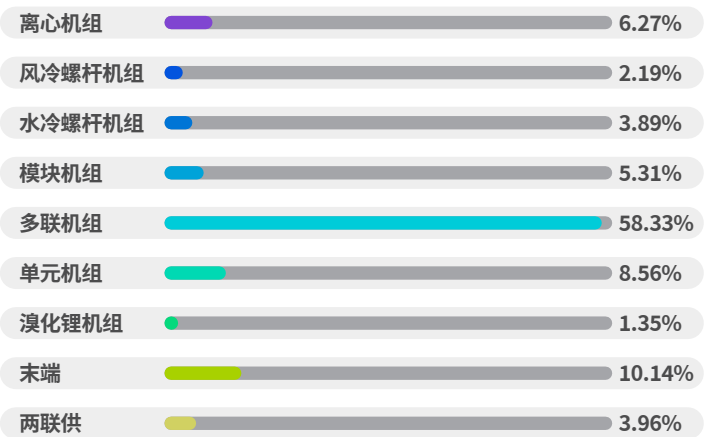
部分联排别墅均以毛坯形式出售，这批刚需装修转化成部分零售增量，对零售市场起到一定的刺激作用。然而，从相关数据来看，土拍成交规模的下降和二手房成交数量的减少，或将对上海未来零售市场的发展造成不利的影响。

（3）工业战略性新兴产业成增长点。近年来，上海着力实施“上海制造” 品牌行动计划，培育壮大战略性新兴产业，推动制造业不断向产业链、价值链高端跃升。在此背景下，汽车制造业、电气机械和器材制造业、通用设备制造业实现了较好的发展，在为上海经济发展提供动力的同时，也为中央空调市场的增长带来利好。

从品牌层面来看，上海市场品牌格局较为稳定。上海市场作为全国为数不多的高价市场，外资品牌以其高端的市场定位得到了巨大的认可，但是随着国产品牌的崛起，以高端性能取胜的外资品牌优势不复往年。日韩品牌中，大金、日立、东芝等依旧在上海家装零售市场依旧取得不俗的成绩。以美的、格力、海尔等为首的国产品牌凭借在技术和产品性能上的崛起和突破，在上海市场越来越受到重视，也有着不错的表现。欧美品牌在大型工程项目上优势突出，麦克维尔、开利、江森自控约克等品牌依然位于水机市场前列。

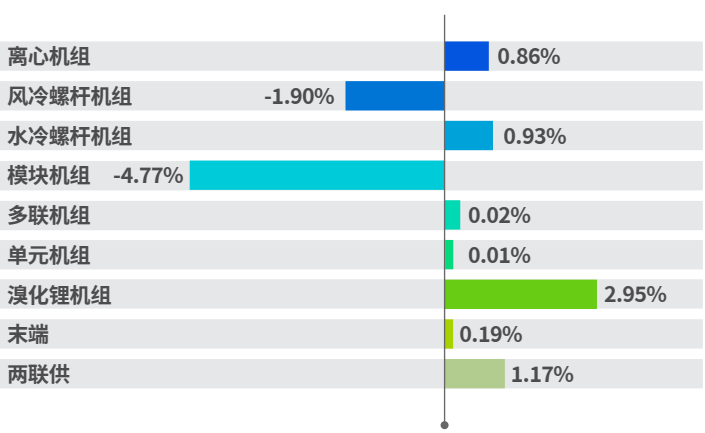
从产品层面来看，多联机组依旧在上海市场中占据主导地位，占有率达 58.33%。冷水机组中，风冷螺杆机组市场占比有所下滑，水冷螺杆机组略有上升。而随着中小项目和改造项目的增多，单元机组得到了较好的应用。溴化锂机组市场占有率上升至 1.35%。两联供产品因厂商的双重推进和受众认知度的提升，占有率有所提升。

图 2023 年度上海市场各大机组占有率对比



上海作为华东市场的重要组成部分，已经形成了相对稳定的品牌格局，市场较为成熟。一些厂家和渠道商都在积极地转型、拓展，寻找新的增长点。从调查结果来看，大部分行业人士对未来市场走向表示担忧，仅有少部分行业人士保持着一种平和的态度。

图 2023 年度上海市场各大机组增长率对比



4. 安徽市场

AnHui MARKET

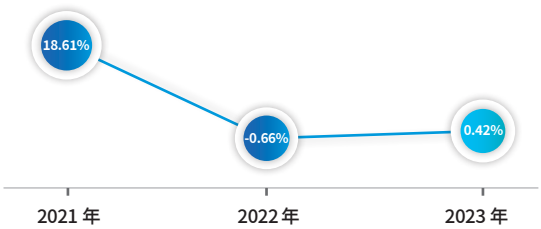
近年来，长三角一体化发展国家战略给安徽区域经济整体发展带来了机遇与势能。2023 年，尽管国内中央空调市场难掩增长疲态，但安徽区域借助长三角一体化的“东风”，整体经济发展“皖美”绽放，给当地中央空调市场提供了良好氛围。2023 年，安徽区域中央空调市场同比增长 0.42%，占有率达 3.39%，主要呈现以下几个特点：

（1）楼市步入寒冬，零售市场黯然神伤。尽管一系列救市政策频发，但受市场供需、经济大环境等因素影响，2023 年，安徽区域内新房、二手房成交量均出现大幅下滑，严重制约了中央空调家装零售市场的发展。此外，经济大环境的不确定，也导致消费需求走低，部分零售商开始向市场妥协，在微利状态下承压前行。

（2）工业势能强劲，项目市场稳健增长。2023 年，安徽省运用“科创＋产业”激活工业投资变量，与“芯屏汽合、集终生智”产业相关的零碳工业园区项目，给当地中央空调工程市场带来了可观增量。同时，安徽对传统产业提质增效的绿色改造并未放松，给市场带来了许多节能改造项目。

（3）暴雷潮延续，精装配套市场躺平。2023 年，房地产行业延续去年的颓势，出现二次集中暴雷的浪潮，安徽区域内房企新建项目数量腰斩，精装配套项目锐减，给不少工程商带来了冲击。此外，安徽土地市场的“流拍潮”和楼市的“抛售潮”，一定程度上引发了房企“躺平潮”，房产配套项目中长期困扰工程商的回款难、账

图 2021—2023 年安徽市场变化趋势



2021 年	2022 年	2023 年
18.61%	-0.66%	0.42%

图 2021—2023 年安徽市场销售规模占有率对比

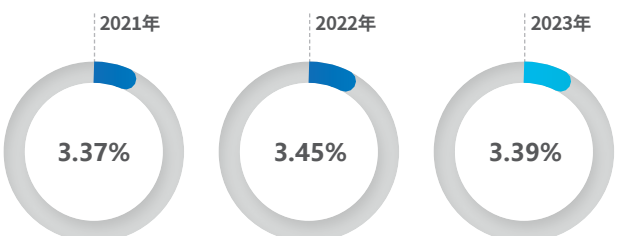
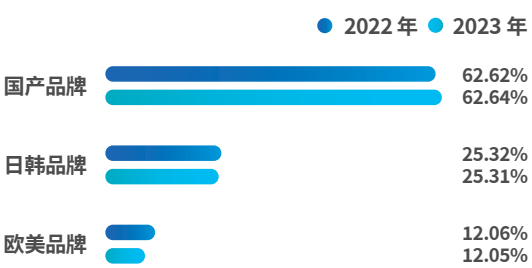


图 2022—2023 年安徽市场三大品牌阵营占比



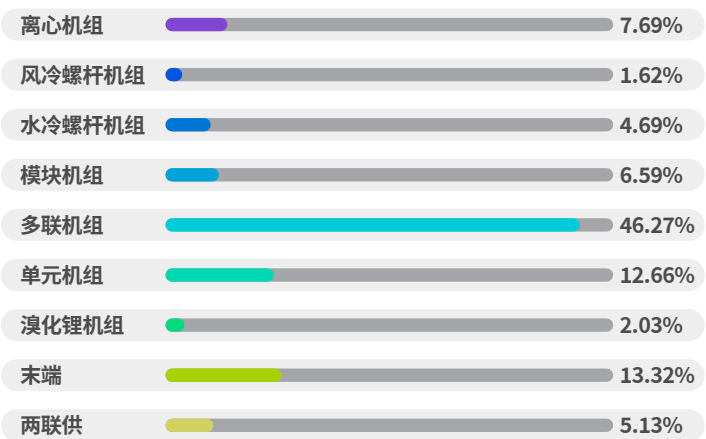
目高、周期长等问题更加凸显，因此商家入局楼盘配套项目时更加谨慎。

（4）两联供市场火热。随着生活水平的提高，人们的采暖需求正从功能性逐渐向舒适性升级，两联供凭借舒适性、灵活性、兼容性等优势在安徽市场受到越来越多消费者的青睐，尤其在高端住宅和别墅项目得到了广泛应用。

品牌层面，2023 年，国产品牌仍牢牢占据着安徽市场的主动权，占有率达 62.64%，日韩及欧美品牌阵营占有率有所下滑。国产品牌方面，格力、美的位居市场前列，海尔、天加保持稳定的销量。海信、浙江国样、盾安、积微 GCHV、奥克斯等品牌在当地也取得了不错的成绩。日韩品牌方面，大金保持首位，日立在市场营销方面活跃度较高，占有率有所提升。三菱重工空调、东芝、三菱电机、三菱重工海尔、富士通将军、LG、三星、松下、荏原、江森自控日立万宝等品牌均取得了不错的市场业绩。欧美品牌方面，麦克维尔市场占有率稳居第一，江森自控约克紧随其后，特灵、开利表现抢眼，增长稳健。另外，顿汉布什、克莱门特、EK 等品牌在安徽市场也占有一席之地。

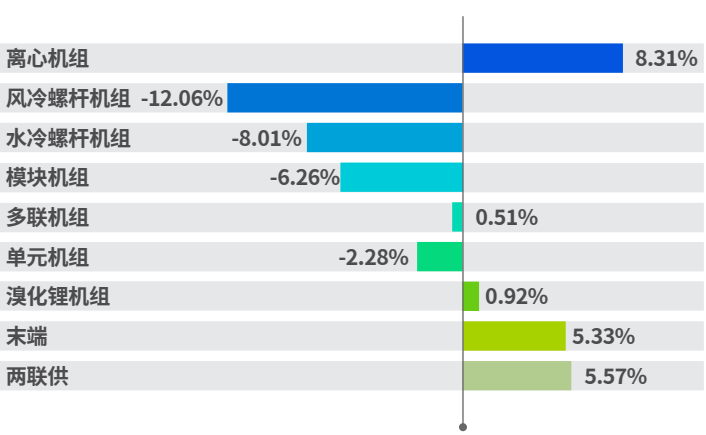
产品层面，多联机市场份额依旧位居首位，占有率达 46.27%。离心机表现抢眼，尤其在国家大力推行绿色建筑发展理念的背景下，在电子、医药等新兴产业领域得到了较好的应用，市场份额明显提升。模块机、单元机因中小项目数量减少，占有率分别降至 6.59%、12.66%。水地源热泵产品份额被进一步挤压，产品越来越边缘化。两联供产品因基数小、利润空间大，受渠道追捧，市场增幅较大。

图 2023 年度安徽市场各大机组占有率对比



从市场反馈的信息看，大部分行业人士对 2024 年安徽中央空调走势持乐观态度。他们认为国家经济调控政策增加了经济复苏的可能性，这或将给商业和房地产市场带来起色。不过，无论市场朝着哪个方向发展，可以肯定的是中央空调行业马太效应将愈加凸显。

图 2023 年度安徽市场各大机组增长率对比



5. 广东市场

GuangDong MARKET

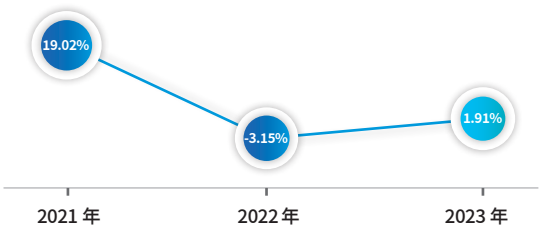
广东省是华南经济的龙头之一，也是中国经济发展的重要组成部分，拥有广州、深圳两座一线城市以及珠三角经济圈，展现出强大的实力和活力。随着疫情防控政策的放开，广东向常态化增长轨道回归，经济增长动能不断优化，带动了当地中央空调市场的发展。据不完全统计，2023 年广东中央空调市场同比增长 1.91%，占有率为 10.51%。总体而言，2023 年广东中央空调市场主要呈现以下几个特点：

（1）房地产持续低迷，零售市场遭遇打击。2023 年，在房地产下行、政策调控以及市场不确定性加强的影响下，广东房地产投资大幅下滑，并且二手房价格跌幅超过新房。相关数据显示，前三季度，广东房地产开发投资 1.03 万亿元，同比下降 8.4%；其中，商品住宅投资下降 6.9%，这对中央空调家装零售市场造成了消极的影响，发展前景不容乐观。

（2）工业项目稳健发展，带来发展增长点。广东省作为全国乃至全球的制造业重要基地，2023 年在工业领域表现突出，工业投资连续 35 个月保持两位数增长，尤其是在 5G、电子、汽车、家电等高科技制造业方面取得了相关突破，优质项目数量有所增加，在一定程度上给当地中央空调市场的发展带来了利好。

（3）政策支持，轨道交通表现抢眼。随着新基建领域需求的持续释放，广东相继推出一系列政策，加大对基础设施和重大项目的支撑力度，推动城市群交通一体

图 2021—2023 年广东市场变化趋势



2021 年	2022 年	2023 年
19.02%	-3.15%	1.91%

图 2021—2023 年广东市场销售规模占有率对比

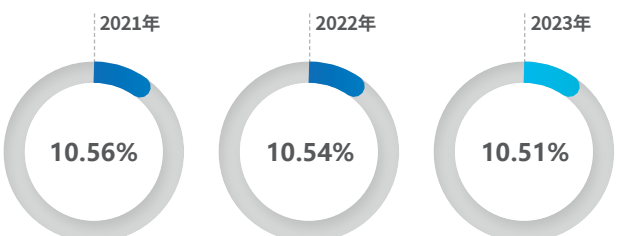
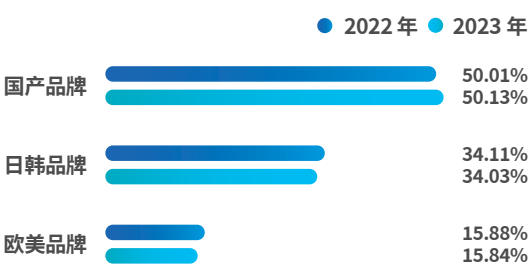


图 2022—2023 年广东市场三大品牌阵营占比



化、都市圈轨道交通建设的发展，打造了汕汕高铁、广州白云站、佛莞城际、广佛南环等轨道交通项目，为中央空调市场提供了更多的机遇。

从品牌层面来看，2023 年，广东市场的品牌格局并未发生明显改变。美的、格力、积微 GCHV、麦克维尔、申菱、西屋康达、EK、TCL 智能暖通、江森自控约克、江森自控日立万宝、美博等品牌凭借在本土的制造产业基地优势，有着不错的市场表现。同时，2023 年广东市场“国进外退”的趋势进一步凸显，国产品牌市场占有率达 50.13%，美的、格力依然占据市场的主动权，品牌影响力不断提升，海尔、天加在当地也有着较高的知名度。日韩品牌保持着较为稳定的市场占有率，其中，大金在市场上一直保持着较高的份额，实现稳定增长，日立紧随其后。东芝、三菱重工空调、三菱电机、富士通将军均保持着一定的市场份额。欧美品牌方面，市场占有率有所下滑，江森自控约克保持领先位置，麦克维尔表现抢眼，开利、特灵表现稳定。

从产品层面来看，由于零售市场发展受阻，多联机占有率有所下滑，为 45.24%。离心机在工业项目中得到了较好的应用，市场占有率得到一定的提升。螺杆机、模块机整体保持平稳。末端净化类产品市场占有率下降至 11.83%。两联供在当地尚处于培育期，规模偏弱。水地源热泵因产品基数小，整体保持平稳，没有太大的变动，溴化锂机组下滑明显。

从市场人士反馈的信息看，虽然 2023 年广东房地产市场面临一系列的不确定因素，发展并不乐观，但广东坚持实体经济为主、制造业当家，实施“大产业”“大平台”“大项目”“大企业”“大环境”五大提升行动，不断向制造强省迈进，也将给 2024 年广东中央空调市场带来一定的机遇。不过无论市场好坏，小品牌今后的市场生存压力都将进一步增大，尤其是大品牌的渠道下沉将从根本上挤压小品牌的生存空间。

图 2023 年度广东市场各大机组占有率对比

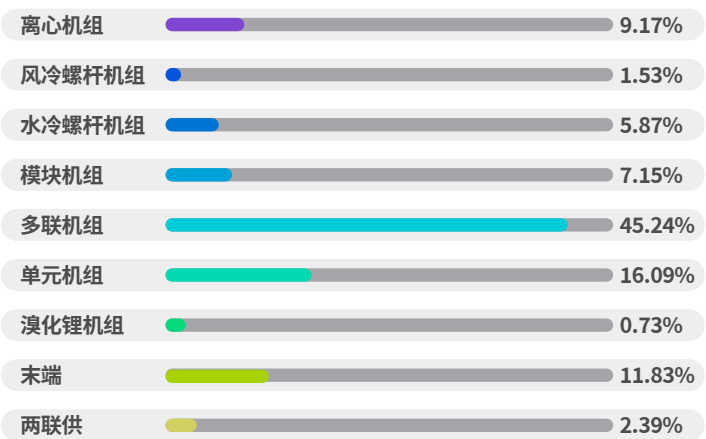
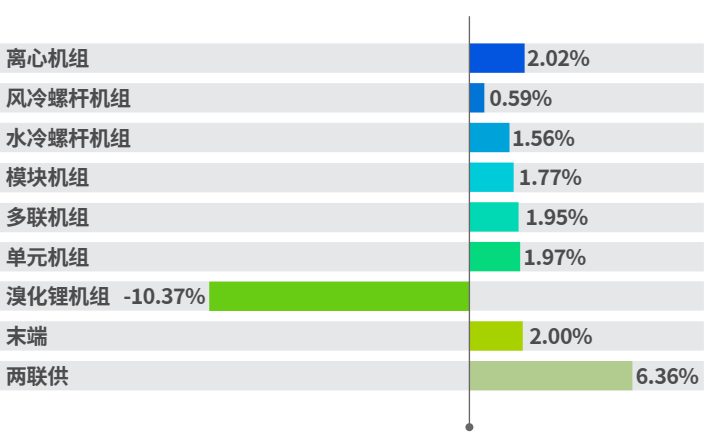


图 2023 年度广东市场各大机组增长率对比



6. 福建市场

FuJian MARKET

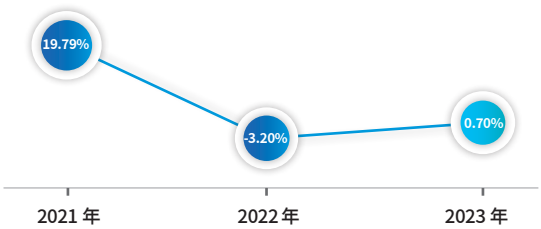
作为华南市场的重要组成部分，福建一直是品牌竞争的主战场，尤其是福州、泉州、厦门三地更是品牌关注的重点区域。在地产下行、整体经济增速放缓的背景下，福建中央空调市场也受到一定的影响。2023 年，福建中央空调市场略有增长，在全国的市场占有率为 4.02%。总体而言，2023 年福建省中央空调市场有以下几点特征：

（1）公建项目增速放缓，工业项目平稳向上。受到国家以及福建省经济发展政策的影响，地方政府财政资金较为紧张，前两年密集投资建设的医院、学校、体育馆等项目基本已建设完成，2023 年此类民生类项目的增速明显下滑，尤其是福州和厦门等城市。与之相比，工业项目表现较为稳健，新能源汽车、锂电池、电子等工业项目数量增多，为中央空调市场带来一定的增量。

（2）地产配套持续低迷，商业地产萎靡不振。长期以来，闽系房地产商是国内房地产商业举足轻重的力量，旭辉、世茂、正荣、融创等品牌在国内位居前列，但是房地产市场连续两年的低迷，使得地产配套市场陷入下滑期。2023 年，由于部分地产商精装改毛坯、精装减配，一些依赖地产配套业务的品牌业绩明显下滑。与此同时，由于整体经济的不景气，商业地产项目过度饱和，写字楼空置率处于高位，这一类项目的减少也给市场的发展带来了不小的影响。

（3）家装零售不温不火，中小项目平

图 2021—2023 年福建市场变化趋势



2021 年	2022 年	2023 年
19.79%	-3.20%	0.70%

图 2021—2023 年福建市场销售规模占有率对比

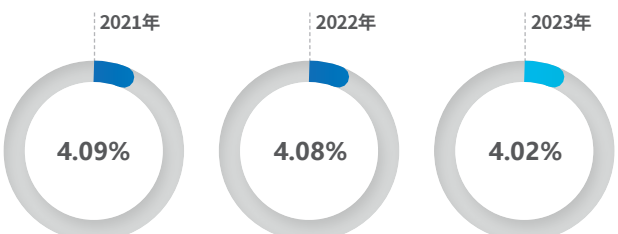
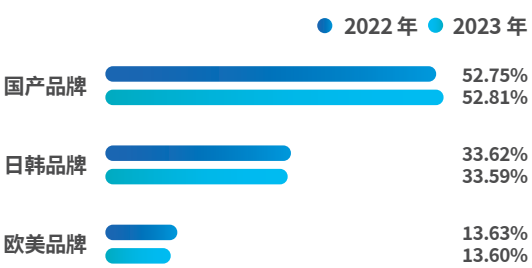


图 2022—2023 年福建市场三大品牌阵营占比



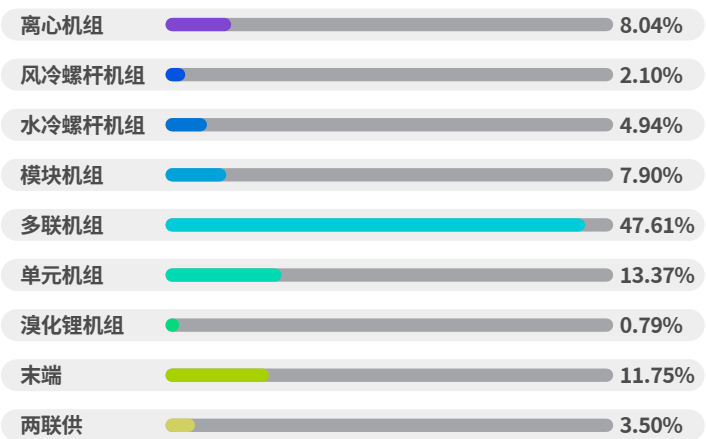
稳有序。由于房价的持续走低，消费者购房呈观望态度，新房数量的锐减对家装零售市场产生了较大的影响。并且，在既存的有限装修用户中，大多数消费者更趋理性，性价比成为重要考量标准。在这样的趋势下，不少大零售商开始在服务上加大力度，同时加速将店面向县城市场下沉。相对而言，中小项目数量相对平稳，尤其是酒店、餐饮店等项目。

（4）价格战愈演愈烈，项目利润微薄。在地产下行、地方财政资金收紧的大背景下，工程市场中项目数量显著减少，项目规模也明显收缩，但是工程商的数量却无明显变化，以至于经常出现一个项目十个人抢的局面，厂商压力陡增，价格战此起彼伏。

从品牌格局分析，国产品牌市场规模保持领先，日韩品牌紧随其后，欧美品牌次之。国产品牌方面，美的、格力、海尔等国产品牌销量保持平稳，市场总占有率达52.81%，占据福建市场的半壁江山。日韩品牌中，大金、日立、东芝、三菱重工海尔、三菱重工空调等品牌表现不俗，占据着高端市场。欧美品牌虽然整体表现欠佳，但江森自控约克、开利、麦克维尔等品牌依然凭借强大的品牌影响力，实现了较为稳定的发展。此外，积微 GCHV、TCL 智能暖通、申菱、三星、LG、富士通将军、浙江国祥、荏原、盾安、东元、江森自控日立万宝、堃霖等品牌也取得了良好的成绩，在市场中保持着一定的份额。

从产品格局分析，多联机组受大环境的影响，出现一定程度的下滑，占比降至47.61%。离心机组略有上升，占比为 8.04%；水冷螺杆、风冷螺杆小幅上升。机型，末端

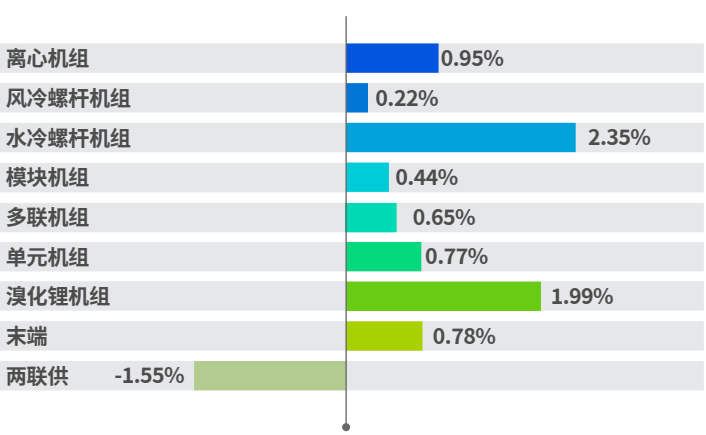
图 2023 年度福建市场各大机组占有率对比



虽然未有较快增长，但因为各大厂家的加入，保持着稳定的销量。

尽管 2023 年福建市场表现不尽人意，但对于 2024 年的市场发展，依然有 30% 的市场人士保持着乐观的心态。此外，从如今搜集的项目情况来看，也有 40% 的市场人士认为新一年的市场并不乐观。

图 2023 年度福建市场各大机组增长率对比



7. 广西市场

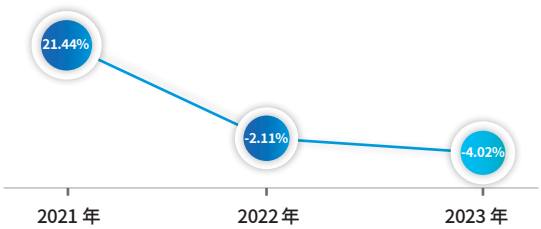
GuangXi MARKET

地处中国地势的第二阶梯，广西总体是山地丘陵型盆地地貌，山地高，平原少，地形起伏较大，交通不便，增大了区域内的基建成本与经济发展难度，主要表现为城镇化水平低，产业难以形成规模化发展，中央空调市场容量较小。2023 年，受产业转型升级影响，广西区域旧动能拉力消减，新动能接续不上，整体投资、消费意愿低迷，中央空调销售规模缩减，市场下滑 4.02%。总体而言，2023 年广西中央空调市场呈现出以下几个特点：

