

中央空调市场

CENTRAL AIR CONDITIONING MARKET

10

总第678期
2022年10月刊

- > 报告:2022年1月—9月中国中央空调市场总结报告
- > 专题:谁是鲲鹏

V客传媒 | 江苏省南京市浦口区星火路15号智芯科技楼415室

广告



沐风之境 无微不至
万千微孔 柔和气流

SAMSUNG

WindFree™ 沐风单向气流嵌入式产品



三星中央空调微信公众号

TOSHIBA

欢迎进入 东芝全新高性能 高效率时代



- 全新直流变速三转子压缩机
- 单模块最大24HP，组合模块最大120HP
- 最大连接128台室内机
- 最大配管长度1200米

SMMSu

SUPER MODULAR MULTI SYSTEM

直流变速多联式中央空调

☎ 400-888-0208

🌐 www.toshiba-airconditioning.com.cn

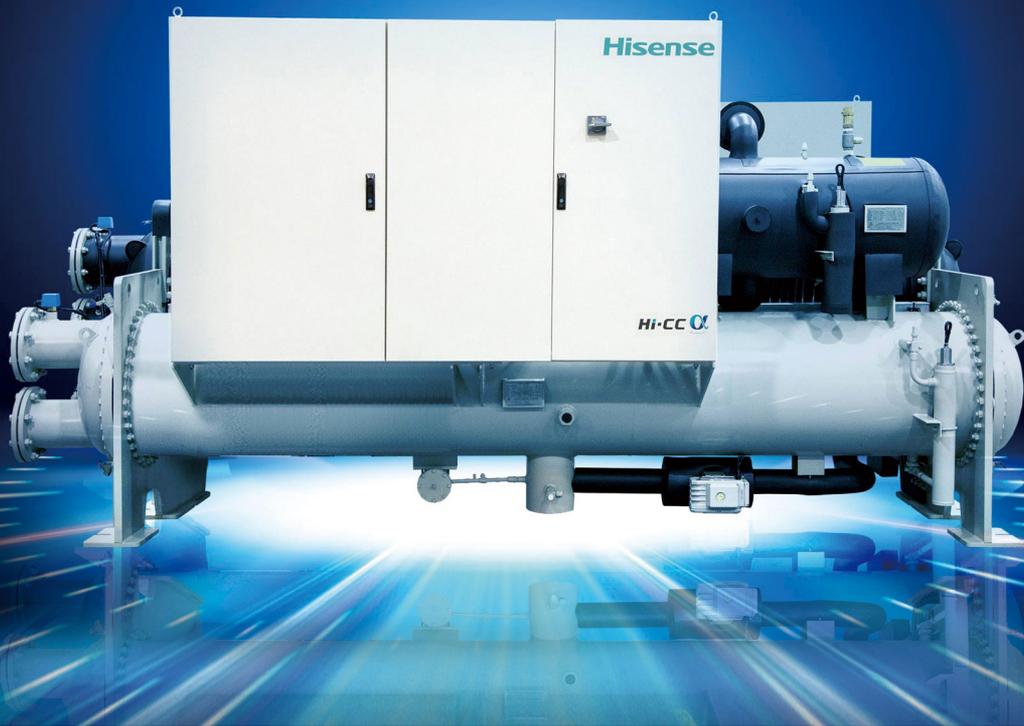
Hisense

以空气 诠释绿色能源之美

海信磁悬浮变频离心机Hi-CC α 系列

海信中央空调不断精进产品和服务，秉承「节能、品质、可靠」的理念，
厚积薄发，赋能磁悬浮变频离心机Hi-CC α ，积极倡导节能低碳生活，创新智慧建筑节能，
助力国家“碳达峰”“碳中和”目标的实现，

以空气，诠释绿色能源之美！



青岛海信日立空调营销股份有限公司
营业地址：中国青岛市东海西路17号海信大厦
全国客户服务热线：4006111111-7



International quality·Trust
国际品质 信成未来

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



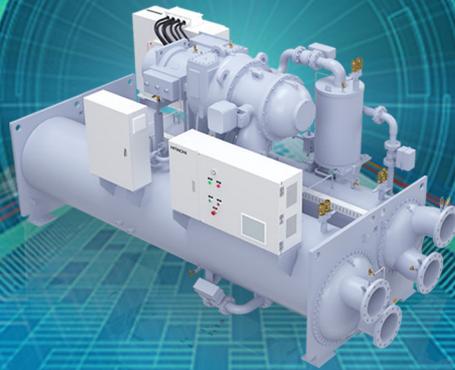
申菱环境高新区智造基地

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！



低碳节能 变频先行

磁悬浮变频离心式冷水机组
VM系列



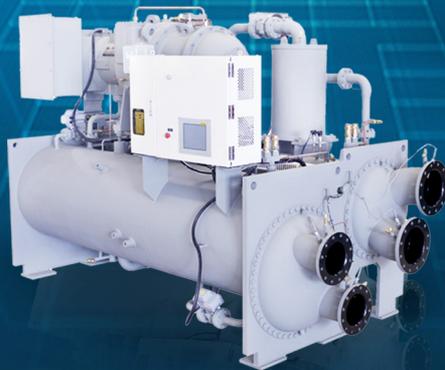
全变频模块机组
SMART系列



变频螺杆高效水冷机组
WV系列



永磁同步高效直驱变频离心机组
VG系列



江森自控日立万宝空调(广州)有限公司

客户支持热线: 400-163-1108

欢迎访问官网: <http://www.jci-hitachi.com/ga>



请关注广州日立冷机官方微信

全季候空气源热泵无水地暖 一机双系统



70年寿命
免维护