（1）地产项目复苏疲软，高端市场较为稳健。受房地产暴雷及楼市政策影响，广西土地成交额明显下滑。在发达地区“虹吸效应”影响下，广西人口流出量大，偏低的人口密度难以支撑城区发展，地产项目复苏多艰。此外，广西城镇化水平较低，地产项目以毛坯房为主，精装房推进力度远低于经济发达地区。但经济下行压力下，这种现象并未给家装零售带来利好。而高端市场则呈现出平稳态势，吸引众多品牌入局，竞争压力持续增大。

（2）固定资产投资乏力，旅游消费释放潜力。数据显示，今年上半年广西全区固定资产投资同比下降 21.1%，各地市级投资齐齐滑落，在市场上表现为中小项目数量缩减。随着“新基建”政策持续推进，广西加快构建现代化基础设施体系的步伐，为中央空调市场带来一定利好。同时，旅游热带动新机遇，广西独特的气候条件和山水资源吸引了诸多游客的到来，

图 2021—2023 年广西市场变化趋势



2021 年	2022 年	2023 年
21.44%	-2.11%	-4.02%

图 2021—2023 年广西市场销售规模占有率对比

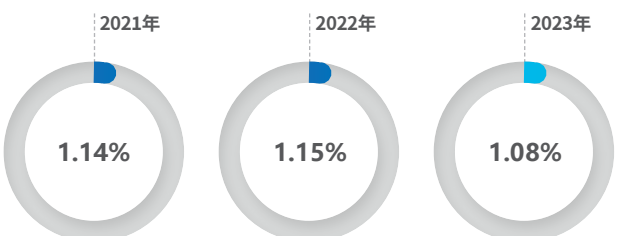
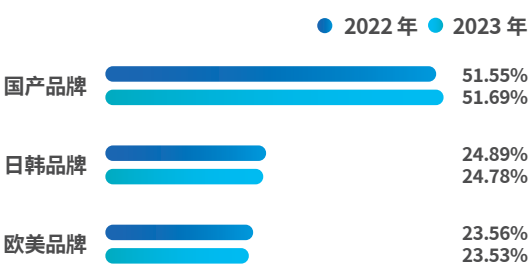


图 2022—2023 年广西市场三大品牌阵营占比



带动酒店、餐饮等业态掀起回暖潮。

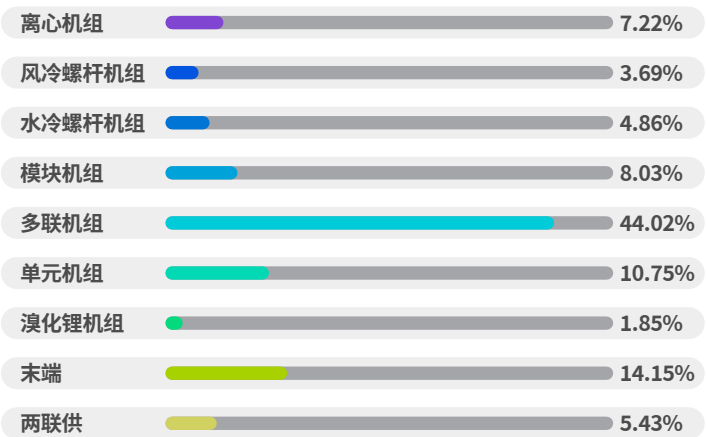
（3）二手市场活力涌动，品牌竞争内卷加剧。在消费升级和资金紧张的双重因素冲击下，广西中央空调二手市场活力涌动，市场潜力巨大。尤其是在中小项目领域，为了追求性价比，九成新的机组受到市场青睐。同时，面对行业下行压力，品牌、经销商多措并举，将重心从“市场拓展”转变为“活下去”。线上平台成为各厂家获取增量的新渠道。但另一方面，这也进一步挤压了经销商的生存空间，加快了渠道的洗牌速度。

从品牌格局来看，广西中央空调市场“国进外退”趋势明显，国产品牌市场占有率达 51.69% 。其中美的发展势头迅猛，稳居中央空调头部行列。海尔、格力、海信、浙江国祥、积微 GCHV、盾安、雅士、欧博等国产品牌市场表现稳定。日韩品牌在高端市场、星级酒店、私人别墅等项目中成绩亮眼，大金、日立、东芝等品牌市场占有率保持稳定。但在以总包模式为主的广西市场，在愈加注重性价比的当下，欧美品牌价格并不占优势。不过江森自控约克、麦克维尔、开利、特灵等品牌依旧保持着相对稳定的发展。

产品层面，场景适应性更强的多联机在广西区域仍然保持较高的市场占有率，为 44.02%。水冷螺杆机组受工业项目缩减影响，市场占有率有所下滑。

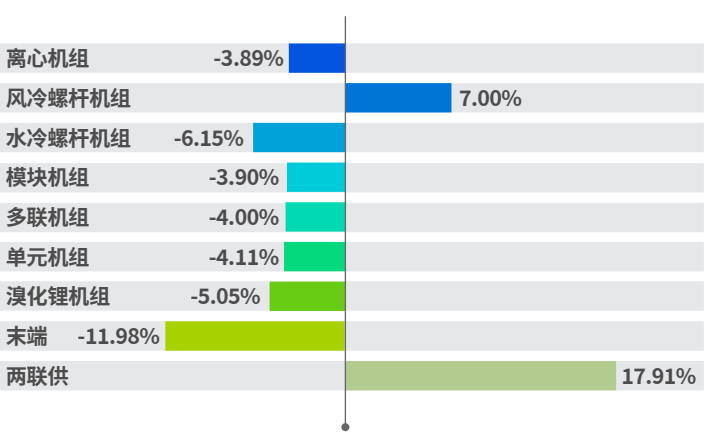
从市场反馈来看，大部分业内人士对 2024 年中央空调市场走势持保留意见，认为发展情况并不明朗。一方面，经济下行压力大，项目数量减少，投资消费意愿低迷等多重不利因素叠加，让中央空调发展之路迷雾重重。另一方面，随着旅游业蓬勃发展，

图 2023 年度广西市场各大机组占有率对比



广西酒店、餐饮等细分领域活力涌现，将为中央空调市场带来更多利好。此外，新兴产业、数据中心等细分领域将为广西市场带来新机遇。不过，面对“僧多粥少”的市场局面，品牌竞争将更加激烈，经销商生存空间将被进一步压缩，发展之路任重道远。

图 2023 年度广西市场各大机组增长率对比



8. 江西市场

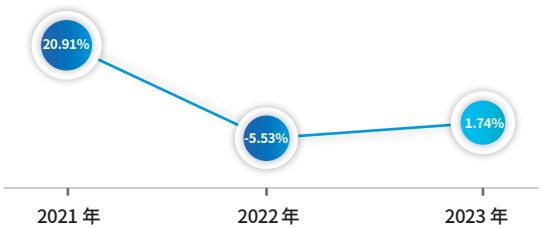
JiangXi MARKET

作为唯一与长江三角洲、珠江三角洲及闽东南三角区同时相邻的省份，江西省可谓是“四面逢源”，是长江经济带及长江中游城市群的重要组成部分，具有巨大的发展潜力。2023 年，家装零售市场因消费降级下滑明显，工程市场波动大、回升慢、资金压力大等问题成为江西市场从业人员的共鸣。尽管如此，相关数据显示，与去年同期相比，2023 年中央空调江西市场整体略有增长，占有率为 2.20%。总体而言，2023 年江西中央空调市场主要呈现以下几个特点：

（1）工程市场下滑坡度大，中小项目数量锐减。作为摆脱疫情封控的第一年，2023 年江西省继续加大在交通、能源、水利等领域重大项目基础设施建设的力度，加强对新兴产业、战略性新兴产业的支持，但是对于本省中央空调市场而言并未带来很大的推动作用。工程市场原本就存在的项目搁置、回款难等问题，致使大部分工程商不愿意激进冒险承接大型工程类项目。与此同时，从下半年开始，中小项目大幅度下滑致使市场低价竞争更加严峻，品牌厂家承压明显。

（2）家装零售市场持续下行，消费降级明显。其实，江西家装零售市场的下滑在很多人的预期之内。一方面，房地产行业下行已是大趋势。虽然第一季度江西房地产市场迎来“小阳春”，但市场复苏持续性不足，从二季度就开始下滑，房地产市场面临较大压力。另一方面，由于经

图 2021—2023 年江西市场变化趋势



2021 年	2022 年	2023 年
20.91%	-5.53%	1.74%

图 2021—2023 年江西市场销售规模占有率对比

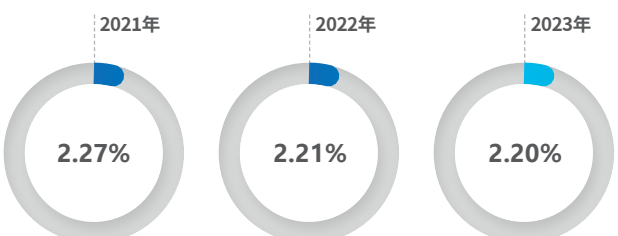
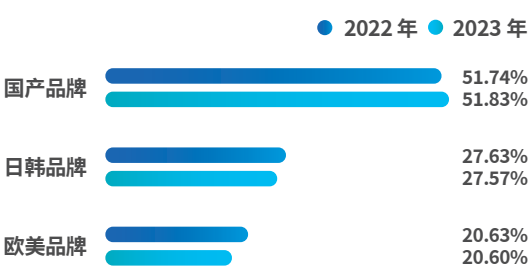


图 2022—2023 年江西市场三大品牌阵营占比



济形势的变化，消费者开始更加理性地消费，消费市场的疲软与降级成为 2023 年中央空调市场最普遍的特点之一。

（3）更新改造市场需沉淀，井喷增长在未来。随着国家陆续出台支持超低能耗建筑建设的相关政策，建筑节能更新改造市场迎来重大发展机遇，中央空调也逐步迈入更新改造的存量市场。但对于江西市场来说，由于中央空调入场相对较晚，没有足够的时间沉淀，也没有充足的市场存量，因而还未能迎来更新改造发展的高潮期。

从品牌格局看，2023 年江西中央空调市场品牌格局保持稳定。以美的、格力、海尔、海信、天加、积微 GCHV、奥克斯、国祥等为代表的国产品牌，在市场上表现亮眼，成绩斐然，市场占有率达 51.83%。日韩品牌方面，大金、日立、东芝继续夯实了其在江西中央空调市场的地位，LG、富士通将军、三菱重工空调等也不甘落后，取得了不错的市场成绩。欧美品牌方面，江森自控约克、麦克维尔、开利、特灵、顿汉布什等依旧以离心机为主，实现稳定发展，市场占有率为 20.60%。

从产品格局看，多联机依旧是江西中央空调市场最火热的权重产品，占比达 46.09%。美的、格力、大金、日立、东芝等品牌在各自的优势领域均衡发展，带动了多联机组的进一步创新与发展。单元机市场占有率有所下滑，市场接受度较高的两联供市场发展平稳。末端产品在被加载了净化功能后更受市场重视，占有率上升至 13.98%

关于 2024 年的市场走向，行业大多数人士认为，2024 年上半年不会有太多的大项目启动，工程市场的发展暂时不会有明显好转。由于市场消费降级现象的持续出现，厂家价格不断下调，生产成本却持续上涨，利润空间逐步缩小，致使整个市场没有足够的动力积极发展。

图 2023 年度江西市场各大机组占有率对比

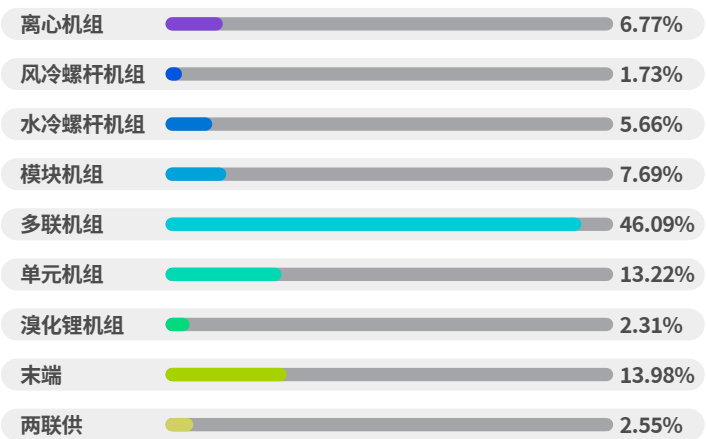
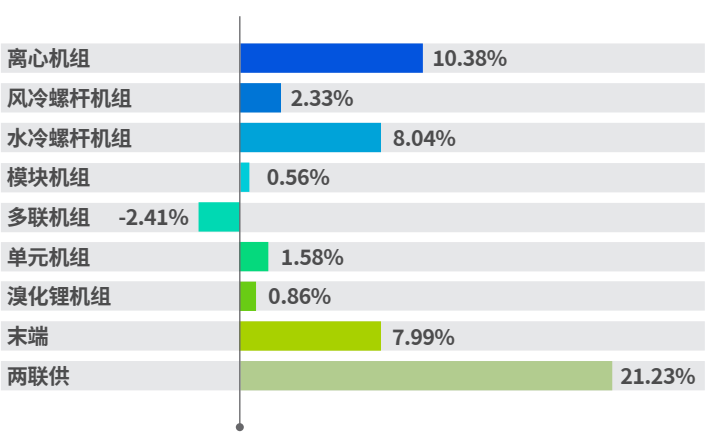


图 2023 年度江西市场各大机组增长率对比



9. 海南市场

HaiNan MARKET

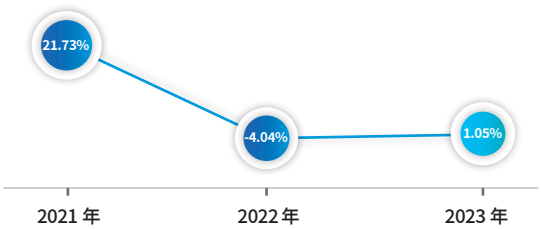
随着自由贸易港封关步伐的迈进，不少跨国投资相继在海南落地，为中央空调市场注入活力。但地产行业作为支柱型产业在受到严格的调控和限购政策后，一直处于低迷状态，给海南中央空调市场的发展带来一定的影响。据统计，2023 年海南中央空调市场小幅增长，市场占有率为0.88%。总体而言，2023 年海南中央空调市场主要呈现以下几个特点：

（1）地产紧张，资源稀缺。自 2018 年开始，海南大幅减少商品住宅土地供应，暂停海岸线 200 米以内的建设开发，暂停填海项目和 100 平米以下住宅户型的审批建设。海南的地产资源项目一直处于低迷状态，对中央空调的需求量不断减少。但海南为吸引更多人才和企业，对限购政策进行优化，也释放了更多购房需求。

（2）生物医药产业薄发，前景广阔。海口高新区是海南唯一一个国家级高新区，其生物医药产业已形成以“海口药谷”为核心的产业聚集区域，辐射美安生态科技新城、桂林洋经济开发区、云龙产业园，产生良好的规模集聚效应，这在一定程度上助力了暖通行业的发展。

（3）新型农业成为下一个发展方向。2023 年，三亚崖州湾科技城多措并举推动种业创新发展，围绕生物工程育种、农业科技孵化器、南繁科创基金三大板块业务开展战略合作；同时，崖州湾现代种业产业集群入选全省首批百亿级重点创建产业集群名单。农业实验室、检测中心以及相应的配套、民

图 2021—2023 年海南市场变化趋势



2021 年	2022 年	2023 年
21.73%	-4.04%	1.05%

图 2021—2023 年海南市场销售规模占有率对比

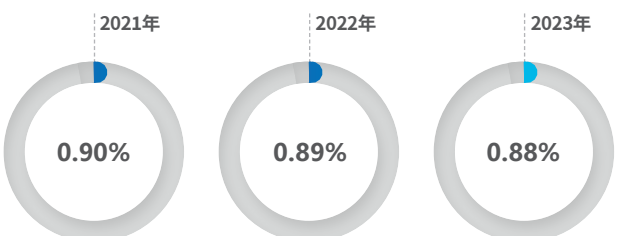
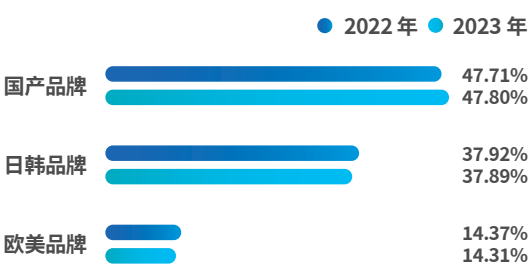


图 2022—2023 年海南市场三大品牌阵营占比



生项目相继落地，促进了中央空调市场的发展。

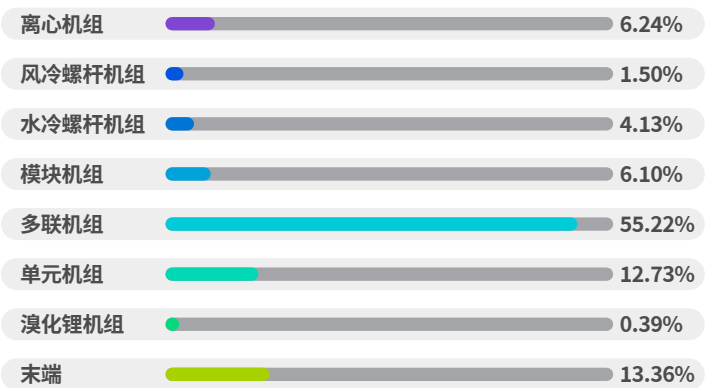
（4）项目内卷严重，低价中标现象频发。对于工程商来说，2023 年的目标是生存。因此，不少企业不惜降低利润也要抢占项目。但这种竞争方式不仅影响了企业的利润空间，还可能引发产品质量下降、售后服务不到位等问题，最终损害消费者利益，给企业带来很大的风险和隐患。归根结底，市场还需更加严格的措施和条例，以规范促进中央空调行业良性发展。

（5）零售市场增速放缓。严格的限购令、高昂的房价以及消费降级等因素均导致海南家装市场走势再次下滑。但在海南楼市优化调整政策措施下，三亚、陵水房产因宜居气候和风景优美等优势得到快速发展。此外，2023 年购房人在消费心理上更加理性，对产品品质的要求更高，不少高端配置的暖通系统也得到一定发展。

从品牌格局来看，2023 年国产品牌发展势头依旧迅猛，在工农业、公建项目、生物医疗项目上服务较多，2023 年国产品牌市场占有率为 47.80%，其中，美的依旧保持了领先的市场地位，海尔凭借磁悬浮中央空调在改造、公建类项目上拥有一定的增量，海信因齐全的产品链在市场受益明显。欧美品牌方面，麦克维尔、江森自控约克、开利、特灵、顿汉布什等品牌依旧占据较为稳定的市场份额。日韩品牌方面，在地产下行大环境下，大金、日立、东芝受到一定的影响，但基于在其他领域多方发力、渠道的深耕开拓以及宣传力度的加大，发展相对平稳。

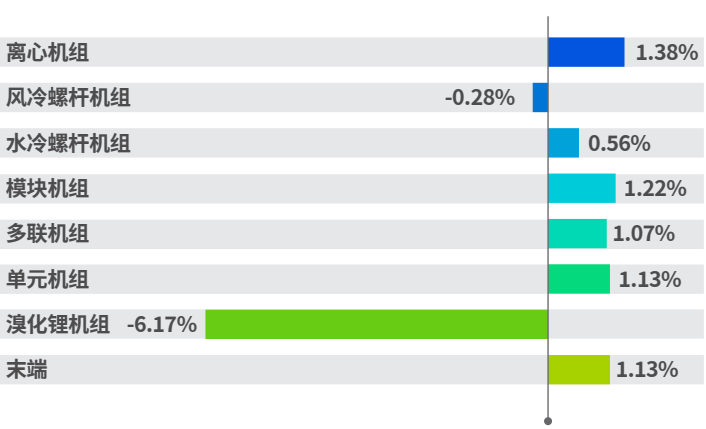
从产品格局来看，冷水机组中，离心机组平稳发展，风冷螺杆则因腐蚀性、噪音大等问题，销量不佳；水冷螺杆和模块机组有所增长。多联机组依旧在海南市场占据最大比重，占有率为 55.22%，随着疫情防控的结束以及娱乐活动的活跃，民间投资项目数量增多，小多联和单元机市场处于上升状态。溴化锂机组市场依旧不温不火，末端机组市场占有率小幅提升。

图 2023 年度海南市场各大机组占有率对比



对于 2024 年的海南中央空调市场，一部分人看好未来市场的发展，在自由贸易港的带动下，各种利好政策相继发布，无论是旅游业、工农业，还是特色产业园区，都呈现向好的趋势。但仍有不少人认为市场会更加艰难，一方面是对宏观大环境的判断，企业信心不足；另一方面，由于当前项目质量不佳，且竞争激烈，企业生存状况将愈加恶劣。

图 2023 年度海南市场各大机组增长率对比



10. 北京市场
BeiJing MARKET

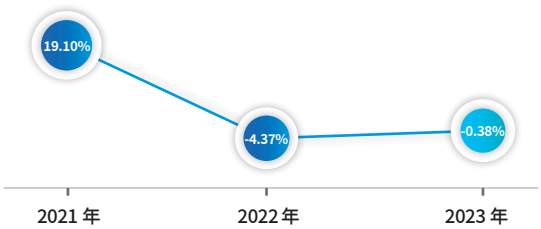
2023 年是挑战与机遇并存的一年。北京非首都功能疏解持续深化，多家制造企业提质外迁，新建大型项目数量锐减，暖通项目市场受到重创。而一路回升的复苏曲线使北京区域消费市场活力涌动，民间项目势头强劲。与此同时，作为起步较早的区域之一，首批中央空调机组迎来更新换代期，更新改造市场成为发展蓝海。2023 年，面对纷繁复杂的市场情况，北京市场小幅下滑，市场占有率为 4.64%。总体而言，2023 年北京中央空调市场主要呈现以下几个特点：

（1）新建项目数量锐减。作为首个减量发展的超大型城市，北京非首都功能疏解持续深化，项目外迁趋势明显，本区域内新建项目数量锐减，向外寻求增量成为常态。随着城市功能空间日趋饱和，新项目数量减少，中央空调市场被进一步压缩，品牌竞争更加激烈，内卷、价格战异常激烈。

（2）更新改造需求旺盛，成为增量新路径。北京基础建设起步较早，最早一批项目已经到达使用年限，城市更新成为城市发展新方式，项目机组迎来换代潮。同时，在“碳达峰、碳中和”持续推进的背景下，设备的节能性、整体建筑的低碳性成为关注热点，针对高能耗建筑的节能改造工作正陆续启动，尤其是商场、学校、医院等大型项目。

（3）零售市场持续低迷，公建项目迎来利好。随着精装修政策的持续推进，

图 2021—2023 年北京市场变化趋势



2021 年	2022 年	2023 年
19.1%	-4.37%	-0.38%

图 2021—2023 年北京市场销售规模占有率对比

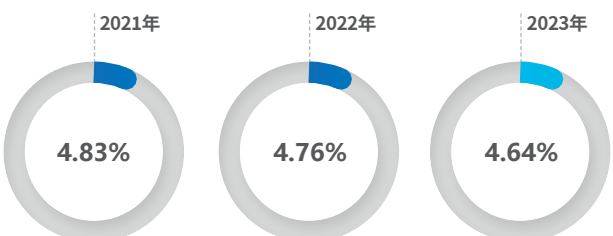
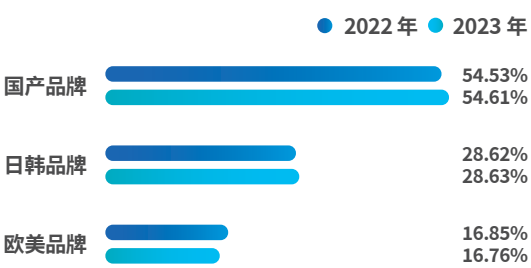


图 2022—2023 年北京市场三大品牌阵营占比



消费端需求减弱，北京中央空调家装零售市场趋于饱和，整体表现低迷。但在高端消费市场，由于用户对于呼吸健康、居家舒适度的重视，集成化家居空气方案颇受重视。值得一提的是，北京深入推进“3 个 100 重点项目”，基础设施项目、民生改善项目、科技创新及高精尖产业项目数量持续增多，为中央空调市场的发展带来利好。

（4）地产项目难改颓势，工程回款难度大。受房地产政策影响，北京区域地产市场调整持续，2023 年各项指标仍低位运行，开发商投资跌幅持续下行，严重阻碍了北京中央空调地产项目的稳定发展。在此背景下，部分开发商陷入资金不足的窘境，项目垫资现象严重。

从品牌格局来看，国产品牌在北京市场依旧占据主导地位，市场占有率达半数以上。其中，美的、格力、海尔、海信等头部品牌发展势头强劲，牢牢把握市场主动权，尤其是在家装和政府公建等领域。日韩品牌方面，大金、日立、东芝依托产品优势，市场份额保持稳定，三星、LG 发展较为稳健。欧美品牌方面，麦克维尔、开利、特灵、约克 VRF、江森自控约克市场也有着不错的市场表现。

从产品格局来看，多联机组依旧在北京市场中占据最大比重，市场占有率高达 41.74%。受“煤改电”政策和绿色发展理念推动，空气源热泵市场表现亮眼，市场占有率稳步提升。随着食品医药等洁净产业的发展，末端产品的市场规模有一定程度的提升。

从市场反馈的信息来看，在城市空间饱和以及非首都功能疏解持续深化等因素影响下，业内人士普遍认为 2024 年北京区域中央空调市场情况并不明朗，但可以肯定的是，更新改造潮来临，将为北京区域中央空调市场的稳定发展增添动力。

图 2023 年度北京市场各大机组占有率对比

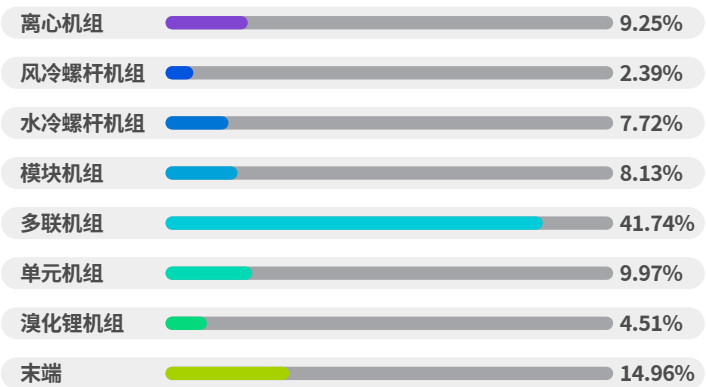
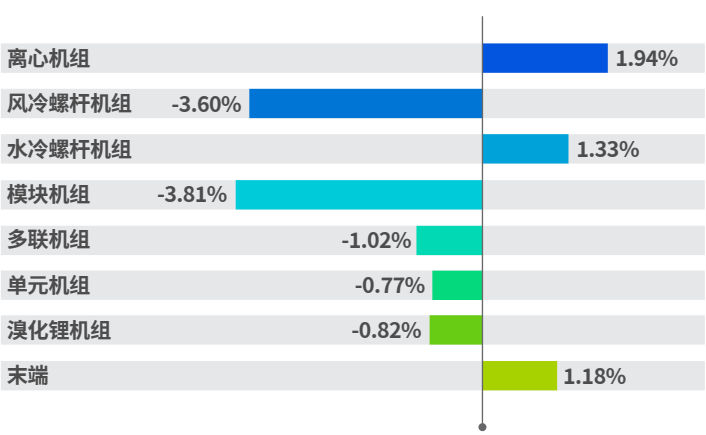


图 2023 年度北京市场各大机组增长率对比



11. 天津市场

TianJin MARKET

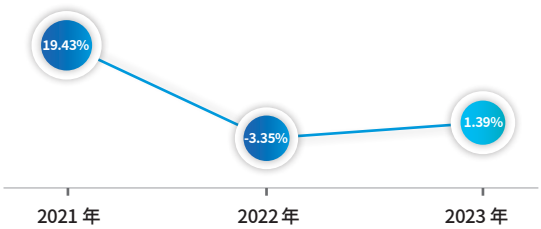
作为四大直辖市之一，同时也作为华北区域重要城市之一，天津历年来一直受到厂家的重点关注。然而，随着近几年经济增长速度放缓，天津市场的表现难免让厂家有些失望。2023 年，天津市场增长率为 1.39%，占有率为 2.49%。总体而言，2023 年天津中央空调市场主要呈现以下几个特点：

（1）新建项目有限，大项目锐减。2023 年天津市地方政府财政预算紧张，公建项目投资减少，进一步导致了新建项目数量的减少。即便在年初就规划在列的开工项目中，也有半数以上因为资金的短缺，出现“层层分包”的垫资现状，停工的更是不在少数。在此背景下，区域内的细分项目成为重点关注的对象，品牌竞争尤为激烈，但是这类项目的规模并不大，上千万的项目十分有限。

（2）房地产形势严峻，家装市场下滑严重。据了解，2023 年天津楼市经历了较大变化，从之前的快速升温到骤然减速，不但新楼盘开盘数量创历史新低，而且房价也出现较大幅度下跌。造成这一变化主要原因在于购房需求的急剧消耗和人们对楼市的观望态度。受此影响，消费者装修需求不高，导致家装市场整体下滑。值得提及的是，在曾经被寄予厚望的地产配套板块中，精装减配、精装改毛坯屡见不鲜，中央空调销量持续走低。

（3）工业项目疲软，辐射周边成为趋势。虽然天津市以工业城市著称，但是

图 2021—2023 年天津市场变化趋势



2021 年	2022 年	2023 年
19.43%	-3.35%	1.39%

图 2021—2023 年天津市场销售规模占有率对比

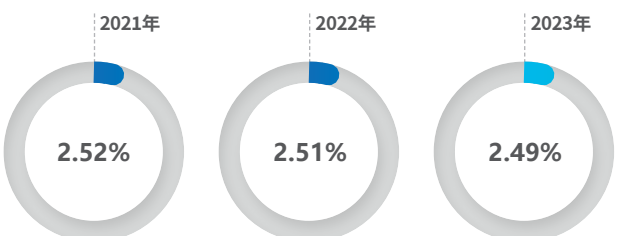
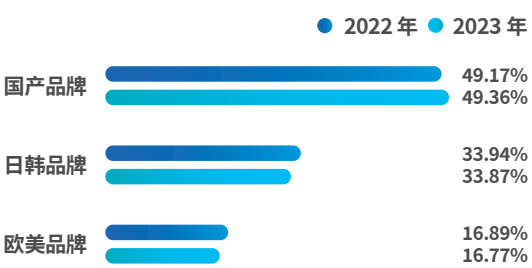


图 2022—2023 年天津市场三大品牌阵营占比



从营商环境、产业园区规划等各方面看，天津市场的工业项目寥寥无几，让身处其中的厂家和渠道商亟待谋求全新的突破，辐射周边区域就成为其不得已而为之的战略之一。依托当地的总包、专业的设计院、实力过硬的渠道商等“媒介”，从距离更近的雄安辐射河北全域，从北方延伸至南方，甚至远航“出海”。

从品牌格局来看，国产品牌依旧在天津市场占据主导地位，占比达到 49.36%。美的、格力、海尔依旧是国产品牌的领头羊。近年来，日系品牌在家装市场的占有率逐年递增，更是在高端精装配套方面一直处于领先地位。其中，大金、日立、东芝作为日系品牌代表，在家装零售市场下滑的形势下，市场依旧保持稳定，牢牢占据市场前列。三菱重工海尔、三菱重工空调、LG 、三星、松下等品牌在天津家装市场表现颇为亮眼，终端接受度、品牌影响力逐步提升。美系品牌在水机市场依旧表现强势，以麦克维尔、江森自控约克、开利为首的品牌依然是天津水机市场的主力军。浙江国祥、盾安、天加依旧在净化领域较为活跃，顿汉布什、克莱门特、荏原等品牌也在当地市场有一定销量。

从产品格局看，天津多联机市场表现依旧稳健，占有率达到 45.05%。由于天津大项目市场萎缩严重，中小项目表现较好，因此多联机组略有增长。由于大型项目数量的减少，冷水机组中的风冷螺杆机组和模块机组呈下滑态势。末端市场增幅较大，溴化锂机组占有率有所下滑。

对于 2024 年天津市场的预期，多数业内人并不看好，认为市场回暖的难度较大。不过，仍有 10% 的业内人士对该市场持乐观态度。他们认为，天津中央空调市场现已开始进入调整阶段，不合规的企业将被淘汰出局，这对行业后续发展大有裨益。

图 2023 年度天津市场各大机组占有率对比

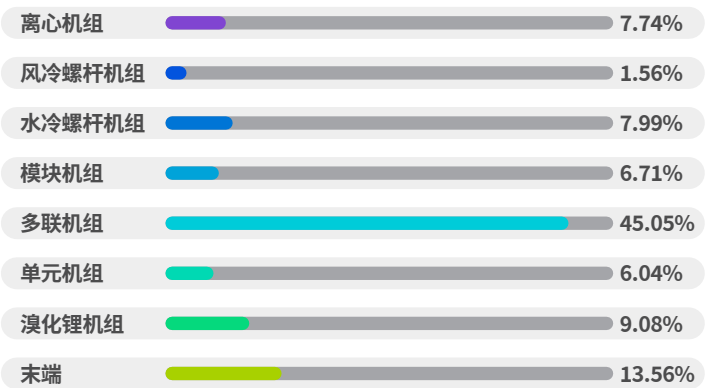
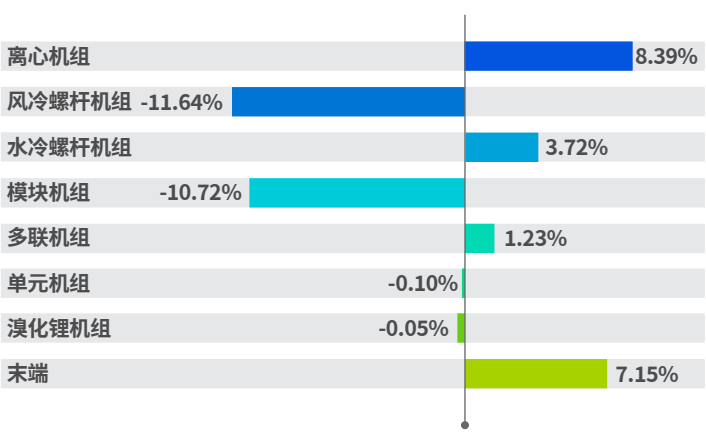


图 2023 年度天津市场各大机组增长率对比



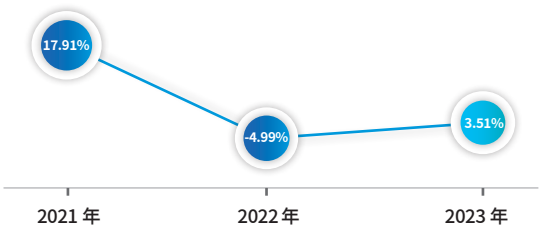
12. 河北市场
HeBei MARKET

河北省位于首都经济圈，历来受北京政策的影响颇深，也是北方中央空调市场发展较为突出的省份之一。2023 年以来，受经济环境、用户需求变化等影响，河北省中央空调市场发展不及预期，除省会石家庄仍旧保持较好的增速以外，其他区域均受到较大的影响，发展情况一般。从市场统计来看，2023 年河北中央空调市场呈增长态势，市场占有率为 2.37%。总体而言，河北中央空调市场主要呈现以下几个特点：

（1）公建市场火热，回款问题仍存。河北省紧靠首都北京，部分政策紧随北京而变化。得益于新基建等政策的推行，2023 年河北工程市场涌现了不少公建项目，加速了当地中央空调工程市场的回暖。然而，在经济环境不确定的背景下，工程项目资金短缺、回款难等问题也成为制约行业发展的重要原因。不少工程商表示，不仅今年的项目回款比较困难，甚至去年也有很多项目款项依旧没有到位。

（2）烂尾楼房涌现，零售市场萎靡。房地产行业的萎靡不振在全国范围内均对中央空调行业造成较大的影响。2023 年以来，河北省不少区域都存在大量的烂尾房，这进一步刺激了用户心理，降低了消费者的购买欲望，对零售市场造成了较大的冲击。同时，河北省新交房的数量也在走低，不少经销商开始转战三四线市场、更新市场和二手房市场，但最终并没有取得较大的突破和进展，整体行业走势继续下探。

图 2021—2023 年河北市场变化趋势



2021 年	2022 年	2023 年
17.91%	-4.99%	3.51%

图 2021—2023 年河北市场销售规模占有率对比

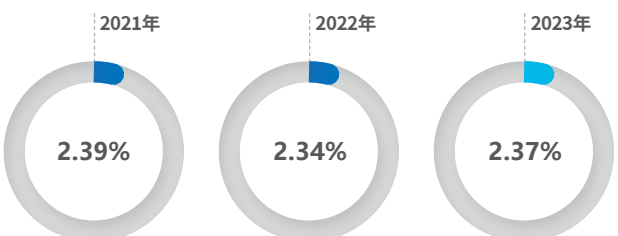
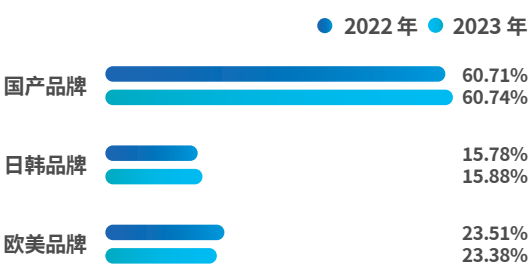


图 2022—2023 年河北市场三大品牌阵营占比



（3）消费需求疲软，增长引擎乏力。尽管上半年河北中央空调市场迎来一波小增长，但在部分抑制需求释放后，消费需求疲软之态逐渐显现，消费降级引发的价格战、利润摊薄等问题让厂商苦不堪言，各类项目投资也基本保持观望的态度。近年来，由于河北市场内工业项目较少，“煤改电”项目、公建项目等一直是当地暖通市场发展的主力。然而，随着“煤改电”政策的逐步退场，资金短缺、房地产行业低迷等无疑会对河北中央空调市场造成较大的影响。

从品牌格局来看，国产品牌在北方省份的认知度和接受度较高，美的、海尔、格力三大品牌在地产配套、政府公建、节能改造等领域依旧保持着较为领先的地位。其中，美的楼宇科技凭借自身产品技术优势，在当地市场取得了较为亮眼的成绩。日韩品牌中，大金、日立、东芝等品牌依旧发力配套和零售市场，进一步加速自身在三四线渠道推广进程，有着不错的市场表现。

从产品格局来看，多联机组依旧在河北市场中占据较大比重，市场占有率为28.65%。在经济大环境的影响下，河北当地工厂等项目数量依旧不多，民间投资萎靡不振，冷水机组中的水冷螺杆机组在当地市场的占有率有所下滑。单元机组市场呈现增长态势，占有率为12.56%。

从河北区域市场人员的具体反馈来看，资金回款依旧是困扰当地工程市场发展的重要原因，不少工程商表示很多项目都存在资金差、回款难等问题，如何发掘资金良好的优质项目成为众多厂商关注的焦点。而在零售家装市场，推动三四线城市渠道布局、发掘更新改造市场潜力将会是2024年经销商们的主要发力点。

图 2023年度河北市场各大机组占有率对比

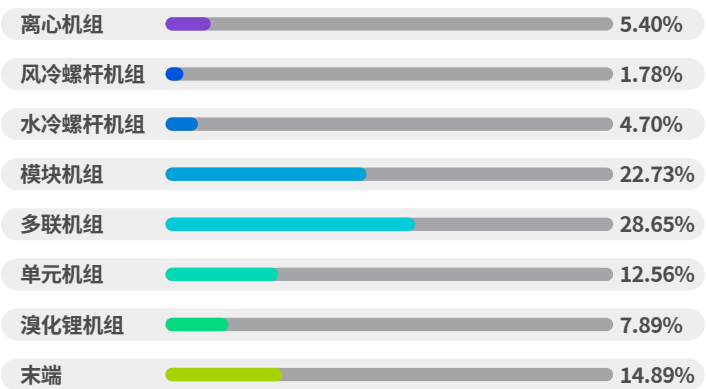
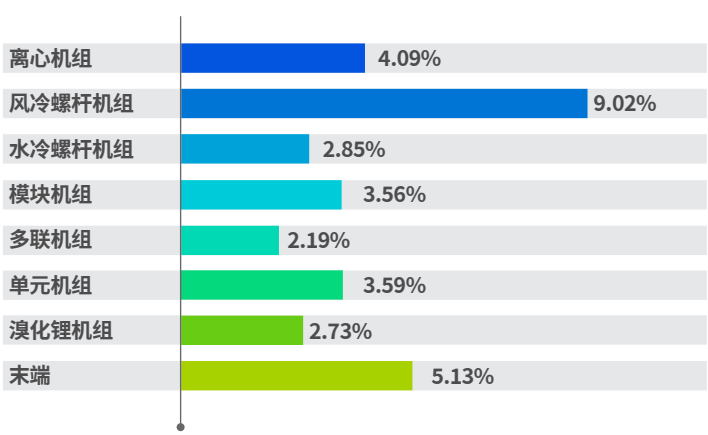


图 2023年度河北市场各大机组增长率对比



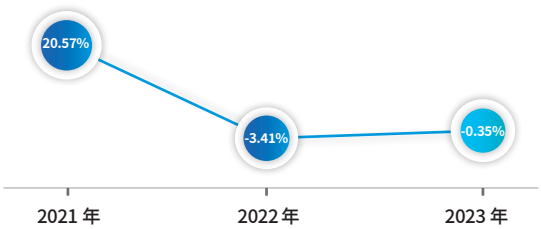
13. 山东市场
ShanDong MARKET

山东省是我国首屈一指的工业大省，在 207 个工业类中，山东拥有 197 个，其中制造业占 179 个，良好的工业基础和产业链集群让山东中央空调市场呈现出独具特色的一面。2023 年，山东市场竞争尤为激烈，来自业绩的压力，使各大品牌纷纷加大降价、促销力度，价格战愈加激烈，经销商利润被进一步挤压。2023 年山东省中央空调市场出现了 0.35% 的下滑，市场占有率为 6.25%。总体而言，2023 年山东市场主要呈现了以下几个特点：

（1）地产萎靡难挽救，更新改造成新机。2023 年以来，由于房地产行业一路走低，中央空调市场也受到较大的冲击，山东区域零售市场增速明显放缓。一方面，山东区域全年新开盘小区数量锐减，一经开盘便吸引众多品牌竞争；另一方面，由于前几年地产市场容量逐渐走向饱和，更新、改造等需求引擎愈加凸显，成为逆势之下经销商、品牌关注的焦点。

（2）公建火热私投少，垫资拖欠回款难。在工程领域，得益于相关政策的推进，2023 年山东市场涌现了不少公建项目，带动了离心机等产品的增长。相反，由于民间投资趋于谨慎，市场上中小项目明显减少，对工程市场的发展造成一定的影响。同时，垫资、拖欠款、回款难等问题也是制约 2023 年山东工程市场发展的重要原因，不少经销商宁愿不做

图 2021—2023 年山东市场变化趋势



2021 年	2022 年	2023 年
20.57%	-3.41%	-0.35%

图 2021—2023 年山东市场销售规模占有率对比

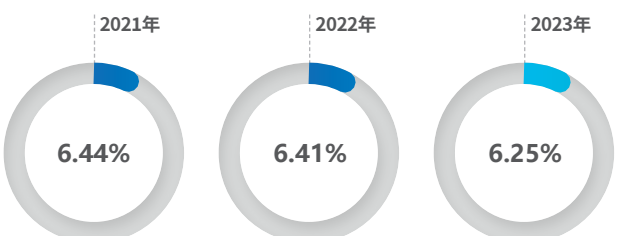
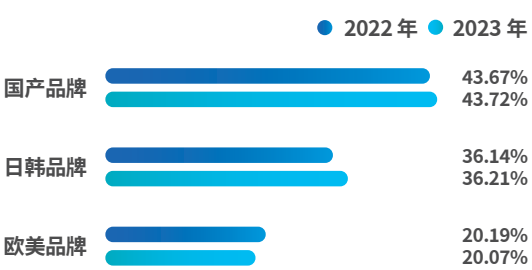


图 2022—2023 年山东市场三大品牌阵营占比



也不愿意承接资金情况不佳的工程项目。

（3）传统工业展实力，新生动能难乘风。山东省是工业大省，2023 年以来，受国家产业升级等大政策的影响，省内众多工业项目发展较为稳定。然而，由于山东省新能源、光伏、电池等新兴产业较少，中央空调工程市场并没有搭乘这一波政策东风，整体行业的发展趋势依旧是与全国的工程市场保持平行的状态。

从品牌格局来看，山东市场品牌林立、厂家众多，竞争极为激烈。国产品牌方面，美的、格力、海尔、海信依旧是业内龙头，海尔、海信作为山东本土品牌，拥有了较高的用户粘性，市场表现亮眼。其中，海信中央空调在当地保持较高认知度的同时，不断推动自身渠道建设，在水机领域频频出手，表现不俗。积微 GCHV、TCL 智能暖通、浙江国祥、盾安等品牌亦有着不错的市场表现。日韩品牌方面，日立、大金、东芝、三菱重工空调、富士通将军、松下、三菱电机等品牌表现较为稳健。欧美品牌方面，麦克维尔、江森自控约克、特灵、开利、顿汉布什等品牌表现平稳，EK、克莱门特、约克 VRF 占据了一定的市场份额。

从产品格局来看，2023 年，多联机市场份额小幅下滑，占有率为 42.83%。冷水机组中，离心机占有率提升至 6.86%。溴化锂机组市场占有率为 6.59%。单元机组市场占有率略有提升，为 12.25%。

不少业内人士对 2024 年山东中央空调市场的发展保持观望的态度。部分经销商认为，当下中央空调市场增速放缓与经济形势、国家政策、居民收入等原因紧密相关，2024 年中央空调市场能否焕发新的生机，还要进一步观察国内经济的走向，等待相关政策的推进与落实。

图 2023 年度山东市场各大机组占有率对比

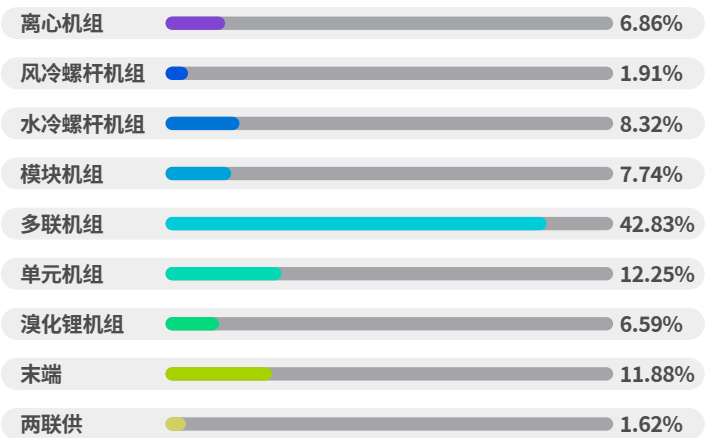
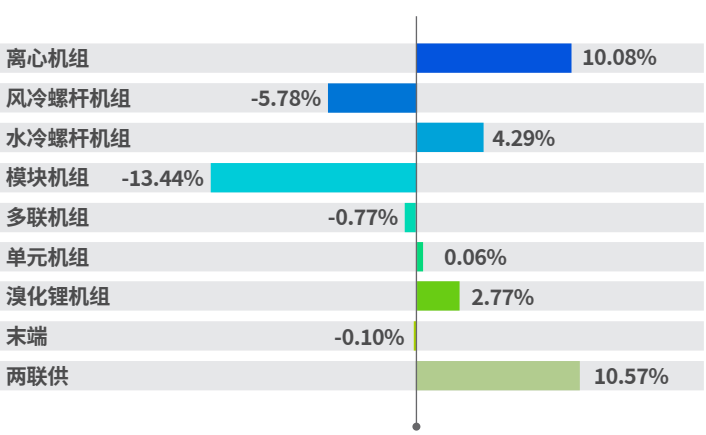


图 2023 年度山东市场各大机组增长率对比



14. 晋蒙市场

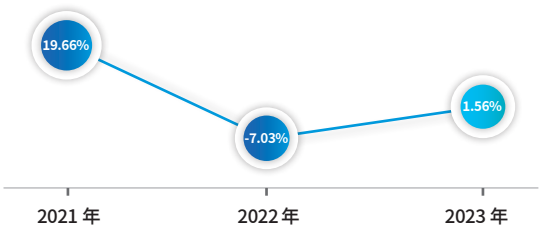
JinMeng MARKET

受特殊的地理位置和气候条件影响，晋蒙中央空调市场发展一直面临着诸多难题。近年来，随着国家政策扶持力度的加大，晋蒙区域的经济条件有所改善，尤其是曾经火热的“煤改电”，让整个市场有了一丝暖意。据统计，2023 年晋蒙中央空调市场占有率为 1.59%，同比增长 1.56%。总体而言，晋蒙市场发展主要呈现以下几个特点：

（1）工程市场总体平稳，垫资、回款难问题显现。受政策的影响，2023 年晋蒙中央空调工程市场遗留项目信息较多，给了品牌厂商一定的机会。虽然有些项目的规模不大，但是付款状态较佳，成为当地品牌经销商的首选。但是，在政府公建项目上，由于地方财政紧张，垫资压力大、回款难，大部分工程商变得保守，这在一定程度上抑制了市场的健康发展。

（2）家装零售表现低迷，消费者需求疲软。新建住宅楼盘数量下滑，消费降级现象明显。相较周边地区，晋蒙两省房价走低，一系列不利因素让家装零售市场的活力衰退。加之山西地区气候落差大，太原及晋北等地冷空气时间长，气温偏低，夏季制冷需求弱，一定程度上也阻碍了家装零售市场的发展。另外，由于晋北地区制冷时间短，家用中央空调产品的应用相对临汾、运城、长治等晋南地区而言，集中度不高，普及程度也有待进一步提高。与此同时，由于众

图 2021—2023 年晋蒙市场变化趋势



2021 年	2022 年	2023 年
19.66%	-7.03%	1.56%

图 2021—2023 年晋蒙市场销售规模占有率对比

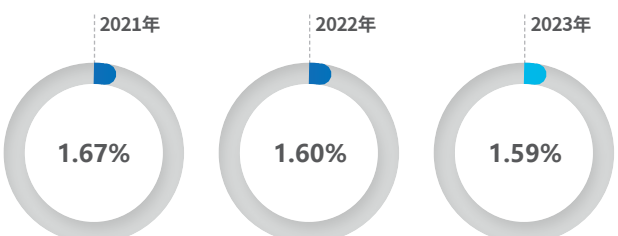
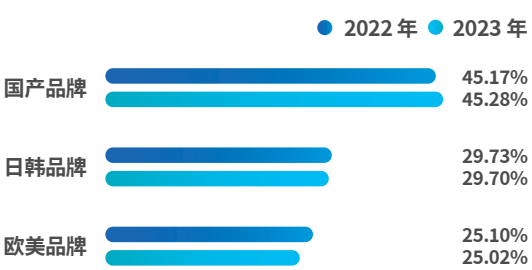


图 2022—2023 年晋蒙市场三大品牌阵营占比



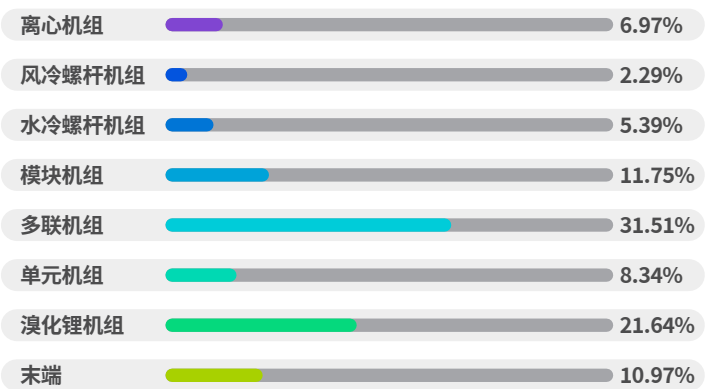
多消费者趋于理性，民间投资趋于谨慎，中小项目有所减少。

（3）后煤改电时代到来，中小品牌迎来机会。在“双碳”目标及“煤改电”政策引导下，晋蒙地区也乘上北方清洁供暖的东风，迎来快速发展的阶段。通过政策拉力，热泵产品早年间开始在山西市场呈规模态势普及，以太原为首向各地市推开，尽管各地煤改电政府补贴不一，但晋蒙地区整体上都度过了热泵产品清洁供暖的红利期。2023年，晋蒙大部分地区已经步入后煤改电时代，品牌间的竞争不再像煤改电高峰期时以资源关系的竞争为主导，更多的是以产品品质、老百姓口碑为市场导向。伴随着消费者对热泵产品的认知度越来越高，国产品牌受到不少用户及项目方的青睐。

品牌格局层面，国产品牌在内陆省份的市场主导地位有所增强，以美的、格力、海尔为首的国产品牌依然保持着较为稳定的增长，位于市场前列。此外，天加、盾安、中广欧特斯等品牌在各自细分领域市场也有着不错的业绩。欧美系品牌则以麦克维尔、开利、江森自控约克、特灵等为代表，市场成绩较为亮眼，规模占比较为稳定。日韩品牌中，大金、日立、东芝等品牌在当地影响力较为广泛，具有一定市场代表性。

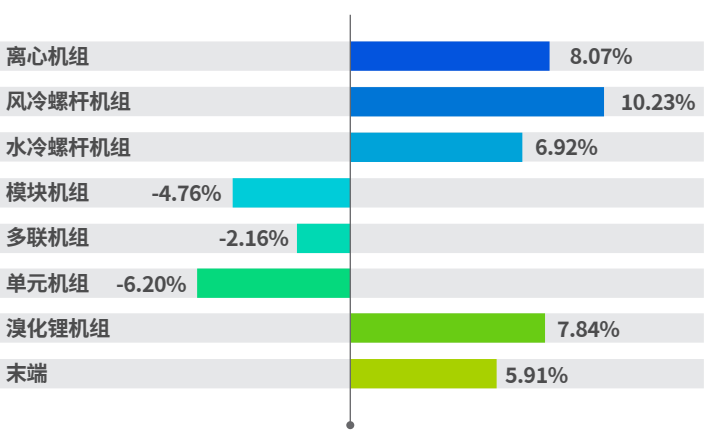
产品格局方面，2023年晋蒙市场冷水机组整体表现较佳，离心机、螺杆机均有所上升，模块机增长率有所下滑。此外，多联机产品也呈现下滑态势，增长压力较大。同时由于地理位置和气候原因，晋蒙地区供热采暖市场需求较为旺盛，溴化锂机组在热回收应用上有着较为深厚的市场基础。

图 2023年度晋蒙市场各大机组占有率对比



行业人士认为，2024年晋蒙中央空调市场发展压力较大。当下，中央空调设备与建筑行业、房地产行业发展息息相关，近年来较为火热的更新改造项目将会给晋蒙工程市场带来利好。但是也应该看到，晋蒙地区商业投资力度相对较弱，地区经济发展相对靠后，也给市场发展带来诸多不确定性。

图 2023年度晋蒙市场各大机组增长率对比



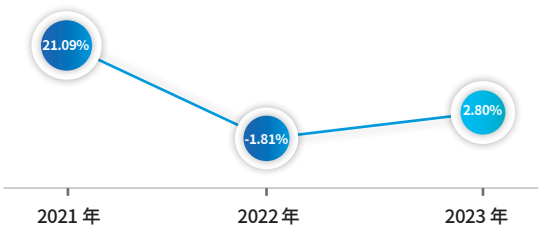
15. 湖南市场
HuNan MARKET

2023 年，宏观经济发展环境依然严峻复杂，消费降级已成趋势。受整体经济环境及房地产市场持续低迷的影响，湖南区域中央空调市场整体表现欠佳，市场规模同比 2022 年略有提升，增长幅度为 2.80%，占有率为 3.43%。总体而言，2023 年湖南中央空调市场呈现出以下几个特点：

（1）工程市场表现疲软，资金短缺成主要矛盾。2023 年，湖南中央空调市场在工程领域表现欠佳，工程项目无论是数量，还是规模均有所缩减。因政府财政资金不足，城市基础设施建设放缓，湖南公建项目数量大规模减少。民营企业由于消费降级趋势的蔓延和经济大环境的不确定性，普遍坚持稳健的投资策略，以保障自身资金流的安全性，映射在中央空调市场层面，民营企业预付款项目数量微乎其微，目前市场整体按阶段返款，一般保持 70%~80% 的进度款。鉴于以上情况，投入小、回款快的中小项目成为经销商炙手可热的目标，竞争愈发激烈。

（2）零售市场活力不足，消费降级追求性价比。2023 年经济面看似逐渐向好，但房地产的存在感却越来越弱。2023 年湖南房地产开发投资、商品房销售面积持续负增长，严重影响到中央空调家装零售市场的发展。不过，三、四线城市的发展表现平稳，不少品牌加大了开

图 2021—2023 年湖南市场变化趋势



2021 年	2022 年	2023 年
21.09%	-1.81%	2.80%

图 2021—2023 年湖南市场销售规模占有率对比

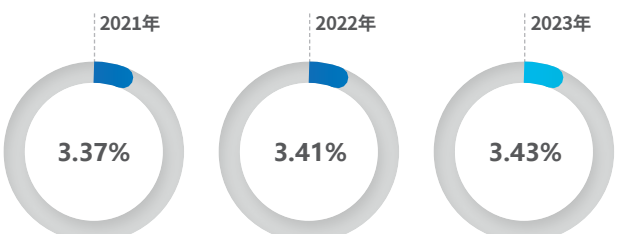
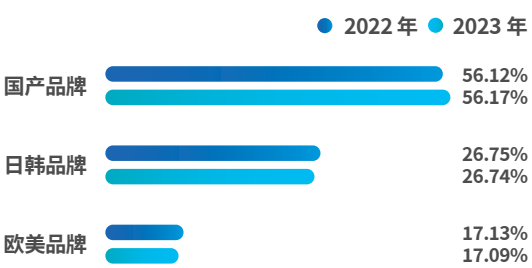


图 2022—2023 年湖南市场三大品牌阵营占比



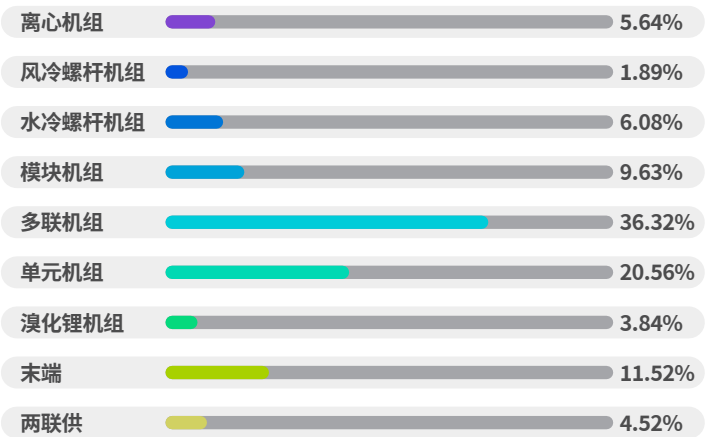
店步伐，渠道下沉后的零售业绩表现较好。

（3）总包项目相对较多，低价竞争现象严重。2023 年，湖南区域的总包项目因建设周期短、组织协调工作量小、利于投资控制等优点，在数量上略占优势，也给性价比较高的国产品牌创造了许多市场机会。与此同时，工程项目多采用总包形式，引发了新一轮的价格竞争，然而价格厮杀需要足够强大的企业实力和资金后盾，导致许多规模较小、实力较弱的工程商不敢接、不愿接，这在一定程度上起到了劝退作用。

品牌格局方面，国产品牌占据了湖南中央空调市场的半壁江山，占有率达 56.17%。美的、海尔、海信、格力等国产大品牌在湖南深耕多年，凭借着优质的产品质量拥有不可小觑的品牌知名度和品牌拉力。此外，天加、奥克斯、浙江国祥、积微 GCHV、盾安、必信等品牌也在湖南市场有着不错的表现。日韩品牌中，大金、日立、东芝相对稳定，LG、三菱重工空调紧跟其后。欧美品牌中，麦克维尔领跑，顿汉布什、开利、特灵、江森自控约克、EK 等在水机市场也有不俗的表现。

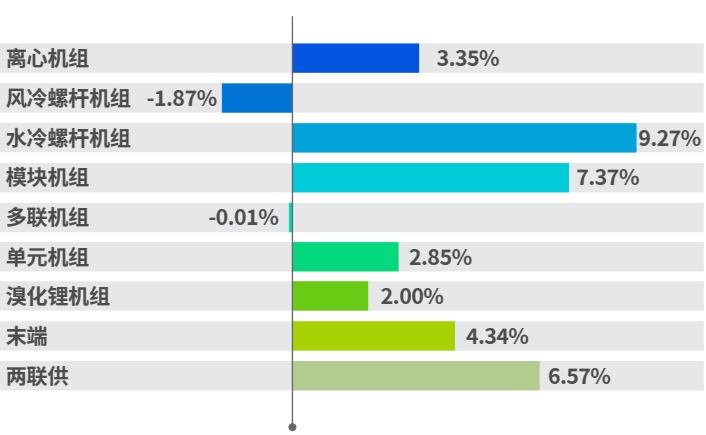
产品格局方面，不论是工程市场还是零售市场，多联机凭借独特的优势成为湖南市场中份额最多的产品品类，占有率达 36.32%。由于大型公建项目启动难，水机发展速度有所减缓，市场活力有待进一步激发。此外，在中小型项目市 场需求的助推下，单元机产品表现不错，市场占有率相对稳定，达 20.56%。末端产品作为中央空调系统中非常重要的组成部分，整体还是呈增长趋势。

图 2023 年度湖南市场各大机组占有率对比



在本次调查中，多数业内人士对于 2024 年的湖南中央空调市场走势持保守意见。他们认为，受整体经济大环境和消费降级的影响，2024 年中央空调零售市场的恢复需要相当长的一段缓冲期，无论品牌层面，还是渠道层面，竞争或将进一步加剧。

图 2023 年度湖南市场各大机组增长率对比



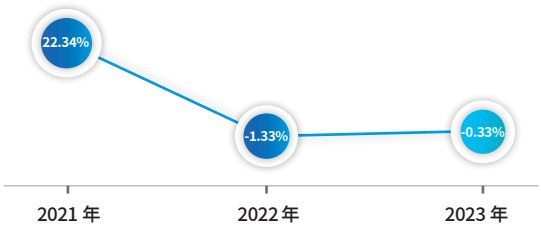
16. 湖北市场
HuBei MARKET

湖北，是我国长江中游经济圈中的重要一级，也是中部崛起战略的重要支点。2023 年，受存量市场规模缩减、需求提前释放等因素的影响，湖北工程市场疫后冲高回落，高基数下增速放缓，加之受房地产市场下行影响，零售市场亦呈现低迷态势。据统计，2023 年湖北区域中央空调市场同比下降 0.33%，市场占有率为 3.54%。总体而言，2023 年湖北中央空调市场呈现以下几个特点：

（1）需求集中释放后，工程市场大幅回落。尽管在高新产业结构的进一步优化下，湖北省产业集群优势让电子、新能源、生命健康等工业项目加快落地，给中央空调市场带来了一定的增量，但前两年在疫情催化和新基建浪潮下，医疗、学校、数据中心等公建项目集中上马，需求提前释放下的湖北中央空调市场在短期内冲高，又在 2023 年回落。此外，由于大环境不景气、投资信心低迷，湖北区域市场上中小项目数量和规模同比往年也有所缩减。

（2）零售市场乍暖还寒，经销商寻找第二增长曲线。作为全国暖气片的大省，湖北在传统采暖市场竞争饱和的当下，利润洼地效应愈加明显，不少商家只能靠倒挂吃返利来维持薄利。2023 年湖北楼市低迷，中央空调家装零售市场呈现两极化发展态势，刚需人群更注重性价比，而高收入人群基于改善需求，更倾向于选择高端

图 2021—2023 年湖北市场变化趋势



2021 年	2022 年	2023 年
22.34%	-1.33%	-0.33%

图 2021—2023 年湖北市场销售规模占有率对比

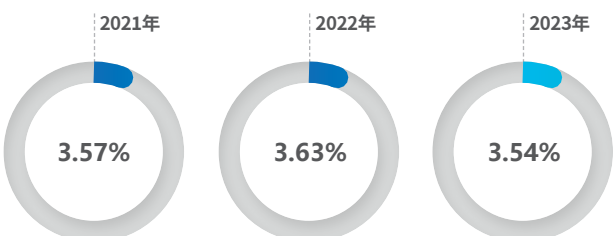
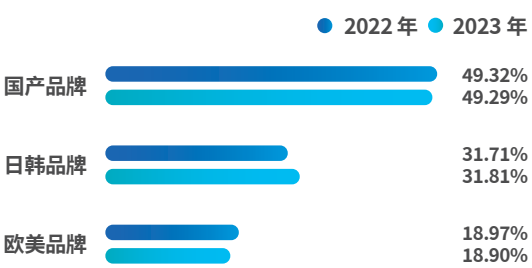


图 2022—2023 年湖北市场三大品牌阵营占比



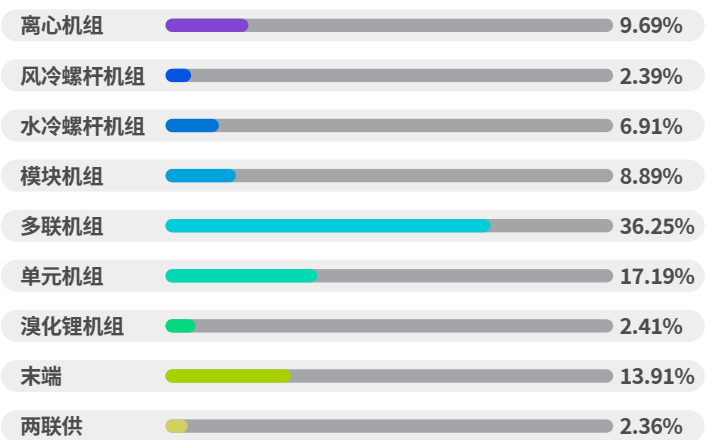
产品以及其他舒适家居品类，热泵两联供凭借系统优势以及尚不透明的价格体系，成为湖北暖通零售商积极发展的第二增长曲线，增长势头明显。

（3）EPC 总包比例明显上升。今年湖北市场上的工程项目基本采用 EPC 总包形式，“最低价”中标的惯例导致工程商的利润空间不断受到挤压，不少零售商为求生存向工程商转型，由于产品、技术、方案等维度的差异性，虽然他们尚未形成明显的竞争威胁，不过低价参与项目竞标，也导致工程市场竞争日益激烈。

从品牌格局来看，湖北市场品牌集中度较高，主流品牌竞争激烈。国产品牌牢牢占据着市场的主动权，占有率达 49.29%，其中，美的、格力、海尔位居市场前列，并逐渐拉大了与其他品牌的差距，天加、浙江国样、盾安、积微 GCHV 等品牌均有不错的市场表现。日韩品牌中，大金、日立在市场营销方面优势明显，在家装零售市场发展较为稳定。此外，东芝、三菱重工空调、三菱重工海尔均获得了不错的市场口碑，三星、LG、富士通将军、松下、荏原、江森自控日立万宝等品牌在市场上占有一席之地。欧美品牌方面，麦克维尔、江森自控约克继续领跑水机市场，开利、特灵、顿汉布什、EK、克莱门特、克来沃等品牌也保持着不错的发展势头。

从产品格局来看，多联机组凭借独特的产品优势占据了湖北市场的主要份额，占有率达 36.25%。水机产品中，离心机组、风冷螺杆机组和模块机组得益于工程项目的增多，市场占有率均有所提升。今年湖北区域中小型项目延续去年的颓势，数量和规模增长不明显，单元机销量亦未有明显提升。

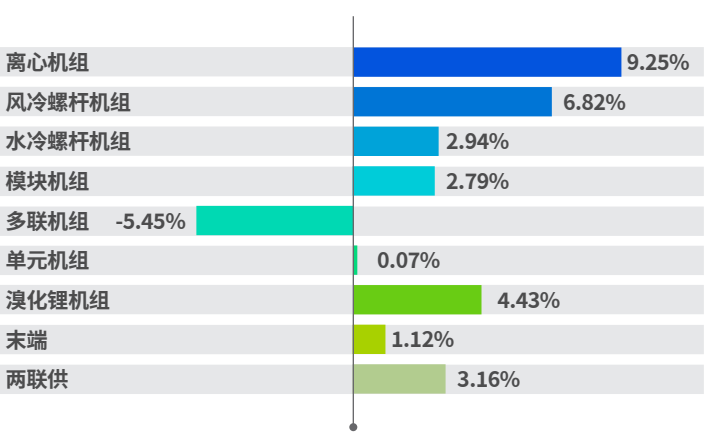
图 2023 年度湖北市场各大机组占有率对比



此外，随着厂家不断对末端进行优化以及对其附加功能进行开发，末端产品的能效和功能得到提升，市场应用也同步得到扩展，在湖北区域市场占有率有所提升。

在本次市场调查中，大部分业内人士对 2024 年的市场持不乐观的态度。他们认为，2024 年中央空调零售市场将会更加艰难，市场竞争亦会更加激烈，无论是品牌层面还是渠道层面，行业洗牌的速度将会进一步加快。

图 2023 年度湖北市场各大机组增长率对比



17. 河南市场
HeNan MARKET

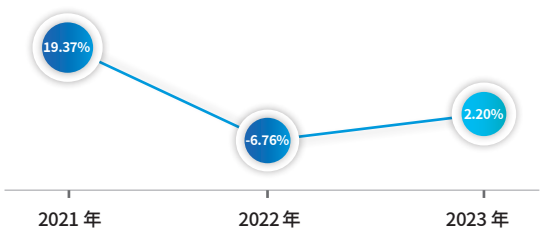
2023 年，河南中央空调市场在经历短暂的回暖之后，于 5 月中旬再度下行。诸多厂商面临着巨大的生存压力和前所未有的挑战，发展重心从原本的“开拓”更多地变为了“生存”。据统计，2023 年河南区域的市场销售规模与 2022 年相比略有增长，幅度为 2.20%，市场占有率为 3.44%。总体而言，河南中央空调市场主要呈现以下几个特点：

（1）政府公建项目减少，工业项目占市场主导。市场放开后，因疫情延期的遗留项目陆续动工，为工程市场贡献良多。然而，由于资金面紧缺，河南政府公建项目及商业地产项目的发展严重受阻。但得益于国家“中部崛起计划”，河南积极发展先进制造业，高端装备制造、汽车制造、电子信息等产业蓬勃发展，为中央空调市场的发展注入了活力。此外，中小项目的增多也为各品牌带来了非常多的市场机遇。

（2）地产下行，家装零售市场不甚乐观。受房地产因素和投资收紧的影响，河南市场消费动力明显下降，消费活力不复以往旺盛，装修减配甚至取消装修计划者比比皆是，零售市场受到了较大的冲击。此外，新房和二手房成交量的下降、烂尾楼现象的频繁出现，更是让家装零售市场“雪上加霜”。

（3）工程垫资严重，回款困难。中央空调项目作为建筑工程项目的一部分，

图 2021—2023 年河南市场变化趋势



2021 年	2022 年	2023 年
19.37%	-6.76%	2.20%

图 2021—2023 年河南市场销售规模占有率对比

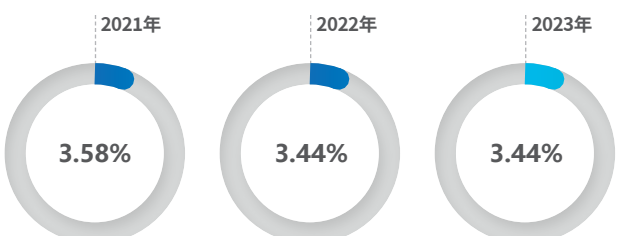
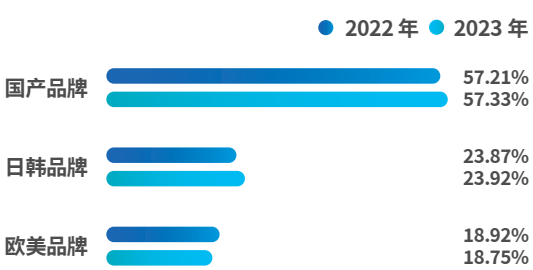


图 2022—2023 年河南市场三大品牌阵营占比



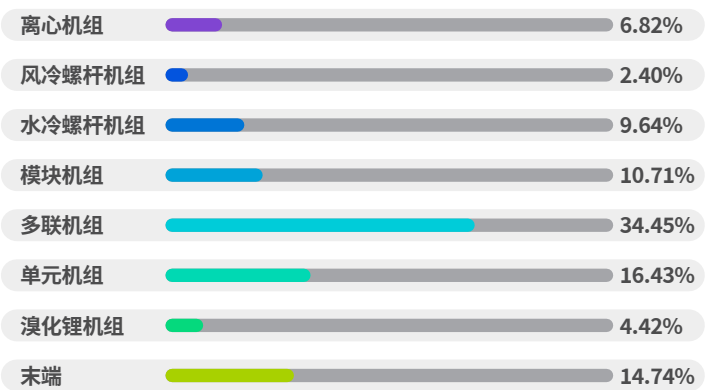
虽然运转的资金和建筑市场其他项目不可等量齐观，但是压价竞标、垫资施工的现象依然普遍存在。2023 年，河南市场带资施工、节点付款、低比例进度付款和工程竣工后付款等多种形式的垫资方式令工程商压力重重。

（4）总包项目增多，低价竞争现象严重。2023 年，河南市场上的政府项目大部分以总包方式操作。在此情况下，外资品牌失去了一定的优势，性价比较高的国产品牌拥有了更多的机会。

从品牌层面来看，国产品牌在市场中占据主导地位，市场规模和声量进一步提升，这不仅是因为它们强大的品牌知名度，同时也和国家政策引导息息相关。日韩品牌方面，大金、日立、东芝凭借在多联机领域的优势地位，确保了可观的市场份额。三菱重工空调依然将重点放在渠道布局和细分领域的开拓上，实现了较为平稳的发展。欧美品牌方面，麦克维尔、江森自控约克、开立、特灵等品牌依然牢牢掌控着水机市场，但受工程市场下行的影响，市场份额有所收缩。此外，天加、浙江国祥、盾安、EK、克莱门特、西屋康达等品牌也在市场中占据一席之地。

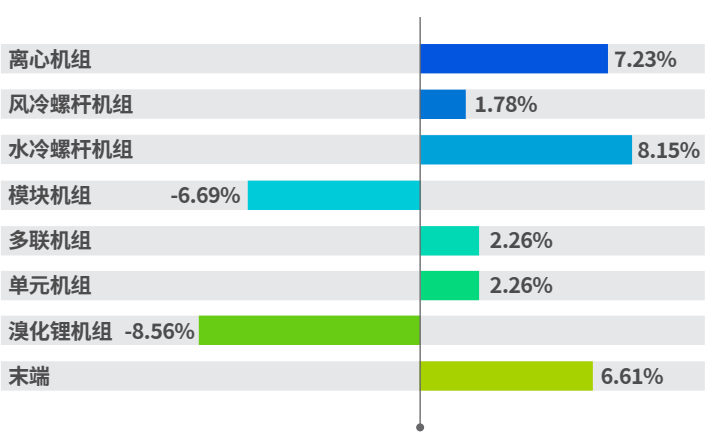
从产品层面看，多联机组仍在河南市场占据了主要份额，占有率达 34.45%。冷水机组方面，离心机组的市场占比有所增长，水冷螺杆市场占有率上升至 9.64%。单元机组和末端表现平稳，水地源热泵机组表现一般。此外，得益于产品优势，两联供机组市场表现优异。

图 2023 年度河南市场各大机组占有率对比



在本次市场调查中，大部分行业人士认为 2024 年河南中央空调市场走势不容乐观。受经济环境的影响，2023 年项目规模的缩小和项目数量有所减少，明年中央空调市场可能会延续下滑的趋势，不会有所回暖。

图 2023 年度河南市场各大机组增长率对比



18. 四川市场

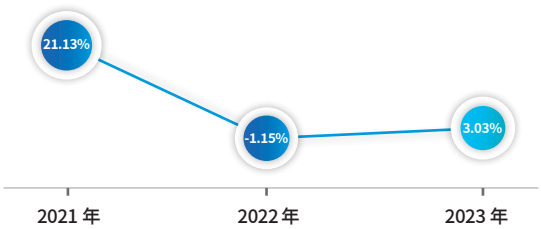
SiChuan MARKET

作为我国经济发展最快的省份之一，2023 年以来，四川省加大建设投入力度，持续推动各项政策措施落地见效，且近年来不断推行“强省会”的战略，集中全省资源优先做大做强省会城市，进而由省会城市带动其他地级城市发展。在这样的战略加持之下，2023 年四川中央空调市场稳中有升，同比增长 3.03%，市场占有率为 4.95%。总体而言，主要有以下几个特点：

（1）工业投资及生产向好，工程市场步伐稳健。2023 开年以来，四川新一批重大项目建设有序推进，涵盖省、市、县三级的重点项目数量较多，总投资过万亿元。国营重工业企业中流砥柱，高新技术产业、外商及港澳台商投资企业均有所增长，省内地级市代表性化工、钢材、新材料等工业项目建设都在一定程度上为四川中央空调市场提供了利好环境。另外，一批信息数据、数字化产业也在蜀中大地拔起，加速推动了四川地区数字经济的发展。

（2）房地产因城施策，难掩家装颓势。从 2023 年四川房地产市场来看，房地产开发投资、商品房施工面积、商品房销售面积同比均有下降，这为四川中央空调家装零售市场的低迷埋下伏笔。2023 年四川出台促进房地产稳销售促投资十条政策措施，指导广安、资阳等 16 个市（州）出台实施细则，组织广元、巴中等 17 个城市举办房交会，支持乐山、内江等 16 市前往西藏、青海等外省举办城市推介会。可即便因城施策，细化一楼一策，房地产行业的“救市”行动难以快速见效，

图 2021—2023 年四川市场变化趋势



2021 年	2022 年	2023 年
21.13%	-1.15%	3.03%

图 2021—2023 年四川市场销售规模占有率对比

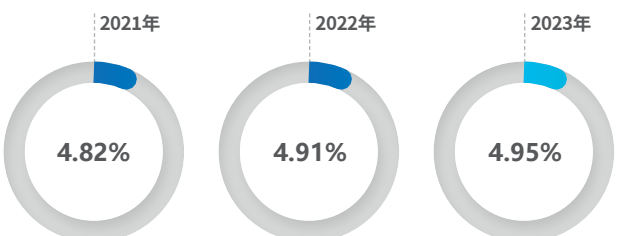
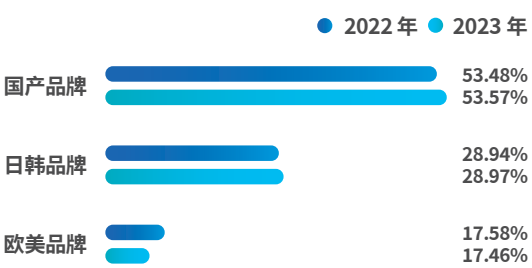


图 2022—2023 年四川市场三大品牌阵营占比



2023 年四川省房地产市场虽总体保持平稳，但开发投资放缓已成事实。

（3）都市经济圈名片靓丽，细分领域增量可观。都市圈和同城化发展所带来的新建基础设施较多，高铁、机场改扩建等重点工程项目进展有序，信息通信、锂电、医药等现代产业项目加快建设，博物馆、科创基地、红色景区等科技创新、文化旅游项目有序推进，应急救援、物流贸易等生态环保、对外开放及公共服务项目加速实施，都在一定程度上为四川中央空调工程市场提供了增量。

（4）各地级市协调发展，新型城镇化释放需求。在成都都市圈核心引领下，四川着力提升中心城市品质，重点培育发展绵阳、宜宾等区域中心城市，强化集聚辐射功能，同时注重周边城镇协同配套，实施城市更新和新型城市建设工程，推进以县城为重要载体的城镇化建设。县域经济迎来转型升级，城市建设工程加快步伐，市政基础设施等公建项目有效保障了二三级乃至县域市场的中央空调产品应用。

品牌格局方面，国产品牌得益于渠道下沉和用户认知度，以美的、格力、海尔为代表，占据了四川市场较大的份额，另外天加、浙江国祥、盾安、西屋康达等品牌也凭借优势产品取得了不错的市场成绩，国产品牌整体市场占有率达 53.57%；日韩品牌阵营以大金、东芝、日立等为首，在部分家装及商业项目配套上表现亮眼，三菱重工空调、三菱电机、三菱重工海尔、荏原、富士通、LG、三星等占据着一定的市场份额，日韩品牌整体市场占有率达 28.97%；欧美品牌中，麦克维尔、江森自控约克、特灵、开利占据了较高的市场份额，另外顿汉布什、EK、克莱门特等品牌立足自身产品技术，保持着工装项目市场的基本优势。

产品格局方面，多联机、单元机、末端等产品在四川市场占比较高。其中，多联机产品以大多联为主，有着良好的项目应用。得益于四川市场工程项目建设优势，除大多联外，冷水机组也有着不错的表现，离心机、模块机市场份额稳定，风冷螺杆、水冷螺杆变化不大，此外，两联供产品增长可圈可点。

多数受访人士仍对 2024 年四川中央空调市场的发展保持乐观的态度。2024 年，四川将着力构建房地产发展新模式，全力促进市场企稳回升，大力推进城镇老旧小区改造；同时大力推动重大项目建设提速增量，深入实施六大优势产业提质倍增行动。

图 2023 年度四川市场各大机组占有率对比

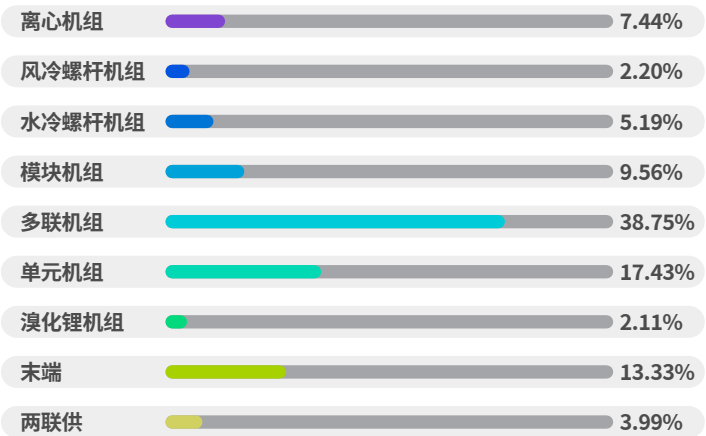
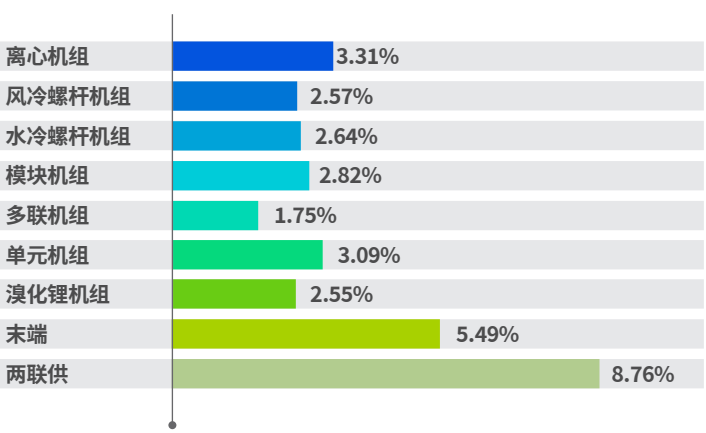


图 2023 年度四川市场各大机组增长率对比



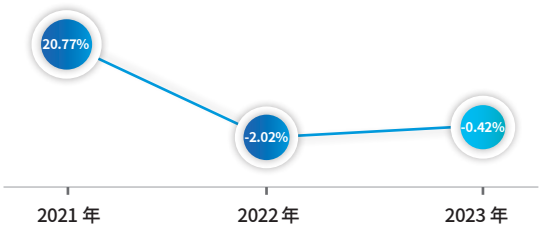
19. 重庆市场
ChongQing MARKET

作为西南地区最大的工商业城市、国家重要的现代制造业基地，经过多年的发展，重庆已形成以电子信息、汽车及零部件、高端装备、新材料、生物医药、特色消费品、农副食品加工和技术服务为核心的八大产业集群，以先进制造为发展方向的产业发展模式，推动着经济的发展。据了解，在 2023 年宏观经济增速放缓、房地产行业下行以及原材料上涨等种种因素的交织影响下，重庆中央空调市场不可避免地出现下滑趋势，下滑幅度为 0.42%，市场占有率降至 3.04%。总体而言，2023 年重庆市场主要呈现以下几个特点。

（1）工程项目数量有所增加，竞争更加激烈。重庆地区此前受疫情封控期影响的停工项目，今年陆续开工建设，因此工程市场的总体项目数量相较于去年有所增加，但低价竞争、回款困难与项目垫资等情况也使商业投资更加谨慎，大型项目数量减少。在此背景下，中小项目市场成为重要发力点。

（2）家装零售市场表现不容乐观，关店潮席卷。随着众多品牌入局以及不少工程商的涉足，重庆家装零售市场竞争已经进入白热化阶段，消费降级趋势明显，来自销量增长的压力，让行业竞争呈现无序的状态，价格战此起彼伏，库存积压现象严重，很多经销商处于亏损状态。同时，门店客流量大幅降低，线下业态承压严重，通过传统的推广方式引流，已经达不到理想的效果，关店潮愈演愈烈。

图 2021—2023 年重庆市场变化趋势



2021 年	2022 年	2023 年
20.77%	-2.02%	-0.42%

图 2021—2023 年重庆市场销售规模占有率对比

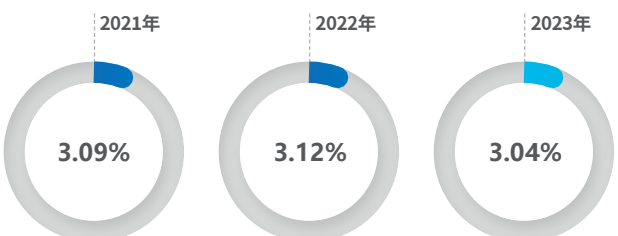
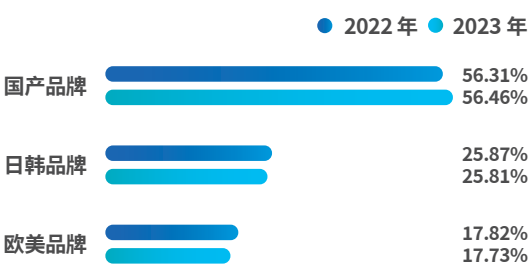


图 2022—2023 年重庆市场三大品牌阵营占比

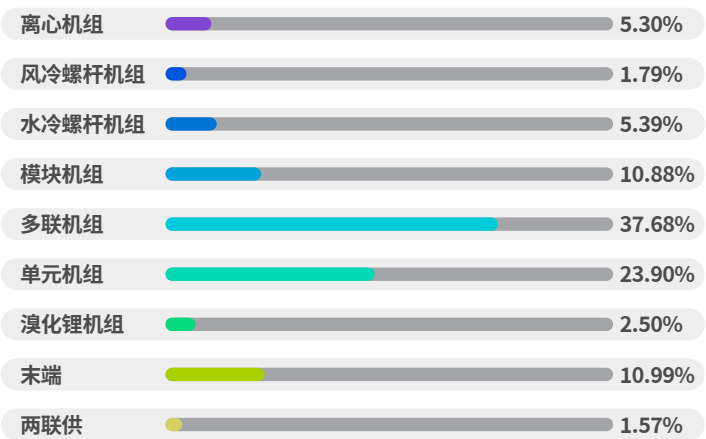


（3）精装配套市场承压明显。虽然重庆在 2008 年发布《成品住宅装修工程技术规程》后，成为国内首个制定精装房地方性标准的城市，但是在房地产行业低迷的影响下，重庆地产市场承载能力与精装项目的推进速度衔接并不理想，依然延续了去年的下行压力。精装房的占比较低，加之二手房市场供应量不断增加，带来的“抛售潮”导致房价进一步下跌，地产商利润进一步缩减，竞争十分激烈，这也在一定程度上影响了当地中央空调市场的发展。

从品牌格局来看，国有品牌占有率达 56.46%。以美的、格力、海尔为首的国产系品牌在重庆区域一直保持着较高的市场份额。其中，美的、海尔凭借品牌口碑、渠道积淀以及完善的产品矩阵，市场影响力进一步提升，特别是海尔在重庆磁悬浮市场表现良好，目前已中标多个磁悬浮工程项目。海信、积微 GCHV、雅士、盾安、奥克斯、TCL 智能暖通、浙江国祥、欧博等品牌表现也较为抢眼。日韩品牌方面，大金、日立、东芝、LG、三星、松下、三菱重工海尔、三菱重工空调、荏原等品牌保持着稳定的发展势头。欧美品牌方面，麦克维尔、江森自控约克、特灵、开利、顿汉布什、EK、西屋康达、克莱门特等品牌占有量也较为稳定。

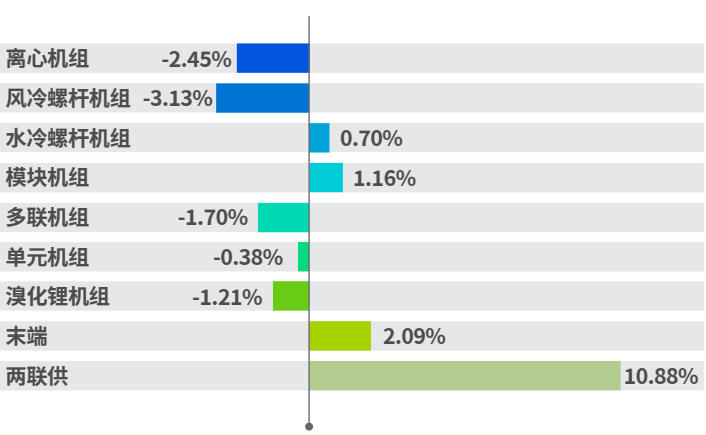
从产品格局来看，多联机组依旧在重庆市场中占据最大比重，占有率达 37.68%。冷水机组中，离心机组市场小幅下跌，市场占有率为 5.30%，风冷螺杆机组市场占比略有下滑。得益于中小项目的发展，单元机市场占有率有所提升，达 23.90%。此外，两联供市场依旧保持一定的市场占有率。

图 2023 年度重庆市场各大机组占有率对比



在本次调查中，大部分行业人士认为 2024 年重庆地区中央空调市场的发展走势并不明朗，市场低迷、竞争激烈以及利润压缩的现象仍将继续存在，行业人士必须要做好充分的准备，积极调整以应对快速变化的环境，抓住随时可能出现的新机遇。

图 2023 年度重庆市场各大机组增长率对比



20. 云贵市场

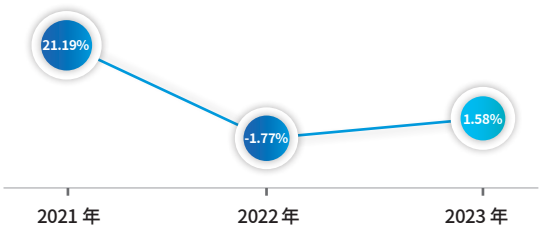
YunGui MARKET

云贵市场是云南和贵州中央空调市场的合称。作为地处中国西南的两大省份，云南和贵州两地四季温暖宜人，旅游业发达，该区域中央空调市场规模相对较小，多以基础设施建设、旅游项目开发、数据中心项目、商业地产开发项目为主。据统计，2023 年云贵中央空调市场整体实现小幅增长，增长幅度为 1.58%，市场占有率为 1.64%。总体而言，2023 年云贵中央空调市场主要呈现以下几个特点：

（1）地产持续低迷，消费需求减弱。2023 年，全国房产市场呈现出萎靡不振的态势，云贵区域亦不例外，无论是新建住宅，还是新房交付，项目数量急剧减少，烂尾楼现象更是屡见不鲜。地产行业的低迷也让区域内中央空调家装零售市场持续走低。此外，在低迷的经济大环境下，云贵区域内中央空调厂商受困于消费降级现象以及激烈的市场竞争，不得不加入促销、降价的大军，以牺牲利润的方式来换取销量和市场份额，在一定程度上阻碍了当地中央空调行业的健康可持续发展。

（2）中小项目回暖，难掩回款困境。云贵两省是著名的旅游城市，拥有丰富的自然风光资源，尤其是 2023 年开年以来，当地旅游行业迎来政策和市场层面的双重利好，市场潜力吸引了不少投资者们的关注，酒店、民宿、餐饮、娱乐场所等新建项目在短期内倍增，给中央空调市场带了一定规模的增量。不过，

图 2021—2023 年云贵市场变化趋势



2021 年	2022 年	2023 年
21.19%	-1.77%	1.58%

图 2021—2023 年云贵市场销售规模占有率对比

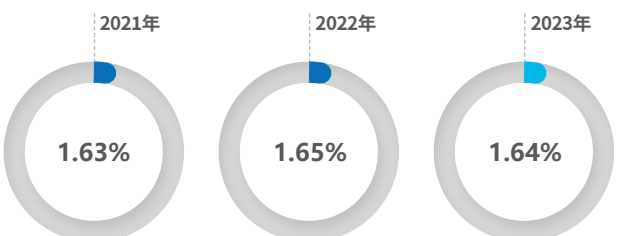
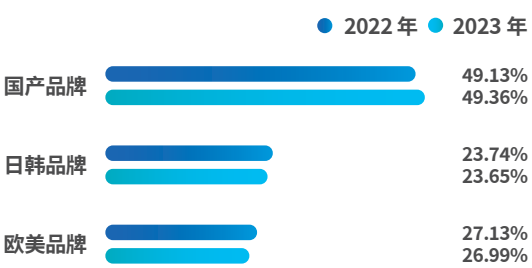


图 2022—2023 年云贵市场三大品牌阵营占比



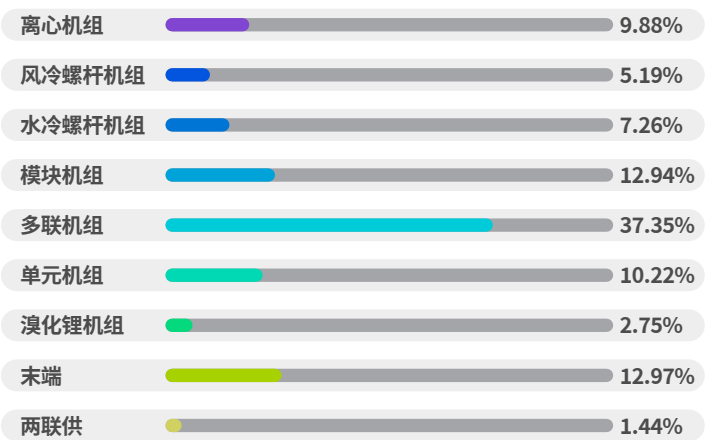
受整体经济环境的影响，不少项目存在资金短缺的问题，回款周期长、回款难等现象也迫使经销商们完善回款流程，选择项目时慎之又慎。

（3）舒适健康火热，渠道加速下沉。随着消费者健康意识的不断提升，舒适冷暖产品在云贵市场迎来了新的发展契机，两联供、新风、净化类产品在云贵市场备受追捧，各大品牌厂商凭借自身技术优势和市场资源，积极向市场主推舒适性和节能性产品。与此同时，云贵区域不少消费者愿意投入更多经费来改善家居环境，尤其在三四线城市的旅游度假区，以别墅、大平层等高端住宅为主的项目市场发展稳定，这也推动了厂家渠道布局的下沉速度。

品牌层面，云贵地区品牌集中度较高，“国进外退”趋势明显，国产品牌占有率为 49.36%。由于消费者对国产品牌的认知度较高，美的、格力占据了较高的市场份额。其中，美的凭借产品性能、定价策略等优势，在云贵市场表现不俗。日系品牌方面，大金、日立、东芝在房地产市场上收获颇丰。江森自控约克、麦克维尔、开利等美系品牌的市场份额进一步收缩。

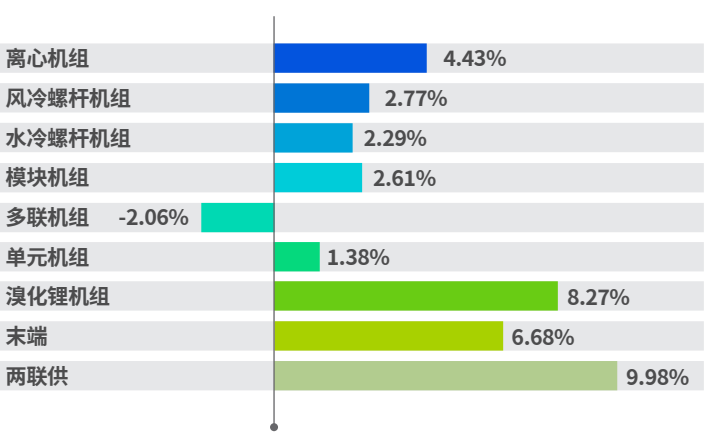
产品层面，多联机组依旧在云贵地区市场中占据最大权重，市场占有率为 37.35%。水机产品中，离心机产品在云贵市场的占有率为 9.88%，风冷螺杆机组仅为 5.19%，水冷螺杆机组为 7.26%。得益于小中型工程项目在 2023 年度的回暖，模块机产品在云贵市场得到广泛应用，市场占有率维持在 12.94%，其市场出货主要来自于国产品牌。

图 2023 年度云贵市场各大机组占有率对比



在行业人士看来，云贵中央空调市场的发展特点和发展走势既有区域特点，也受到国家政策、经济环境的影响，2024 年云贵市场能否实现回暖，依旧要取决于国内经济的具体走向。同时，舒适、健康概念的兴起、旅游行业的复苏，也让云贵市场充满潜力。

图 2023 年度云贵市场各大机组增长率对比



21. 西北市场

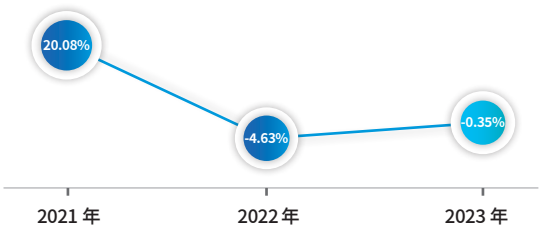
XiBei MARKET

2023 年，西北区域中央空调市场无论是家装零售还是工装项目，表现均差强人意。据统计，2023 年，西北区域中央空调市场下滑 0.35%，占有率为 3.91%。由于面积辽阔，省份差异较大，西北区域中央空调市场主要呈现出以下几个特点：

（1）公建项目明显下滑，工业项目占据主导地位。由于地方财政资金紧张，各省政府公建项目大幅下滑，反而是工业类项目支撑整个市场。按省份来看，汽车产业园、新能源产业园等工业类项目支撑起陕西工装市场。新疆区域因政策原因，工业项目数量虽然大不如前，却依然有一些能源类项目正在建设。同时，甘肃、宁夏、青海区域的能源化工类项目仍有所发展。值得一提的是，商业综合体过度饱和，写字楼空置率较高，加之整体经济形势不佳，西北区域的商业地产项目均处于收缩状态。

（2）零售市场持续低迷，精装修配套收缩。众所周知，西北区域虽然面积庞大，可经济发展水平却长期处于低位，因此在国内中央空调市场销量中占比较低，零售市场发展也明显落后于沿海地区。以西安和兰州这两大省会为例，近两年城市房价较大幅度下跌，家装零售市场愈发不景气。究其原因，人均收入水平不高，消费能力偏弱限制了零售市场的发展。尤其是 2023 年，整体经济增速放缓，居民消费更加理性，零售市场自然增长无望。在精装修配套市场，地产配套项目的数量明

图 2021—2023 年西北市场变化趋势



2021 年	2022 年	2023 年
20.08%	-4.63%	-0.35%

图 2021—2023 年西北市场销售规模占有率对比

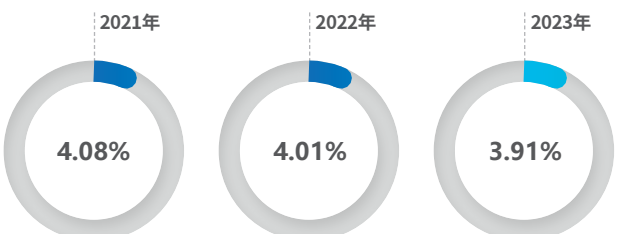
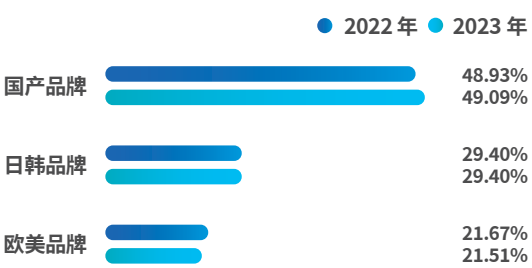


图 2022—2023 年西北市场三大品牌阵营占比



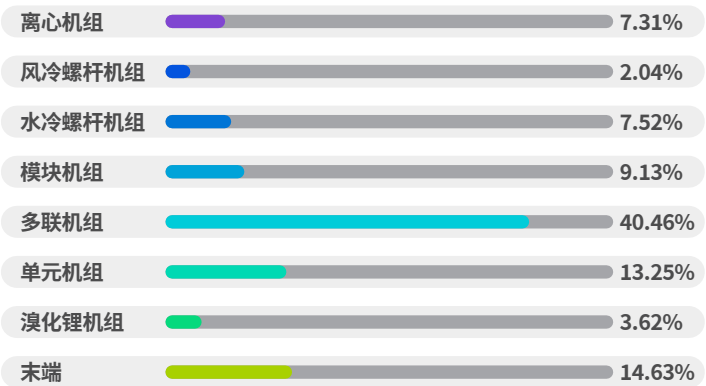
显减少，规模过千万元的项目较为少见。值得一提的是，在一些高端精装修楼盘中，不少地产商开始用国产品牌替代外资品牌。

（3）项目总包比例明显上升，付款难成首要难题。2023 年，虽然宁夏、新疆、青海、甘肃固定资产投资同比增长，但是陕西省的固定资产投资增速显著下降，从侧面证明整个市场投资力度不强。正因如此，2023 年以总包形式为主的项目占比明显提升，不过付款方式和期限，给不少经销商带来了相当大的资金压力，尤其是在一些大型工业项目中表现较为明显。

（4）商用“煤改电”市场表现略有起色。虽然“煤改电”市场体量巨大，但是西北区域开始得较晚，市场上品牌和操作模式已经相对成熟，因而推进的速度较快。前两年，由于区域财政都相对紧张，一些项目有所延期，2023 年随着资金的陆续到位，不少项目开始重启，尤其是学校、企事业单位的冷暖改造项目逐渐增多，市场逐渐回升。值得一提的是，由于不少省份的相关政策不能及时跟上市场发展，资金分配方式不合理，市场发展受限。

从品牌格局来看，国产品牌在西北市场的占比一直较高，达到 49.09%。以美的、格力、海尔为首的国产品牌占据着市场主导地位。国产品牌方面，美的在保持既有优势的基础上，加大了对工程项目的投入力度，增长速度较快。格力稳步推进渠道布局，销量保持稳定。海尔深耕工程市场，在大中型项目上斩获颇丰。日韩品牌方面，日立在工装项目上优势明显，加上零售市场稳健发展，增长势头明显。大金凭借在工装项目上的发力，业务量保持稳定。东芝零售、工程双双发力，在整个市场不景气的状态下，依然实现了较大增长。欧美品牌方面，麦克维尔、开利、

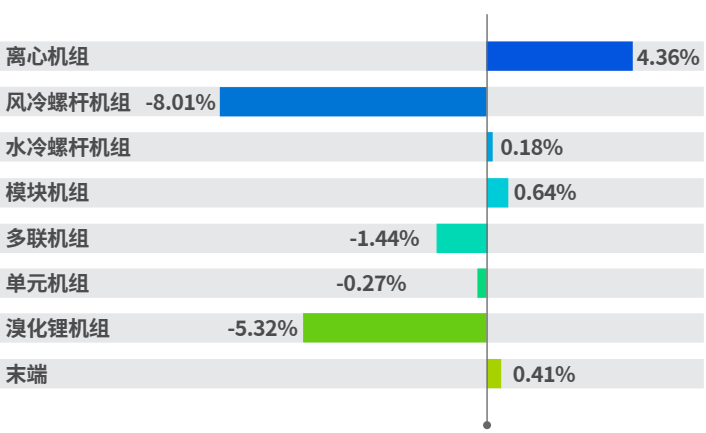
图 2023 年度西北市场各大机组占有率对比



江森自控约克在项目市场斩获颇丰，继续领跑水机市场，特灵、顿汉布什市场份额也有一定提升。

从产品格局来看，大型项目数量的较少，导致水机产品整体销量有所下滑，但离心机在超大型项目应用中占据主导位置，主流水机品牌的离心机销量增速同比有所增加。受部分机组替代性的影响，螺杆机市场份额被进一步压缩。模块机市场表现较为稳定。单元机市场依然是国产品牌的天下，在中小项目中有着广泛的应用，占有率为 13.25%。

图 2023 年度西北市场各大机组增长率对比



22. 东北市场

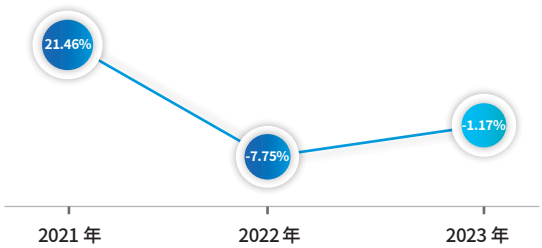
DongBei MARKET

在经济环境的影响下，东北地区中央空调市场的发展有所受限，再加上纬度高、气温低、地域广阔的自然特点，东北一直是中央空调销售占有率最低的市场。此外，由于黑龙江、辽宁、吉林为主的东北三省小城较多，因此不少品牌厂家只在经济相对较好的省会城市设立分公司或办事处来管理整个东北区域。2023 年，东北市场整体呈现下滑态势，下滑幅度达 1.17%。总体而言，2023 年东北市场主要呈现以下几个特点：

（1）房地产行业持续低迷，零售市场下滑明显。近年来，受到自然环境、地理环境、人口生育水平和经济社会发展等多方面因素的影响，东北地区人口持续减少，第七次全国人口普查数据显示，东北人口 10 年减少 1101 万人。再加上宏观经济恢复缓慢、需求收缩、消费下降的影响，东北地区的房地产市场始终处在萎缩、稳定和调整的过程中，从根本上阻碍了中央空调零售市场的发展。此外，在行业大洗牌的背景下，东北地区零售市场“价格战”现象此起彼伏，竞争更加激烈，经销商利润被进一步压缩。

（2）中小项目数量有所增加，工装市场下滑幅度较小。此前受疫情影响停工的项目，今年陆续开工，使 2023 年东北地区工装项目数量有所增加，但由于大型项目依然稀缺，投资者在市场不确定性的

图 2021—2023 年东北市场变化趋势



2021 年	2022 年	2023 年
21.76%	-7.75%	-1.17%

图 2021—2023 年东北市场销售规模占有率对比

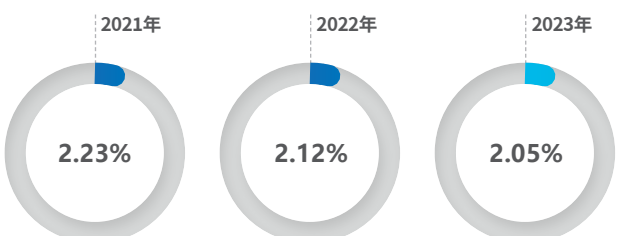
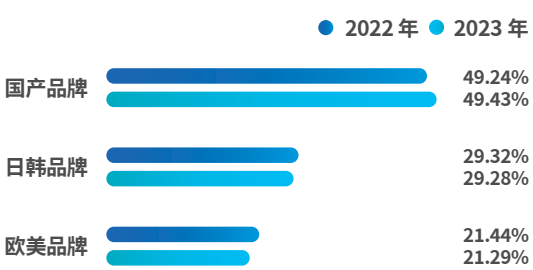


图 2022—2023 年东北市场三大品牌阵营占比



影响下愈发谨慎，因此中小项目依然是重要发力点，竞争愈发激烈。此外，库存积压、汇款困难等现象依然是工程市场面临的重要挑战，但在国家政策的支持下，这些痛点有所减轻。

（3）“煤改电”市场呈稳定发展态势。东北地区冬季平均气温为 -20℃ 左右，一直是“煤改电”政策推广的重点区域之一，但在低温环境、采暖季长的影响下，部分品牌产品不能保证稳定运行，导致“煤改电”市场近年来的发展并不理想。但在煤价上涨、用户需求的影响下，清洁供暖改造依然有一定的空间。

从品牌格局来看，国产品牌一直在东北区域保持着较高的市场占有率，销量远高于外资品牌，占有率达 49.43%。其中，以美的、格力、海尔等为主的国产品牌表现抢眼，实现稳步增长，在当地依旧占据较大的份额。特别是海尔在东北磁悬浮市场表现良好，目前已树立了多个磁悬浮样板工程。大金、日立等作为较早进入东北市场的日系品牌，渠道相对比较成熟，保持着一定的市场占有率。

从产品格局上看，东北地区多联机产品发展相对平稳，市场占有率达 35.00%，而水冷螺杆机组、离心机组等水机产品 2023 年的市场表现并不理想。此外，东北地区作为老工业基地，溴化锂产品在一些特殊领域依然有所应用，有一定的生存空间。

在本次东北市场调研中，大部分业内人士认为 2024 年东北市场的发展前景并不明朗，随着越来越多品牌的入局，行业竞争将更加激烈，因此很多品牌在 2024 年上半年难以实现较大的增量，面临着不小的压力和挑战。

图 2023 年度东北市场各大机组占有率对比

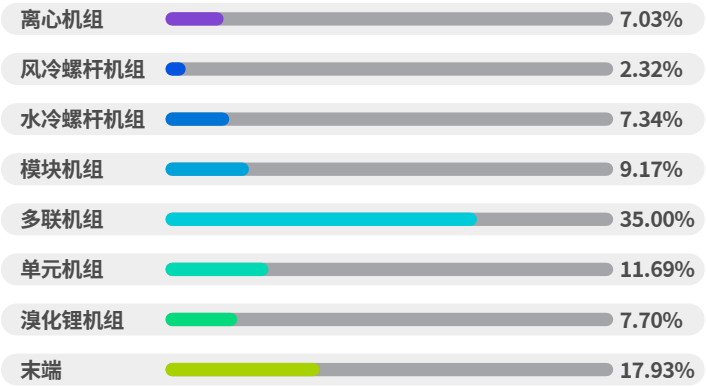
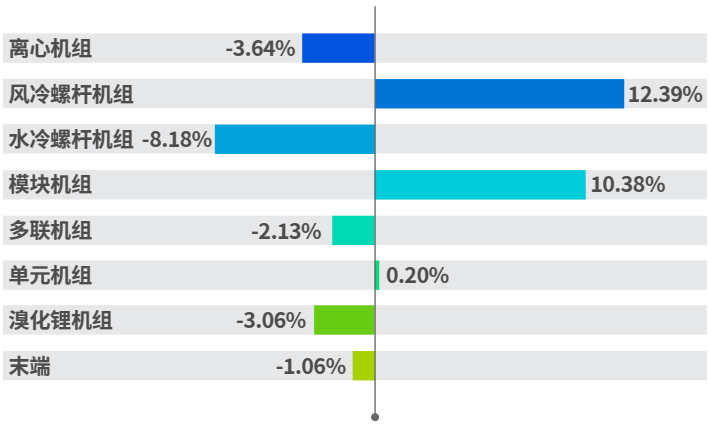


图 2023 年度东北市场各大机组增长率对比



NO.5

第五章

年度新品

总结报告

Summary report

NO.1 离心机组

鲲 禹

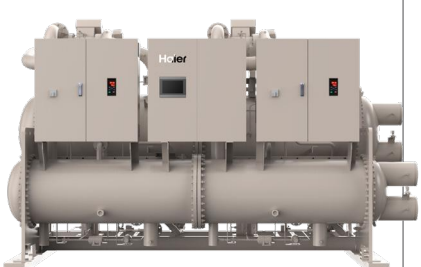
产品名称：

鲲禹模块化磁悬浮变频离心式冷水机组

产品特点：

该机组汇集了航天气动技术、磁浮轴承技术、永磁同步电机技术、补气增焓技术、高效冷凝技术 5 大核心科技，融合美的独特的水平对置双级压缩结构，全系列达双一级能效。创新模块化功能，小机身大能量设计，实现体积小重量轻，单模块大冷量。甄选长寿命备降轴承，采取主动式轴承控制技术，创新自发电模式，搭载美的自主研发变频器，具有无油、无摩擦、低功耗等诸多优点。

海尔智慧楼宇



产品名称：

海尔气悬浮中央空调引领者

产品特点：

海尔气悬浮机组无油运行，运行过程中几乎无衰减。相对普通离心机或螺杆机，海尔气悬浮机组每年可节约 30%~50% 维护费用。运动部件完全悬浮，无摩擦运行，结构振动接近于 0，运行噪音低至 70 分贝，无需安装减震配件和隔音机房。实现国标双一级能效，COP6.8，IPLV12。该产品依托行业首个物联中央空调云平台，实现自联网、自适应、自优化。

格力中央空调

产品名称：

CVS 光伏直驱变频离心机组

产品特点：

首创光伏直驱变频离心机系统，实现光伏发电、变频离心机、发用电一体化管理系统集成；改变传统光伏板发电 + 光伏逆变器 + 空调用电模式，减少电能转换损耗；光伏能直驱利用率能够达到 99%，相比传统系统效率提升 6%~8%。

麦克维尔

产品名称：

WXE 磁悬浮变频离心式冷水 / 热泵机组

产品特点：

产品采用磁悬浮压缩机，无需油路系统，节省维护费用，并避免润滑油带来的效率衰减；采用高效换热器及专业变频技术，机组 COP(GB) 高达 7.0， NPLV.IP 高达 12.0，运行能效高，性能稳定；具备先进的智能控制系统，可将设备运行数据传至云服务中心，进行快速分析，通过数据的有效获取及管理，实现机房“无人值守”，诊断服务等智能化控制及服务；全球 8 000+ 案例丰富应用，成为用户的新选择。

开 利

产品名称：

鼎酷 ™19MV 双级衡置式变频离心冷水机

产品特点：

产品拥有多项领先技术，冷量范围达 300—700 RT，COP 可达 6.75，最高 IPLV.IP 可达 11.4。其中 EquiDrive™ 双级衡置式压缩机配备了磁悬浮轴承，并且可适应 R134a 制冷剂以及低 GWP 制冷剂 R513A，全面应对各种工况环境，满足各类建筑所需。值得一提的是，开利在这一新品上融入了诸多全新的技术和产品优势，特别是紧凑的结构，不仅能够满足多样化的安装空间需求，同时也广泛适用于各类改造项目。

顿汉布什

产品名称：

HFO 无油变频离心式冷水机组

产品特点：

机组采用 R1233zd（E）环保冷媒，不含氯元素，ODP=0，GWP≈1；机组噪音低，运行噪音低于 74 dB；GB 工况 COP 可达 7.35，IPLV 可达 10.40，均远超国标 1 级能效；双级双挑离心式压缩机，压比高，运行范围广，10%~100% 无级调节，无需油系统，免维护；配备高速永磁同步电机，功率因数 ≥95%，轴承表面精度达 0.1 μm 级，轴承损失＜ 1kW；具备快速启动功能，最大化保证供冷不间断。

海信中央空调

产品名称：

磁悬浮变频离心式冷水机组 HSCFN-AE 系列

产品特点：

采用磁浮轴承控制技术，无齿轮机械传动、无接触、无摩擦、低噪声；COP、IPLV 双一级能效，绿色节能，助力实现双碳战略目标；采用高效稀土永磁同步电机，电机效率高达 97%。多机头智能寻优技术，确保各压缩机运行在高效区间，且互为备用。凭借出色的全负荷高效运行性能、变工况适应性能、超低负荷无喘振运行、无油运行、便捷维护等特点，机组可广泛应用在政府公建、工业、高校、商业中心、医院、轨道交通、体育中心、产业园区等场景。

天加

产品名称：

SMARDT 无油磁悬浮变频离心式冷水机组

产品特点：

SMARDT 无油磁悬浮变频离心式冷水机组采用磁悬浮轴承、变频直驱、高效双级离心压缩等技术，具有高效节能、高实用性、稳定可靠、安装维护、便捷易用等特点；依托先进的无油磁悬浮压缩机，机组可实现零摩擦、零润滑油、零衰减，与传统螺杆或离心式冷水机组相比节能率高达 40%；高转速永磁同步变频电机，效率可达 98%；同时机组低至 2% 负荷率仍可稳定运行。智能控制系统结合全生命期云监控系统进行能耗分析，根据当前末端运行负荷情况及机组能耗情况，进行 A 主动寻优智能控制，实现无人机房管理。

荏原

产品名称：

RTGC 系列双级压缩离心式冷水机组

产品特点：

采用双级离心式压缩机，设置有多级压缩所独有的经济器，采用内外螺纹高效换热管，高效又节能。具有彩色触摸屏和数码管显示屏两套显示屏；采用 NSK 原装进口高效滚动球轴承，运行稳定可靠。采用制冷剂 R134a，绿色环保。采用荏原先进的 ERICS 控制系统，拥有 60 余项控制和保护功能；采用先进的 SV 倾斜技术，控制精度达 ±0.1 ℃。

LG 中央空调

产品名称：

离心式热泵机组

产品特点：

离心式热泵机组是在 LG 集团成熟的离心式冷水机组的基础上进行设计研发的节能环保产品。机组具有超高能效，COP 可达 6.8 以上，单个压缩机最大容量可实现 1.5~20 MW，机组具有制冷 / 蓄冷、供热 / 蓄热、热回收等多种功能，热水温度最高可达 85 ℃，能满足各种场合不同热水温度的需求。

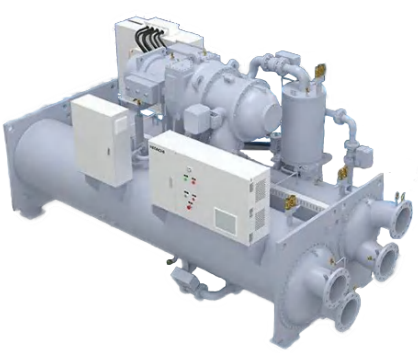
江森自控日立万宝

产品名称：

磁悬浮变频离心式冷水机组 VM 系列

产品特点：

机组采用高效磁悬浮离心压缩机，满负荷 COP 达 7.0，IPLV 达 11.59。结合磁悬浮轴承技术，实现制冷系统的无油运行，最大化提升系统效率。采用螺旋环绕的制冷剂喷射冷却技术，电机平均效率 96% 以上，最高效率达 98%。该机组电机直接驱动，故障率更低，可靠性更高。采用紧急断电保护系统，有效保护轴承寿命。机组采用无润滑油系统，维护保养费用低，省去后续检查工作。采用变频柜机载设计，降低初投资，节省机房空间。



江森自控

产品名称：

YL 超高效双极离心式高温热泵机组

产品特点：

机组对应约 10 万 m^2 建筑面积项目，广泛应用于大型区域供暖、支持海水、地热、废等多种可再生能源；采用 R134a 环保冷媒超低充注，ACOP 超越国家一级能效；55 ℃ 高压头优化，大压头下压缩机效率更高；高承压双级离心压缩机最高热水出水温度 60 ℃。

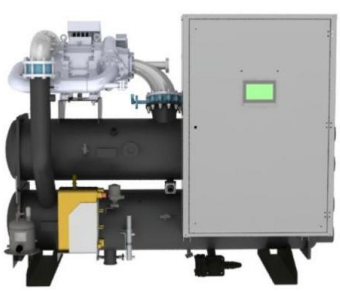
堃 霖

产品名称：

高效离心式冷水（热泵）机组

产品特点：

产品采用二级离心式压缩机，紧密齿轮、轴承，不怕压缩机急停，开机间隔可缩短至 10 分钟，轴承寿命高达 8 万小时，保证机组稳定运行；降膜式蒸发器可有效提升机组的制冷能效。机组采用R134a环保冷媒，对臭氧层损耗值（ODP）为 0。机组内置油冷却器，以冷媒冷却无需维修。独立的回油系统可以保证在任何负荷情况下及时回油。机组还采用固定孔口板节流装，无活动部件，在变负荷和变工况下可及时调整冷媒流量，无滞后现象，确保机组稳定运行。



克莱门特

产品名称：

TWG 系列 - 气悬浮变频离心式冷水机组

产品特点：

搭载静压气悬浮无油离心式压缩机、高性能脉宽调制 (PWM) 永磁同步电机，确保机组在各工况下始终处于最佳运行状态。采用静压气悬浮轴承，超低轴承功耗，节能 50% 以上。采用静压平衡叶轮设计，双轴向进气，能够平衡轴向推力，大幅降低气动噪音、振动及效率损失；采用液冷变频器，无惧高温、高湿、灰尘等各种恶劣环境，冷却效率高，保证变频器稳定调节。

NO.2 风冷螺杆机组

鲲 禹

产品名称：

鲲禹螺杆蒸发冷却式冷水机

产品特点：

该冷水机组不仅能为建筑空调系统提供比风冷机组更节能的解决方案，同时相对于普通冷却塔冷水机组系统，更节水节地，安装维护更便利，有效解决了冷水机组占地大、能耗高、噪音大、运维难等难题，是轨道交通、商场、酒店、办公楼、工业厂房等场所冷源的理想选择。

海尔智慧楼宇

产品名称：

螺杆式风冷热泵机组

产品特点：

宽广的运转范围，适用各种严酷环境。机組使用高低压自适应调节控制；热力膨胀阀 + 电磁阀控制按需喷液，提高机组运转范围；机组制冷运行最高环境温度可达 52 ℃，制热运行最低环境温度 -10 ℃；适用于国内大部分地区。

开 利

产品名称：

30XQV AquaForce 变频螺杆式风冷热泵

产品特点：

开利新一代 30XQV AquaForce 变频螺杆式风冷热泵机组，采用 Greenspeed 变频驱动技术，IPLV 可达国家一级能效，满负荷 COP 最高可达 3.28。更可选全变频配置，使得机组在效能、稳定性、智能操控及环境平衡等方面均有卓越的表现。

浙江国祥

产品名称：

四管制螺杆式空气源热泵机组

产品特点：

产品采用知名品牌高效涡旋压缩机，噪声低、振动小且能效比高；制冷剂的冷凝热量直接排放给室外空气和水，无冷却水系统中间换热环节，机组冷凝温度比传统风冷机组可降低 15 ℃ 左右，压缩机能效可提高 65% 以上，大幅度降低输入功率；安装简便，内置冷却水泵，无需冷却水塔，结构更紧凑，节省占地面积；采用冷凝器双侧进风流道设计及高效率低转速轴流风机，运转宁静。

申 菱

产品名称：

四管制螺杆风冷冷热水机组

产品特点：

机组采用的冷热自平衡技术，可根据冷量热量需求，快速响应，全自动连续输出，用户获得更加舒适的体验。通过多机头无极容量调节配合和智能化控制技术，实时匹配用户负荷，自动调节压缩机输出，确保机组最佳能效比运行，为客户节省运行费用。申菱研究院和博士后科研工作站研发的高效节能核心技术，结合换热流路、布置及结构等优化、均匀分液技术与换热强化技术，提升机组换热性能。电子膨胀阀精确的 PID 节流控制，实现对过热度的最佳控制，确保机组高性能运转，冷冻水出水温度控制精确至 0.2 ℃，减少用户侧水温波动。大屏幕液晶中文显示界面，定时开关机功能、自诊功能、掉电记忆功能等多重功能，提供 Modbus 协议，操作简单便捷，轻松管理无烦恼。

堃 霖

产品名称：

堃霖高效型风冷螺杆热泵 / 冷水机组

产品特点：

静电粉体涂装钣金箱体，盐雾测试连续 5 000 小时油漆不脱落空调制冷、空调制热、壳管式热交换器方便维修保养、亚洲风冷螺杆机组导入市场先驱、电控箱防护等级、材质可满足客户不同需求。

EK 空调

产品名称：

“Apollo III Plus”系列超高效型螺杆式风冷冷水（热泵）机组

产品特点：

采用欧洲“新一代”螺杆式压缩机，高效壳管式蒸发器，V 型高效换热器，机翼型低噪声轴流风扇，电子式膨胀技术，高效无氟制冷剂 HFC-134a 等，优化系统匹配，稳定可靠，能效创行业新高。

克莱门特

产品名称：

高效变频风冷螺杆热泵机四管制机组

产品特点：

采用众多节能措施，机组满足国家 EER、IPLV 双一级能效，达到了绿色建筑三星标准，助力用户申请 LEED 认证和绿色建筑认证。采用最新高效设计的半封闭双螺杆式压缩机，启动电流小。机组开机检测用户负荷需求，压缩机快速加载，大容量能力输出，短时间达到出水设定温度，快速满足用户冷热需求，进一步保证舒适性。

特 灵

产品名称：

RTMG 螺杆式风冷热泵四管制机组

产品特点：

温湿度平稳：拥有制热专利预分配器及三个电子膨胀阀设计，制冷、制热、除霜精确调节，高效拿捏、恒温恒湿；静音降噪：携手国际著名品牌 EC 风机，机组自带低噪音模块；能效稳扎稳打：融合多种创新技术，COP/IPLV 双 2 级性能、节能各上一分，能效更稳，能耗更低；大范围区间的宽环温设定，即使在 -15 ℃ 的严苛环境下，机组依然稳定运行。

苏净布什

产品名称：

高温热泵螺杆式热水机组

产品特点：

采用单机双级压缩技术，集成化程度高，机壳设计耐压强度高；压缩机排气温度相对较低，能够在大压比工况下稳定运行；采用优化后的电机冷却流道设计，使压缩机运行范围更广，适应性更强；采用回收油冷却负荷技术，大幅提高制热效率；采用绿色环保冷媒 HFC-134a, 具有良好的环境效应和经济效益；采用微电脑控制器，具有外观紧凑、布局合理、维护方便等特点。

顿汉布什

产品名称：

顿汉布什 AVXHP-RX 系列变频螺杆式风冷热泵机组

产品特点：

机组采用立式变频双螺杆压缩机，使用寿命更长，压缩机运行更平稳、更经济，在满负荷和部分负荷运行均有最佳能效的表现，制冷工况 COP3.40 以上，国标工况 IPLV 最高可达 4.39，满足国家双 1 级能效标准；搭载专利非逆向融霜技术，融霜过程不需要切换到制冷模式，制热运行连续进行，融霜过程没有冷热量抵消，机组效率更高；采用 R134a 环保冷媒，不含氯元素，对大气臭氧层无任何破坏作用，营造绿色空间。

盾安中央空调

产品名称：

安杰 i-Super 四管制冷热一体式风冷螺杆机组

产品特点：

高效节能、经济性好：运行节能，初投资低，维护简单，经济性好；精准控制、稳定运行：压缩机、风机、膨胀阀可无极控制，运行稳定，控制精度可达 ±0.5 ℃；四季运行、安全可靠：运行范围广，冷、热供水范围大，安全运行保护措施齐全；智能控制、管理便捷：自动化控制、人性化操作界面，管理便捷。

NO.3 水冷螺杆机组

美的楼宇科技

产品名称：

水冷螺杆变频高温热泵机组

产品特点：

机组全系列标配变频控制，能效更高更节能；全系单压缩机设计，结构简洁更稳定。同时，机组拥有宽裕的运行范围，蒸发器出水温度范围 7~40 ℃，冷凝器出水温度范围为 60~85 ℃。全系标配电子膨胀阀，使得控制更加精准。在安全防护方面，电源、压力、压缩机、断流、水温、变频器均有保护，保证使用安全。此外，铠装外壳、高温出水等多个可选功能，满足更多差异化应用。

麦克维尔

产品名称：

PFS-GEN3 单螺杆式冷水机组

产品特点：

新一代单螺杆压缩机针对冷水应用专用，通过优化排气和吸气流道，显著提高压缩机性能；内置油分冷凝器，可减少润滑油充注量，践行绿色建筑环保行动；采用 R134a 环保制冷剂，对臭氧层无破坏作用，且具有良好的安全性能；新一代单螺杆压缩机受力平衡，转子与星轮“0 间隙”啮合，显著提高容积效率，理论轴承寿命更长；全系实现软启动，启动平滑，无二次电流冲击且启动电流可调；获得美国 AHRI 产品性能认证，性能参数值得信赖。

格力中央空调

产品名称：

LHVP 系列永磁同步变频螺杆式水 (地) 源热泵机组

产品特点：

该机组专为提高效率和减少运行成本而设计。高效节能：采用宽负载大转矩永磁同步变频电机，额定效率达 97.5%，全工况效率达 95% 以上；高效降膜式蒸发器，换热效率提升 15~30%。安全可靠：压缩机转子双侧驱动设计，平稳应对负荷工况变化。智能控制：标配 10 英寸工业级彩色触摸屏，可视化操作，180 天超长存储，-20~70 ℃ 可靠使用。

天 加

产品名称：

满液式水冷螺杆冷（热）水机组

产品特点：

全系列达到二级能效，部分机型一级能效；采用德国技术高效压缩机，全新设计高效换热器，先进节流装置及独创回油技术；先进控制系统，天加独创动态寻优控制算法，完善的安全保护设计，组群通讯功能，实现楼宇自控。采用热回收技术、双能调技术、空调蓄冷双工况技术、低水温稳定运行技术、变流量技术、大温差小流量技术，满足多场景应用需求。

江森自控

01.

产品名称：

约克 ® 新一代超高效 RXC 螺杆压缩机组

产品特点：

机组应用广泛，可作高压级或低压级应用，多机组并联应用；新一代超高效冷冻 XJC 系列双螺杆压缩机，本土研发性能提升最高可达 10%；低噪音开式电机，新一代 YORK C 转子型线，高效静音；可变内容积比，实时无极变 Vi 运行，确保各种工况下效率更高；压缩机流道优化，科学优化吸排气流道及内部润滑油管路，设计简洁无泄漏；永磁变频，直连超高转速设计，最高可达 7 000 RPM，能效等级 IE4，可达 IE5；抗摩擦轴承，无极能量调节，精准配合系统负荷变化，可靠且高效。

02.

产品名称：

YGWE-HP 全温型螺杆式水 / 地源热泵机组

产品特点：

可变内容积比设计，精准匹配不同工况需求；能力边界拓展至 100—700 TR ，灵活匹配各类商业综合体、集中供暖等；性能进一步提升，ACOP 超越国家一级能效；59 ℃ 超高压头，20 ℃—65 ℃ 全温高效运行；最高热水出水温度 65 ℃，广泛适用于各种供暖末端。

江森自控日立万宝

产品名称：

变频螺杆高效水冷机组 WV 系列

产品特点：

日立新 G 型 R134A 冷媒专用压缩机，性能效率高。搭载优质高效变频控制系统，节能环保 IPLV 高达 8.50。热交换器采用高效翅片管，提供热交换效果，增加换热面积，有效提高机组循环效率。通过变频器改变供电电源频率，进而改变压缩机电机转速，更加高效节能。满液式高效蒸发器，能够有效提高机组制冷能力及能效比。环保冷媒 R134A，ODP 值为 0，不破坏臭氧层，有效保护地球环境。机组效率高，减小电力消耗，间接减低 CO_2 排放量，响应国家节能减排政策。

麦克维尔

产品名称：

YVWH 超高效变频水冷螺杆式热泵机组

产品特点：

无级可变内容积比压缩机，适应各类热泵工况变化；小容量设计；可灵活应用于小型独栋商业；约克变频技术超越国家一级能效；可选 R134a/R1234ze 环保冷媒，R134a 型最高热水出水温度 45 ℃，R1234ze 型最高 50 ℃。

LG 中央空调

产品名称：

SCREW CHILLER 水冷螺杆式冷水 / 热泵机组

产品特点：

自主品牌高性能压缩机，高效节能；优化设计的滴淋式蒸发器和专用蒸发管保证性能；冷凝器中内置过冷器，整机效率提高 5% 以上；自主品牌高可靠性节流装置；LG 研发微电脑监控中心；可选冷媒 R134a/R22。

西屋康达

产品名称：

KWS 系列满液式水冷螺杆冷水机组

产品特点：

双螺杆压缩机：双螺杆新型 5:6 专利非对称转子齿形线性设计，提高压缩效率，运动部件少，无易损件，无故障运行可达 8~10 万小时。高效节能：KWS 满液式水冷螺杆冷水机组均达到国家节能产品能效要求，节省运行电费。性能可靠：结合国际先进的设计理念，对机组的关键部件和系统控制进行优化设计和验证，适用于各种变工况及高于国家标准要求的极限工况。输出稳定：实现 25%~100% 负荷无级或多级调节，保证出水温度稳定，输出能力与建筑系统需求的负荷完全匹配，在部分负荷时机组仍然保持高效率运行。

顿汉布什

产品名称：

WCHX-M 模块化水冷螺杆冷水机组

产品特点：

机身尺寸小巧，长度不超过 1 900 mm，高度不超过 2 050 mm，可减少 50% 占地面积；叉车装卸，货梯运输，运输方便，无需大型吊装设备，可安装于中间楼层机房，改造周期短；机组变频系列满足国家 1 级能效标准，定频系列满足国家 2 级能效标准，适用于中小型数据中心、星级酒店、医院、地铁、公共建筑等较早使用中央空调且运输通道狭窄以及机房空间紧张的场所。

申 菱

产品名称：

变频螺杆式水冷冷水机组

产品特点：

产品全系满足国标 COP/IPLV 双一级能效；采用绿色环保冷媒，减少碳排放。产品搭载变频变容解耦技术，可以对“用户的工况、负荷需求，与机组的变频容调、变压比 VI 调节”，进行自适应解耦，精准节能控制。机组采用独立双系统模式，实现长期低负荷高效运行。结合冷水机组最优分配控制策略，合理使用独立双系统运行模式，COP 得到显著提升。产品采用高效可靠变频器、新型 RE-AVI 双螺杆压缩机、高能效混合降膜式蒸发器、多功能卧式冷凝器、电容式氟侧液位控制器。启动无电网冲击、无级变频容调、可靠油路系统、电容液位式探测高精度氟水控制、故障自动诊断、远程通讯控制。

申 菱

产品名称：

一体式螺杆冷水机组

产品特点：

产品将高效冷水机组、冷却源、水泵、补水装置等传统冷水机房系统的所有设备和功能智慧整合，通过智慧控制，实现所有设备的集成控制和高效运行，相比传统机房综合能效提升 20~50%。产品可直接安装在室外，节约机房建设成本和占地，接入水电即可调试使用。产品制冷量范围 100~530 RT，并提供丰富的非标定制可选项。

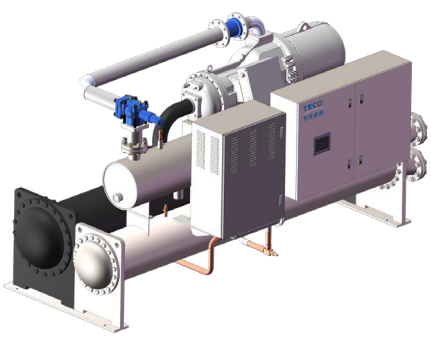
东元空调

产品名称：

永磁变频螺杆满液式冷水机组

产品特点：

采用高效永磁同步电机，全工况皆可高效运转。变频启动及调节，可变内容积比（VI）设计，压缩效率最佳化，能效可提升 3%~4%。采用新型高效转子，能效可提升 2%~3%。高效回油喷射泵及控制系统。无可动件，特殊专利设计，利用高压气态冷媒经过喷射泵前段缩管设计达到超音速的效果，产生局部低压导引富油冷媒被抽送回压缩机，回油性能优越可靠。全自动回油控制系统设计，随时精密侦测压缩机的油位，适时自动强制供油回压缩机，确保永不失油。



克莱门特

产品名称：

变频高效型满液式水地源热泵 FOCSWATER.E-HL-INV 系列

产品特点：

产品采用全变频半封闭双螺杆压缩机，全线 COP 及 IPLV 均能达到国家一级标准；满液式蒸发器，有效提高能效比；三维立体优化设计，布置紧凑，维护检修空间小，节省空间；HFC134a 环保制冷剂，减少环境污染；W3 000 Touch 全新控制系统，高效便捷；230−1 860 kW 制热量：240−1 940 kW，应用广泛。

欧博空调

产品名称：

变频式水冷螺杆冷水机组

产品特点：

根据负荷变化，自动调节压缩机输出，机组在任何时候以最高的效率保持最佳配合。先进的 5：6 齿数比进口半封闭双螺杆压缩机。附卸载能量控制装置，实现多级或无级能量调节，运行可靠。提供高低压保护、冷冻水防冻结冰保护、电源相序保护、缺相保护、水流量不足保护、压缩机电机过热等多重保护功能。蒸发器满液式设计，内外壁采用采用强化传热的高效紫铜管，换热效率高。

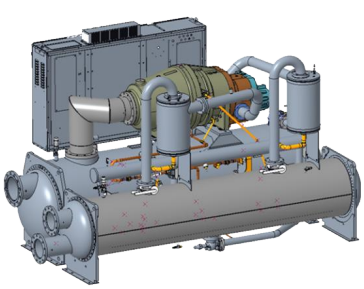
盾安中央空调

产品名称：

盾安安杰 i-Super 蒸发冷却一体式冷水机组

产品特点：

产品特点：（1）蒸发冷却一体式集成设计，省却了冷却塔，节能、节水、占地面积小；（2）蒸发冷凝换热技术，利用水蒸发时的潜热带走冷凝热量，换热更高；（3）防结垢技术，在线吸垢及定时排污，降低冷却水中的钙镁离子浓度，长期稳定高效换热；（4）铜盘管自动脱垢，制冷能力不随使用年限而衰减；（5）变频风机调节风量，冷凝温度控制稳定，全年制冷运行；（6）产品全系列均达到国家一级能效标准，高效节能。



特 灵

产品名称：

特灵 RTHD-Vvi 可变内容积比变频螺杆冷水机组

产品特点：

可变内容积比（Vvi）压缩机设计，效率更高；永磁同步电机应用，降低功耗；真正全变频调节，更加节能；先进的微电脑控制器，简化每一次触摸操作；技术创新、高效节能、稳定可靠、环境友好、操作便捷、应用广泛，6 大维度无缝覆盖，持续释放特灵百年创新因子。

NO.4 模块机组

美的楼宇科技

产品名称：

变频模块式风冷热泵

产品特点：

机组采用全直流变频喷气增焓压缩机，进一步提升机组低温制热能力和稳定性，-20 ℃ 依旧可稳定运行；可实现无级调节，根据负荷变化调节能力，有效避免机组频繁启动；同时，风机采用了全直流变频电机，可实现 32 级风档调速，根据系统压力和负载有效控制风机风量，最大限度地降低风机的功耗，运行更高效更稳定。为了达到机组的极致高效，机组还具备自适应温度调节能力，可根据室外温度自动调节目标出水温度，确保用户舒适性的同时，实现全工况高效节能。除此之外，美的变频模块式风冷热泵机组还采用了多种人性化的模式设计，机组通过自动调节频率与风机转速，可实现标准模式、静音模式、超静音模式的切换，同时，搭配定时功能的使用，可适应一天不同时间段的环境噪音要求。

海尔智慧楼宇

产品名称：

全变频高温热泵机组

产品特点：

作为行业首台全变频高温热泵，机组以领先科技，构建核心竞争优势。90 ℃ 高温出水，强劲制热，-35~55 ℃ 全温区制热，极端工况稳定运行；全变频一级能效，COP 达 5.0 以上，节能高效；蓄热除霜，水温不衰减。经专家组鉴定，海尔智慧楼宇全变频高温热泵机组技术水平已达“国际领先”水平。

格力中央空调

产品名称：

格力商用 E 系列模块式风冷冷 (热) 水机组

产品特点：

E 系列模块式风冷冷 (热) 水机组采用名优配件，精心设计制造，配合多系统设计，提高了机组运行的可靠性。可组合多个单元模块，各单元模块的结构形式、性能可以相同，也可以不同，每个单元模块的名义制冷量不同，有 65 kW、80 kW、130 kW、160 kW 可选。使用 R410A 环保冷媒，对大气层无破坏作用，绿色环保。可通过独有的节能模式，在保证空调舒适性的前提下，让机组运行的更节能。

麦克维尔

产品名称：

130 kW 变频四管制模块机

产品特点：

该机组采用变频压缩机和变频风机设计，制冷综合部分负荷性能系数 IPLV 高达 4.70，制冷 COP 高达 3.4，运行性效率高，大幅节省运行费用；采用冷热一体化设计，可同时满足项目的冷热需求，废热回收利用，系统更高效，可实现能源利用效率的最大化，且机组安装灵活，无需专用机房；冷热平衡控制打破常规设计，实现系统模式不停机切换，双侧水温波动控制可在 ±0.5 ℃ 范围内；采用变频 EVI 压缩机搭配变频风机，可在 -30 ℃ ~52 ℃ 的环温下稳定运行；采用紧凑结构设计，减少机组的体积和占地面积，大幅节省安装空间。

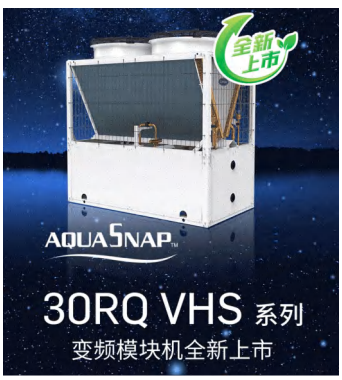
顿汉布什

产品名称：

全直流变频风冷模块冷水（热泵）机组

产品特点：

机组制冷综合部分负荷性能系数最高可达 4.6，远超国家 1 级能效标准 15%。机组冷热兼顾，制冷制热 IPLV 双 1 级，减少运行成本，助力建筑生命周期内实现价值最大化；采用全新一代直流变频涡旋压缩机无级调速，精准匹配负荷变化。搭载低噪直流变频风机，电机可根据系统温度压力的变化进行无级变频调速、低噪静音。超宽运行范围，−26 ℃ 低温制热，出水温度最高可达 60 ℃，同时满足 −15 ℃ 全年制冷需求。



开 利

产品名称：

30RQ VHS 系列变频模块机

产品特点：

机组采用变频喷气增焓压缩机，实时精确匹配负荷变化，高效稳定运行；大直径圆角轴流风叶、导风圈、导风罩一体化设计，IP55 变频电机，风扇转速无极调节，与变频压缩机相匹配，实现机组高效稳定低噪运行。标配亲水铝箔专利设计的换热器翅片，增加换热效率。采用不锈钢式换热器作经济器，配合专利管路设计，对节流前后的冷媒做热交换并进行二次压缩，提升系统效率和可靠性。

海信中央空调

产品名称：

Hi-Mod 风冷模块（R 系列）

产品特点：

海信新一代 Hi-Mod 系列风冷模块机组，改善了系统和程序设计，打造功能齐全、规格多样的系列产品，同系列不同型号之间模块化可任意并联，适用范围更广，搭配智能双系统，让每个系统可以独立运行、独立化霜，满足用户的个性化所需。产品采用进口电子膨胀阀与高效壳管式换热器，并在液体管路上设置单向阀，三重保护——防水、防冻、防超压，保障机器的稳定运行。还设置了吸气压力传感器，让控制、调节更精确。

积微 GCHV

产品名称：

风冷热泵模块机

产品特点：

机组采用名优的高效压缩机、高效换热器、高精度电子膨胀阀等核心零部件与精细冷媒控制技术，系统运行高效节能；各容量规模的单元模块可自由组合，兼容性强，可选择多种组合连接方式，安装便捷；机组自带高低压开关，防冻保护装置，流量控制器，过载保护装置等多重保护设计，延长使用寿命；采用双后备运转技术，同套系统不同模块之间互为备用，一台或多台设备出现故障时，系统依然可以继续运行供冷供热。

天 加

产品名称：

V-Force 系列 R32 模块化变频风冷式冷（热）水机组

产品特点：

V-Force 系列 R32 模块化变频风冷式冷（热）水机组是天加在双碳目标及冷媒替代双重行业背景下研发出的一款新冷媒全变频模块机产品。该机组采用对大气臭氧层零破坏，温室效应比 R410a 低 75% 以上的 R32 环保制冷剂，符合我国中长期制冷剂发展趋势。同时，R32 变频模块机结合天加 20 年模块机研发经验，融入大量模块机先进技术，同时拥有全工况运行、全变频节能和全场景适配三项领先技术优势。

江森自控日立万宝

产品名称：

新一代变频模块机组 AVE 系列

产品特点：

采用新型高效直流变频涡旋压缩机，大幅提高制热能力与效率，运转稳定，品质可靠；具有 25%~100% 的负荷无极调节能力，可按照实际需求自动控制能量输出；IPLV 高达 4.45，超国家能效标准；多重除霜判定，分布独立除霜稳定供暖，波动小；优化模块设计，可节省 15% 以上占地面积，最大支持 16 台模块组合，应用范围广，安装、维修保养更加方便；合理的台数控制逻辑，实时检测控制机组启停，机组持续高效运行。

东元空调

产品名称：

风冷模块机组

产品特点：

产品系列齐全：热回收、超低温热泵系列、变频系列。机型范围为 65 kW/95 kW/130 kW；高效节能，符合国家 2 级能效标准；采用 R410A 环保冷媒；模块化设计，最多可实现 16 台机组并联控制；节流装置采用电子膨胀阀，控制更精准，系统更高效。

堃 霖

产品名称：

风冷模块热泵 / 冷水机组

产品特点：

机组采用静电粉体涂装钣金箱体，盐雾测试连续 5 000 小时油漆不脱落一种水，采用的涡旋压缩机都是全铜线圈，非全铝线圈或启动铝，铝线圈使用寿命长达 5 年；搭载壳管式热交换器，可维修保养。

雅士空调

产品名称：

四管制热回收风冷冷水（热泵）机组

产品特点：

四管制热回收系统为雅士专有技术，制冷同时提供 7 ℃ 冷水和 45 ℃ 热水；冷量及热回收量可独立调节；采用 R410A 冷媒，绿色环保；回收 45 ℃ 热水，热量 5~100% 可调，可实现全部热回收；低温启动的安全设计，可随时启动制冷、制热运行。

西屋康达

产品名称：

四管制风冷全直流变频模块机组

产品特点：

节能高效：结合各种商用综合体建筑设计特点，针对冷热需求共存的场所，将制冷时运行中产生的废热回收，转化为热水的形式作为其它热源使用，综合能效 ICOP 近 10.0。占地面积少：机组换热器采用环形设计。超强适应性：在 −20 ℃~48 ℃ 范围内稳定运行，特别适应在具有生产工艺需要的全年供冷或制热的工况。控制精确：精确控制水温，两侧水温精度控制在 ±0.5 ℃。降噪专利技术：西屋康达专利噪声优化技术，对振动噪音、风噪源进行组合处理。

四季沐歌

01.

产品名称：

冰火·变频系列 50 HP 商用空气能冷暖机

产品特点：

实现了从二级能效到双一级能效的跨越。定频到变频的升级，在保证温度稳定的同时，更加提升了整体使用体验，综合部分负荷性能系数 IPLV（H）2.85 升至 IPLV（H）3.24，节能效率进一步提升 40%。

02.

产品名称：

冰火·超低温系列 120 HP 商用空气能冷暖机

产品特点：

冰火·超低温系列 120 HP 商用空气能冷暖机采用智能分段化霜抑冰技术，温度波动小，节省占地面积，以 4 重静音开启宁静生活环境，通过 0 间距设计，能让安装面积节省 20%，可有效保证工程项目的稳定、高效运行。

EK 空调

产品名称：

EKAH“火麒麟”系列云智慧高效变频超低温热泵空调

产品特点：

EK 云智慧高效超低温热泵空调获得了行业权威机构的肯定和认可，并被评选为“CHPC·中国热泵”供热应用创新产品。机组采用高效变频压缩机，搭载 EVI 喷气增焓系统，在 -38℃ 超低环境温度下可高效稳定运行，结合 EK-AIoT“智慧云”系统，机组管理及维护更省心。机组制冷、制热能效均达到国家一级能效标准，具有低温强热、节能高效、稳定可靠、舒适静音、智慧便捷等优势，为用户提供全面的行业解决方案，是北方严寒地区最佳清洁取暖方案之一。

申 菱

产品名称：

全直流变频四管制风冷模块

产品特点：

采用了冷凝热回收技术可同时提供冷热源，通过回收冷凝热可免费加热空调水至 55 ℃，且可通过换热器自动平衡冷热需求。机组能效远超国家一级能效，机组部分负荷效率更高，系统运行较定频节能 15% 以上。全直流变频控制系统，水温控制可精确至 ±0.1 ℃。

欧博空调

产品名称：

四管制涡旋风冷热泵机组（风冷模块）

产品特点：

该机组是集制冷、制热为一体的智慧节能型冷暖机组，不仅可以单独供冷、单独供热，还能根据制冷、制热的负荷需求不同，同时满足双向的冷热需求；采用完全独立的冷水换热器、热水换热器，具有冷热负荷变化自平衡特性；集成度更高，占地面积更小，冷热联供模式下的综合能效比更是高达 8.5，可广泛应用于高级酒店、商业综合体、医院、博物馆及各种恒温恒湿需求的场合。

浙江国祥

产品名称：

四管式模块式风冷热泵

产品特点：

机组采用变频风机及先进的控制技术，可在环境温度 −15 ℃~48 ℃范围内实现制冷、冷热联供、制热模式间任意切换；机组采用自适应冷热平衡技术，自动根据末端的冷、热需求快速响应；多压机能量调节，最多可实现 32 级能量调节；关键制冷系统及电气元件部件均采用国内外知名品牌，机组经过苛刻的耐腐蚀、耐久性、性能等测试；机组在制冷时回收冷凝热制取热水，综合能效比为 7.72，最高可达 11.9；全天候在线监控，实时分析运行数据，预判故障发生。

盾安中央空调

产品名称：

盾安安焱 i-Glow 系列 CO_2 热泵热水机组

产品特点：

CO2 热水机采用天然制冷剂 CO2[R744] 的空气源热泵产品，以高温生活热水应用为主、可在低温 -25 ℃ 可靠运行，可产出高达 90 ℃ 的热水。产品采用智能变频压缩机和风机，全年加热效率 3.9[JRA4060 标准]，极寒地带全年加热效率 3.4，高效节能，经济运行。采用了防冻循环和电辅伴热双重防冻措施，确保机组水路安全；机组的 Y 型结构可邻近安装，节省空间。

特 灵

产品名称：

AquaCubeTM CXAU 系列风冷冷水热泵模块机组

产品特点：

特灵模块机组换热器采用亲水铝箔开窗设计、内螺纹铜管，水侧换热器采用高效不锈钢板式换热器，高效节能；采用高效 EVI 喷气增焓涡旋压缩机，具有高效节能性，COP 和 IPLV 超越国家一级能效水平，制热性能显著提升，供热稳定高效；智能防护和除霜逻辑、全方位的保护程序和优质部件，保障机组常年可靠运行；选用 R410A 环保冷媒，不破坏臭氧层，绿色环保；同时，机组具备集中控制功能，搭载 7 寸彩色触摸屏，实现智能控制。

TCL 智能暖通

产品名称：

TCL 金刚节能王系列 • 180kW 超低温变频模块机

产品特点：

采用高效直流变频热泵涡旋压缩机，提升机组低温制热能力和稳定性，-30 ℃ 极寒稳定运行，澎湃动力，强劲制热；双电子膨胀阀专利控制技术，极速制冷制热，±0.5 ℃ 精准控温；智能化霜技术，智能判断除霜最佳时机，除霜制热不停机，提高综合制热性能；相变分流技术，采暖出水高达 62 ℃，制冷出水低至 5 ℃，机组运行范围更宽；紧凑结构设计，对比常规机组节省 30% 占地面积，机组安装灵活。

NO.5 多联机组

大金空调

产品名称：

VRV X10 系列

产品特点：

全新的 *VRV* X10 系列融合众多的先进设计理念和生产工艺，大金独有技术也获得多项国家专利认可。APF 最高可达 6.25，节能性远超国家最高标准。同时具有强劲的耐环境实力，无论是 45 ℃ 的酷暑，或者是 −15 ℃ 的寒流，都可以做到空调能力不衰减。此外，大金提出“All In One”一站式全生命周期解决方案服务理念，从“空调解决方案”“双碳解决方案”“健康空气解决方案”等多项针对性的解决方案，为项目从开发到改造整个生命周期提供一系列专业解决方案和服务。

美的楼宇科技

产品名称：

MDV Power 系列轻型商用空调

产品特点：

全变频技术，高效节能；长配管高落差设计，应对复杂安装需求；标配 35 Pa 机外静压，强劲散热；适配嵌入式、风管式内机，兼顾舒适和美观；适用于商铺、餐饮、休闲娱乐等多种轻型商用空间；满足业主绿色、高效运营需求。

美的制冷

产品名称：

美的理想家 lll 系列多联机

产品特点：

4 大性能全面突破，压缩机搭载连续喷焓技术，获得独家专利；压缩比上限突破 16，相比普通压缩机提升 113%；采用自适应喷焓控制算法，最大化提升连续喷焓压缩机的喷焓运作时间，制热效果更好；制热量增加最高达 1 811 w；全年性能系数指标 APF 最高达 6.00，最高超出国际一级能效 15%；全直流变频技术，节能更省电；双重声学降噪，静享舒适；超薄 3D 面板，高颜值安装简便。

海尔智慧楼宇

01.

产品名称：

海尔商铺多联 FAST 系列

产品特点：

海尔商铺多联 FAST 系列有多样模块可选，提供智慧互联新体验。嵌入机采用行业首创的 10° 层流风面板，风不直吹更舒适；六大自清洁专利技术，保持高效换热；Nano 净化模块可开启杀菌模式，去毒除味；采用直流变频压缩机，动力强劲，既能实现快速制冷制热，也可以在部分负荷下低频运转，超高温制冷、超高温高效散热，极限工况下的运行依然可靠稳定，在提高产品寿命的同时，还达到降本提效的效果。

02.

产品名称：

海尔 MX-Super 物联多联机

产品特点：

海尔 MX-Super 物联多联机专为千平级空间自由定制，适配千余种方案，自由组合，灵活安装；高效性能，运行稳定，灵巧机身与高性能的完美融合，单机最大 24 HP，多机并联最大可达 96 HP，80 Pa 外机静压，有效散热，小空间也能高效运行；相变冷媒散热技术无惧高温暴晒，55 ℃ 超高温持续制冷，散热更高效，喷气增焓直流变频压缩机，超低温强劲制热，运行更稳定；一台外机可匹配多个内机，灵活控制更舒适，整体提高建筑设备及系统的能源利用效率。

日立中央空调

01.

产品名称：

日立全屋全感智慧空气定制系统

产品特点：

日立全屋全感智慧空气定制系统为用户构建一个集“8 感”于一体的理想空间环境。通过智慧空气定制系统，自主识别空气状态，根据设定的全屋空气质量参数，自动运行空调、新风、加湿等各类设备，打破空间和认知限制，第一时间为用户提供高效主动服务。

02.

产品名称：

日立中央空调 VAM 尊睿别墅

产品特点：

VAM 尊睿别墅，基于日立自主创新研发的 AI 云感平台，在云端将人工智能、物联网、大数据深度融合、全面剖析，结合第三方数据，配合功能强大的日立智家 APP，为用户提供更为优质的服务体验。组合模块最大可达 96 HP，集中放置，无需更多空间，轻松满足别墅大空间舒适需求。

03.

产品名称：

日立光伏多联机

产品特点：

产品采用光伏 DC 直驱技术，具有更高的运转效率，可以更有效的使用能源；由于可以在发电后直接使用，无需先发电后取电，无需计算 2 次电费差价，经济效益更高；产品采用功率配置更合理的光储直柔空调逆变器，大幅延长了中央空调的使用寿命，降低了日常使用的维护费用，使用成本更低；安装后可以成为电能中转站，先进的能源管理系统能将空调与电网、家用电器进行连接，做到直流交流电无缝切换，全家电器受益。

东芝空调

产品名称：

东芝近零能耗专用多联机

产品特点：

产品容量覆盖 2~8 HP，产品能效更高，其中 2 HP 机型 APF 值达到 5.50。一台室外机最多可连接 9 台室内机，灵活应对常见户型。同时，两款室内机机身高度分别为 200 mm 和 210 mm，所需吊顶高度小，有效降低空间压抑感，并提升室内装潢美观度，满足狭小空调的设计安装需求。此外，室内机接管方向自由选择，安装更灵活。

格力中央空调

产品名称：

格力家用中央空调 GMV-Free

产品特点：

GMV-Free 融合了家用空调的轻巧、安装简便，以及商用空调的舒适、灵活的特点，广泛应用于中小型超市、连锁店、宾馆、酒楼、餐厅、办公室、会议室等场所。此次推出型号为工程渠道专用，有一拖二、一拖三系统。搭载格力第五代自由配控制技术、全新流量控制技术，系统根据各个房间不同的室内温度及温度变化速度实时调整运行状态，更高效节能。第五代自由配控制技术，使机组满足宽频运行。低噪设计，智能睡眠模式，静谧更舒适。

三菱重工海尔

01.

产品名称：

三菱重工海尔无风空调

产品特点：

无风空调通过辐射制冷，空调辅助制冷与除湿，做到无风运行或间歇无风运行，房间温度均匀无死角，无风亦可享受舒适，彻底摆脱空调病，为用户带来全域无感的舒适生活体验。无风运行开启“无声模式”，打造 0 噪音的静谧环境，特别是夜间，在无风空调的贴心呵护下，睡眠质量得到明显提高。无风空调运行过程中无气流扰动，无扬尘，减少了灰尘进入人体呼吸道的概率，给母婴等敏感人群带来更贴心的“保姆级”呵护。

海信中央空调

产品名称：

海信中央空调 5G+ 荣耀家系列

产品特点：

机组创新采用讴歌温湿动态协感技术，调温同时自动调节湿度至人体舒适范围，制冷速度提升 15% 以上。创研“净化立方”技术，覆盖用户全使用周期，解决用户各个阶段的空气问题。采用新一代脉冲增压型低温强热压缩机，创研低温运行容积效率倍增技术，四大核心技术破解低温制热难题。

积微 GCHV

产品名称：

Xiaowei SE 系列家用中央空调

产品特点：

Xiaowei SE 系列通过冷媒散热精巧设计，采用先进成熟的变频技术，系统达一级能效标准；精准调温，轻音运行；可接入 Modbus 网关和新风系统，智能操控与富氧空气并存。该机组在品质家居空间的打造上，兼具舒适、节能、智控、新风等功能，轻松适配别墅、高层等多元化场景需求。

富士通将军

产品名称：

富士通将军 TR⁺ 大容量室外机

产品特点：

该机组是富士通将军在原先全直流变速多联机的基础上推出的新一代创新升级产品，拥有更加宽广的运行温度范围，可实现在 -26 ℃ 的工况下连续制热；机组采用了多重防腐双 U 型三列热交换器，室外机静压可达 110 Pa；搭载云统合智能控制、服务系统，使用更加便捷、智能。

三菱重工空调

01.

产品名称：

KXB2mini 变频多联中央空调

产品特点：

变频控制技术，分秒必争快速控温；静音运转整晚安眠，运转噪音低至 20 dB（A）；动力风口，随心调节自由吹风；原装进口压缩机，强大机芯稳定内核。

02.

产品名称：

KXZ2mini 高性能变频多联空调

产品特点：

APF 值最高达 5.65，高于国家一级能效；2 599 片翅片助力换热效率又达新境界；580 mm 大风扇加持，增大出风量和散热能力，耗电量下降 7%，节能降耗更环保；搭载原装进口压缩机，拥有宽广的运转范围；采用矢量变频调节控制技术，智能温控 0.5 ℃ 调节。

三星中央空调

产品名称：

三星中央空调 DVM S T 系列全直流变频多联机

产品特点：

机组搭载高压腔气液增焓涡旋式直流变频压缩机，融合气液增焓技术，采用不对称涡旋盘设计，实现超大排气量。采用第三代变频器冷却技术——F-Cooling 系统，以及一体成形冷媒散热部件提高传统空气传热效率，四面包裹设计利用低温冷媒带走变频器散发的热量，确保系统稳定运行。室外机单模块容量达到 28 HP，既节省空间又保证高效稳定的性能。

天 加

01.

产品名称：

全效家 TLAU 系列

产品特点：

具有超强的节能性，比国家一级标准平均节能 8.5%，机组搭载自主研发的自主寻优逻辑，自主计算匹配最优运行范围，可实现全年综合能效 7% 的提升。此外，全效家 TLAU 系列新品外机拥有的双重水温的调节技术可兼顾家庭用户在冬季快速制热和节能维持的双重需求；全变频技术的应用，降噪且节能，为家庭提供静享舒适体验。

02.

产品名称：

TIMS 臻洁净健康变频多联机

产品特点：

TIMS 臻洁净健康变频多联机目前达到的三维劲能，成就了天加强冷强热领导者的地位。HYplus 四重滤杀打造的“臻洁净”，以科技创新为健康护航，首创喷气增焓变频多联机，全系列无电辅，拒绝伪节能；首创 Micro-HEX 微通道冷却技术，机组持续高频输出；自主研发变频驱动；首发 TCC 除霜不停机技术，化霜时间减一半；智慧六合一数显，做到洁净看得见。

LG 中央空调

产品名称：

LG MULTI V 5 PRO 全变频多联机

产品特点：

搭载强劲、可靠、节能的第五代变频压缩机让制热更加强劲，高效且防腐性能更好的黑金热交换器使换热更加高效，采用新型冷凝器设计、黑金翅片、喷气增焓等技术，可实现 -25 ℃ 强力制热，运行更加稳定。采用全变频技术、智能负荷控制技术、自动冷媒控制技术、高压回油技术以及智能可变冷媒回路技术等，可根据室外温度变化自动调节室内机出风温度，随时调整运行负荷，高效节能。

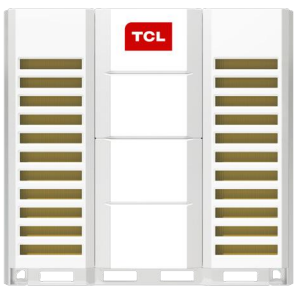
TCL 智能暖通

产品名称：

TCL • TMV6 系列全直流变频智能多联机

产品特点：

APF 值达 5.5，IPLV(C) 值最高达 10.0，远超国家一级能效标准，节能环保；配备直流变频涡旋增焓压缩机以及高性能双 C 型换热器系统，换热效率提升，强劲制热，实现制冷制热双增焓；-30 ℃低温强热，55 ℃高温强冷，超宽范围运转，无惧严寒酷暑，时刻动力满满；内置高精度传感器，保证系统运行保持最优状态，实现 ±0.5 ℃ 精准控温，捕捉最舒适的瞬间；60 s 极速制冷，75 s 极速制热，舒适无需等待，快人一步；搭载 SaaS 系统，高效便捷的集控管理平台，可通过大数据实时监控、远程诊断机组运行状况，快速响应售后需求，时刻保持机器最佳状态。



麦克维尔

产品名称：

CM-S 商用多联机

产品特点：

采用创新的节能技术，不断突破自身的节能水平，采用高性能低噪声 EVI 喷气增焓压缩机，大幅提升机组在低温工况下的制热能力，运行更加稳定可靠。全系列均通过中国节能产品认证，APF 高达 5.20 的能效值。机组制冷运行范围 -15~55℃，制热运行范围 -26~29℃，具备超强散热能力，高温环境下仍能保障用户的空调需求。冷量范围更大，机组单模块 8~18HP，最多可三模块自由组合，应用范围更广更灵活，连管也更加简单。侧出风机组进深更小，运输更加方便。机组具有 0~30Pa 静压现场可调，在相同的安装条件下，自由度更高。机组具备模块间后备运转、风扇电机间后备运转、传感器后备运转的三重后备运转功能，保证机组的稳定运行。

开利空调

产品名称：

XCT8 系列多联机

产品特点：

具备多规格组合方案，灵活适配商用空间；可以根据不同类型的商业建筑搭配不同空气解决方案。压缩机采用的是直流变频、高效能喷气增焓技术；室外机拥有防积雪功能，无论是在什么样的天气下，都能保证其正常运行。冷媒冷却技术保证系统稳定运行，就算是酷暑的夏日里，也能稳定而有效的运行，保障室内商业空间清新凉爽。多重降噪结构设计和运行模式，不断实现静音领域的升级，让商业空间更加静谧安逸。换热器自动清洁去除附着灰尘，保持机组高效换热。以及高效防腐金色翅片，带来更高换热效率，更耐腐蚀，延长机组使用寿命，为商业活动提供可靠的支持保障。

奥克斯中央空调

产品名称：

ARV-X7A 智能多联中央空调系统

产品特点：

采用直流变频旋转式压缩机，IPLV(C) 高达 10.00，业界领先；直流变频技术；新型高效换热器；二级过冷技术；能力智能调节分配技术；智能节能模式；季节模式；26 ℃ 一键节能；长连管自适应输出调节技术；高海拔自适应技术。专利七级控油技术，助推 IPLV(C) 提升；制热不停机回油技术；冷媒冷却技术，大幅降温；先进冷媒控制技术，智能稳定；冷媒液侧旁通技术；宽工况运行，适应性强；三重后备、轮换技术延长使用寿命；耐腐蚀、抗老化；智能防积雪；自清洁自动除尘功能；防逆风、防雷击功能；电控自动修复功能；防液击技术；感温元件自修复功能；电控板 SM T 贴片封固技术；360° 全面保护功能。

长虹中央空调

产品名称：

长虹商用多联机 DMV-V8 系列单机

产品特点：

长虹商用多联机 DMV-V8 系列单机在原有 V6 系列基础上新增了 38 P、40 P 和 42 P，全面覆盖 8 HP-42 HP，最高组合容量可达 168 HP。内机方面，覆盖到 2.2 kW~16 kW 制冷量范围内的各种形态的内机；采用喷气增焓直流变频涡旋压缩机，系统运转效率进一步提升，轻松实现 -30 ℃ 低温强劲制热；独有的压缩机油位判断及均油技术，自适应除霜技术、TSC 控制技术、润滑油检测技术等，让机组更节能、更高效，整个系统的运行更加平稳出色。

EK 空调

产品名称：

EKRV-FR1 系列 8~12 HP 侧出风室外机

产品特点：

室外机占地面积仅 0.4 m^2，相比传统顶出风机型，占地面积节约 38% 以上，安装更灵活，更好解决了室外机安装空间狭隘或顶部环境阻挡难题。8~12 HP 侧出风机组进一步拓宽了 EK 室外机产品阵容，为更多应用场所带来多样化解决方案。机组可适配风管机、天花机、新风机等云多联室内机，配套应用更加灵活，满足中小项目对制冷、制热、新风系统等需求。

松下中央空调

产品名称：

家用多联 R 系列

产品特点：

该产品搭载松下最新研发的 IMSC 智能矩阵式变频器，可以根据整机容量的变化进行连续、智能矩阵式的精确调节。外观上更加小巧，给安装创造了更多可能。与此同时，室外机机壳采用高品质抗耐腐蚀型冷轧镀锌钢板，能够有效防止机壳变色、生锈。

冰山松洋制冷

产品名称：

GHP 燃气多联机（热泵）空调

产品特点：

以清洁能源天然气为动力，驱动高效燃气发动机实现高效制冷、制热；与传统电多联中央空调相比，更加低碳、舒适；内置“余热回收”系统，高效回收发动机余热，保障 -21 ℃ 极端工况下实现连续稳定制热（严寒型可达 -30 ℃），无需除霜运转、无需其它辅助采暖，真正实现一机夏季高效制冷（免费热水制取），冬季稳定制热；具有冷媒型、冷温水型、天氟地水（两联供、三联供）等多种形式，可搭载 Nano-e（松下专利纳诺怡净化技术）、ECONAVI、P-AIMS（松下智能管理系统）等多种松下尖端黑科技。

飞利浦

产品名称：

全直流变频多联机系统 HK1 系列家用中央空调

产品特点：

产品搭载 ADC+ 空气超净系统，构筑五重净风屏障，可打造清新健康的呼吸环境。同时，该空调机芯采用智能水洗技术，主动捕捉空气中的水分，深度清洁蒸发器，并通过 57 ℃ 高温除菌模块对蒸发器进行烘干，除菌更彻底。

NO.6 单元机组

东芝空调

产品名称：

东芝 DI 系列风管机

产品特点：

作为第一款合力打造的“跃界”产品，DI 系列运用变频技术，实现空调运行的精准控制，快速精准地匹配负荷，节能的同时，也更稳定、舒适；开启“静音”功能时，机组可自动调整室内机风机转速，最低运转音仅 22 分贝 *，营造安静的休憩和办公环境；温度感应探头可感测到 0.5 ℃ 的温度浮动，精准控温倍感舒适。待机状态下，机组开启“自清洁”，室内外机双效自清洁，守护洁净的室内环境，减少翅片积灰对空调运行效果的影响。

日立中央空调

产品名称：

日立家用净化中央空调UX系列

产品特点：

薄型机身，仅需 25 cm 局部吊顶，轻松藏于卧室整体衣柜上方的吊顶内，充分利用书房书橱或进门处狭窄空间。长配管设计，可根据不同房型灵活选择安装位置。产品均达到国家 1 级能效标准，小电力支撑大舒适。高位送风，3D 立体送风可实现 7 米远距离送风，舒适气流均匀覆盖无死角，六档风速，强劲制冷热，不直吹。

格力中央空调

产品名称：

格力 Ka 系列变频二级风管送风式空调机组

产品特点：

Ka 系列变频二级风管式送风空调机组，包括热电辅（带水泵、不带水泵），纯热泵（带水泵、不带水泵），共四款机型，冷量范围为 2.6-8.5 kW。环保可靠：全系列产品采用 R32 环保冷媒，与 R410A 冷媒相比在环保方面有着更为突出的优势；创新引风通道设计，搭配高品质压缩机及控制系统，实现宽幅温度范围运行。搭配高精度湿度传感器，对室内温湿度进行智能修正，大幅提升体感舒适度。机组搭配线控器可实现高温净菌，深层洁净，让空调更洁净、出风更健康。

积微 GCHV

产品名称：

Xiaowei F 系列变频风管机

产品特点：

内嵌式机身小巧纤薄，节省空间，自带颜值属性，大幅节省了安装空间，极简机身灵活适配多种装修风格；采用双效清洁模式，从凝露、结霜，到化霜、高温，从高效率清洗到深层次烘干，高效去除出风口的积水和灰尘；采用高效无刷直流电机，能量转化更平稳；采用先进的全直流变频技术和高效热交换器，灵活调节能量输出。

科龙中央空调

产品名称：

U 系列新一级能效变频风管机

产品特点：

采用高效直流变频双转子压缩机、高品质室内外机直流电机、高精度电子膨胀阀等优质部件，新一级能效 APF 值达 4.10（72 机）；采用 nanoe™ 离子除菌技术，防霾除异味；具备 57 ℃ 高温自清洁，降温结霜 - 渗透包裹 - 膨胀剥离 - 快速化霜 -30 分钟高温烘干抑菌；搭载“强力除湿”功能，选配 wifi 模块，通过海信爱家 APP，可快速降低室内湿度。

NO.7 末端

海尔智慧楼宇

产品名称：

海尔风机盘管机组

产品特点：

静音舱专利结构升级，搭载大尺寸风机、高品质电机、双组份吸音棉，20 dB 极致静音体验，安心睡眠不打扰。大宽片设计、均匀风场设计、机械胀管工艺处理，高效换热，供冷量、供热量行业第一，同型号超行业高达 15%。多项专利设计、百条产品标准，从产品研发到智能制造到 100% 出厂检测，匠心品质，值得信赖。

顿汉布什

产品名称：

新一代高效 CR 系列风机盘管

产品特点：

该产品风量范围 340~3 300 m/h，具有换热效率更高、超薄设计、噪音更低、性价比更高、款式新颖、安装维修便捷等特点，可广泛应用于酒店、商场、办公楼、火车站、别墅等各类公共、商业、民用建筑等场所。

西屋康达

产品名称：

低露点变频直膨无霜空调机组

产品特点：

集送风、制冷、深度除湿、热回收、空气净化及控制于一体的大中型洁净除湿空调设备，工艺除湿性能卓越，秉承节能洁净、可靠的理念以诠释绿色节能之美，同时实现精准温湿度和风量按制及净化杀菌功能，控制系统采用智能化设计，操作更简单、便捷，技术领先于行业技术。

申菱

01.

产品名称：

双转轮低露点转轮除湿机

产品特点：

双转轮低露点除湿机较适用于系统新风量较大、蒸汽加热的应用场合，适用于低露点和超低露点的应用，湿度控制范围：-60 ℃（D.P.）~-20 ℃（D.P.）。处理风量范围：3500-45 000 m^3/h。产品具有环境适应范围广、除湿转轮寿命长、高温工艺高效节能、4. 转轮驱动稳定可靠、工业级智能控制系统等特点。

02.

产品名称：

申菱环境全直流变频组合式空调机组

产品特点：

直流变频组合式空调机组是在常规风冷直膨式空调机组的基础上全新开发的高能效产品，采用直流变频系统，搭配组合式空调内机，丰富的选配功能模块，自由组合的设计方式，能充分满足不同客户的各种功能需求。

03.

产品名称：

新风系列直膨柜式空气处理机组

产品特点：

产品针对功能段以及箱体尺寸做了极致的优化，无需专门预留机房，使机组安装更加灵活简便。同时优化了控制系统，直接通过线控器轻松控制机组启停，实现实时调温。配置智能保护，使机组运行更加稳定。适用于中央空调系统中的新风预处理。

雅士空调

01.

产品名称：

医用数字化空调一体化机组

产品特点：

雅士自主研发的医用数字化空调一体化机组，产品高度集成：集净化、恒温恒湿智能控制、现场外围附件整合成一体化；高效节能：机组采用高效率的无刷直流 EC 风机，可以 0~100% 无极调节，使机组随时随地适应各种工况变化。使用方便、结构紧凑，占地面积小不需要专用空调机房，可直接放在走廊内。适合医院空调系统的改造或升级，尤其是镇、县一级卫生院、基层医疗机构的升级改造工程。

02.

产品名称：

高端数字化医用净化机组

产品特点：

针对后疫情时代下的负压病房、发热门诊、PCR 实验室等特殊科室，专门研发的低能耗型净化空调产品，具有高安全性、高智能化、高效节能、安装灵活、维护简单等优点，也广泛应用于其它对卫生和能耗要求较高的净化场所。适用于医院核心区域（手术室、ICU、发热门诊）、PCR 实验室等。

03.

产品名称：

商用组合式空调机组

产品特点：

雅士商用组合式空调系列机组是原产品基础上研发设计的新一代产品。采用模数化结构、专利设计的榫头嵌入式箱体结构。机组规格齐全，功能段组合灵活，具有噪音低、低漏风、防冷桥、结构紧凑等特点。产品可广泛用于酒店、剧院、商场、办公楼、学校等各种舒适性空调场所，亦可满足电子、化工、医疗、制药、卷烟、轻工业等各行业需要。

欧博空调

产品名称：

组合式净化空调机组

产品特点：

欧博组合试空调机组拥有多种功能设计，自由组合，满足不同客户个性化定制需求，面板厚度 25/50 mm 可选，最大风量可达 200 000 m^3/h。外型美观，防冷桥结构设计，防冷桥性能达到欧标（Eurovent)TB1 级别，防腐性能优越，漏风率达到欧标（Eurovent)L2 级别。箱体保温性能达到欧标（Eurovent)T2 级别；电气一体化设计，所有电箱到机组各部件的配线均由欧博公司完成，用户只需总电源到电箱即可；整体式接水盘设计，从表冷段至风机段底部采用全接水盘设计方案。

麦克维尔

产品名称：

MDX-C 三管制恒温恒湿直膨空气处理机

产品特点：

机组无需额外热源，蒸发器后内置冷凝器，通过回收冷凝热作为再热热源，实现恒温恒湿应用场所节能运行。室外机采用全变频设计，压机容量 10~100% 可调；通过精确分配室外机冷凝器与内机侧冷凝器制冷剂流量，可实现再热出风温度无级调节。机组采用通过 Eurovent 认证的 McQuay Smart tool 智能选型软件设计，可提供恒温恒湿净化、新风深度除湿、舒适性全制冷 / 全制热等多种维度的应用。

江森自控

产品名称：

约克 ®YIEC 间接蒸发自然冷却空气处理机组

产品特点：

3 种运行模式，智能切换，因地制宜高效节能；先进设计，智能模块化；高效换热芯体，波纹换热通道设计，高效低阻，耐腐蚀性高；节水喷淋控制，全方位扫描式喷淋；压缩机 / 风机直流变频技术，电子膨胀阀精确调节，恒风量控制可选。

浙江国祥

产品名称：

“Air Green”系列洁净空气处理机组

产品特点：

机组采用一种双向式断冷桥铝合金框架结构，具备高强度、低漏风、无冷桥等特点；面板采用 PVC 断冷桥双层三明治夹芯结构，内部填充高密度聚氨酯发泡料，密度 ≥48 kg/m^3；采用大坡度下沉式水盘，水盘容积大，排水通畅；检修门长度不再受传统有框架的限制，可以根据实际检修需要设计成任意长度；门铰链为高强度锌合金压铸分体隐藏销轴结构，抗压强度达到了 3 500 Pa 不弯曲、不变形。

EK 空调

01.

产品名称：

EK 高效双冷源深度除湿净化机组

产品特点：

机组集成了全变频技术、冷凝热回收技术、高精度恒温恒湿控制技术。该系统可为客户解决恒温恒湿场合空调系统制冷除湿 + 电再热的“冷热相互抵消”问题，可实现温度 ±1 ℃、湿度 ±5% 的高精度控制，并在保证室内恒温恒湿的同时，高效节能地运行，节能效率高达 50% 以上；此外，系统搭载了 EK-AIoT 智慧云平台，可实现远程调试、远程监控、远程诊断及远程维护。

02.

产品名称：

全寿命高效集成式转轮除湿站

产品特点：

EK「全寿命高效集成式转轮除湿站」基于 LCC 全寿命周期成本、产品全集成、整机出厂、标准集装箱运输、现场“0”施工、云端控制，满足室内 2%~-50 ℃dp 湿度需求，送风露点低于 -60 ℃dp。

克莱门特

01.

产品名称：

“精益”系列工艺组合式空调机组

产品特点：

功能定制——公司采用自主研发选型软件，拥有完善的选型界面以及专业的选型报告，提供多种功能段来进行机组定制选择，可满足新风，混风以及回风等多种工况；安装多样——机组结构灵活多变，可根据客户需求调整机组尺寸以及安装位置，既可安装放置于室内，又可置于室外，最大限度降低空间占用率，满足客户需求；结构紧凑——机组采用复合式铝合金框架结构，框架分为内框和外框，机组的箱体机械强度，机组漏风率，冷桥系数，热传导，过滤器旁通漏风率等都满足了欧标 EN1886。

02.

产品名称：

“逸风”系列厨房专用风机盘管机组

产品特点：

机组采用双重过滤防护，采用双层过滤设计，油烟防护能力强，可有效阻止油烟侵入室内；机身安装厚度 235 mm，所需吊顶安装空间小，给室内设计风格留出更多空间；双直联风机，大风量，强劲送风；送风范围广，可强力冷风吹扫，实现快速降温；标配冷凝水提升泵，冷凝水管安装方式自由度更高；单面嵌入式设计，无需进行额外风管安装，过滤器维护可通过拆卸面板实现。

环都拓普

产品名称：

三管制恒温恒湿机组

产品特点：

除湿不降温：采用直流变频压缩机，利用回收的能量加热除湿后的低温空气，保持室内出风温度相对恒定；机组通过控制再热电子膨胀阀开度的大小来调整再热冷凝器中制冷剂的流量，电子膨胀阀是步进电机，能够精确分配室外机冷凝器与室内机再热冷凝器制冷剂流量，可做到再热量的无级调控，控制精度更高；通过回收室外机冷凝热作为恒温恒湿应用再热热源，可节约 50%~60% 能耗。

NO.8 两联供

美的楼宇科技

产品名称：

全变频风冷冷水机组

产品特点：

冬天送暖夏天制冷，两位一体双向匹配，-20 ℃~52 ℃宽范围运行，无惧严寒酷暑。±0.5 ℃温度波动，智能控温，快速制热；采用双转子直流变频压缩机，拥有低噪音、效率高、寿命长、超宽频特点。可以选用美的美居 APP 远程控制，随时随地控制温度环境，智享家庭好生活。

东芝空调

产品名称：

东芝 MiNi SMMS 系列单风扇新品

产品特点：

东芝 MiNi SMMS 系列推出单风扇新品，均可连接变频空气能热泵采暖系列，一套空调系统即可实现冬季地暖采暖，夏季空调制冷。单风扇机型机身更小巧，安装灵活度高。其中 5 HP 机型 APF 值达到 5.40，COP 值达到 4.40，并可实现三档室外机静音运转。

约克 VRF

产品名称：

约克 VRF 天氟热水中央空调

产品特点：

新型中央空调 + 中央热水两联供系统可以满足用户的多样生活需求；突破传统制取热水模式，机组在制冷或除湿模式下，运用高效热回收科技自动回收从室内带走的热量，无需额外耗电，即可畅享免费生活热水；利用空气源热泵技术，实现 −20 ℃~52 ℃ 宽域运行，搭配承压式中央热水系统，实现全屋多点多路立体供水。

海尔智慧楼宇

产品名称：

热泵中央空调 · 云暖 pro 系列

产品特点：

全系标配热泵专用喷气增焓压缩机、麻花套管换热器，专为北方采暖设计，可实现最低 −37 ℃ 超低温运行；搭载第六代 EVI 跃频技术，动态耦合换热技术，实现 4 个国标工况下，全部 1 级能效，运行更节能！

日立中央空调

产品名称：

日立水墅适 VF 全变频系列

产品特点：

日立水墅适 VF 全变频系列自适应全变频技术，低耗更节能；生活场景自由定制，智慧好空气随心所享；多维智慧控温，舒适进阶自由冷暖，水温室温协同联控、室内分区域独立控温，契合不同居者舒适所需；单机最大 50 kW，实力劲享越级墅适；开启家居新体验。

海信中央空调

产品名称：

海信红焰 + 系列低温强热空气能系统

产品特点：

海信红焰 + 采用先进的补气增焓压缩技术改善冷媒循环系统，大幅提升热量，温度低至 -35 ℃，高至 48 ℃，仍可正常运行；采用先进的空气源热泵技术，通过消耗少量电能驱动机器运转，轻松吸收室外空气中大量免费热能，1 份电 4 倍热；室外机采用室外温度传感器和热交换器温度传感器，进行变参数除霜，准确把握除霜时机；采用先进的无级变频技术，运行效率高，控温精准，温度波动小。

科龙中央空调

01.

产品名称：

龙耀天氟地水两联供

产品特点：

集户式水机和家用多联机于一体，一机两用，节省室外机位和投入费用；升温速度快 60%，双重制热，即刻温暖；采用芝浦直流风扇电机，并搭配三翼轻量化高效风扇；可实现“无声”冷暖，静享舒适；风管室内机标配 nanoe™ 健康模块和内置水泵，呵护用户健康；标配浮子开关，实时监控接水盘中水位，及时报警，防止溢水。

02.

产品名称：

暖逸系列一体式空气源热泵暖气机

产品特点：

采用全直流变频技术，机组的 IPLV(H) 值可达到 3.58，制热能效远超国家标准一级能效；采用人字形板式换热器，换热效率提高约 15%；采用提高传热效率的新型 φ7 内螺纹铜管，换热效率提高 30~50%，提高能效比；压缩机采用补气增焓技术，机组能实现 -30 ℃~52 ℃ 宽范围运行；采用先进的空气源热泵技术，地暖采用水作为传热介质，实现“无声”制热；独创的趋势干预同补气除霜技术，使得除霜时间缩短 30%，除霜间隔最长可至 6 小时。

积微 GCHV

产品名称：

Xiaowei 炽家全效地暖中央空调

产品特点：

一台主机可同时搭配不同冷量的室内机和地暖水系统，实现夏季持久制冷、冬季暖从足起、四季热水供应，打造多样化的品质生活享受；采用高效直流变频压缩机、新一代直流无刷电机、变频屏蔽水泵等一系列核心技术，精准无级调节运行负荷，静音运行，高效运转，达到国家一级能效标准。

TCL 智能暖通

产品名称：

TCL 节能王系列 • 双一级变频增焓采暖机

产品特点：

采用全新冰岩灰金属外观设计，制冷制热双一级能效。机组采用优质零部件，拓宽运行范围，优化控制逻辑，全面提升机组可靠性。采用大压比变频喷气增焓压缩机，搭载低压补气增焓技术及双电子膨胀阀耦合设计，增焓效果更加稳定，制热更强更稳定，极寒天气稳定运行；采用全直流变频电机及新型环保冷媒 R32，无级调速，按需输出，自动调节，能效提升 5%；搭载高速 4G 模块，多重控制方式及远程控制，突破时间空间限制，用心缔造智慧家。

林 内

产品名称：

林内智汇冷暖系统方案

产品特点：

林内智汇冷暖系统方案，管路覆盖全屋多房间。以水为媒介，热交换温差小，让室内温度变化平缓。在保证空气湿度舒适的同时，带着冷而不寒、润而不干的健康舒适体感。搭载 PD 喷液冷却技术以及 H-Smart 制热系统，保障稳定运行与节能高效，暖从足起，舒享健康。

Pioneering for You

wilo

威乐中央空调行业解决方案

德国品质 能效先锋

威乐中国官方微信

威乐(中国)水泵系统有限公司
www.wilo.com.cn

威乐解决方案

Wilo-MHI/MHIL
卧式多级离心泵

Wilo-Atmos GIGA-B
卧式端吸离心泵

Wilo-Atmos GIGA-I
立式管道泵

Wilo-Helix
系列立式多级离心泵

TOSHIBA

守护森呼吸

跃界 | 东芝 DI 系列风管机

直流变速空调系统

*1可实现内机和外机的清洁 *2自清洁功能仅限1级能效机型 *3需配备无线遥控器

双效*1自清洁*2 | 随身感控温*3 | R32环保冷媒 | 一键节能 | 静音模式

A Carrier Company

400-888-0208 www.toshiba-airconditioning.com.cn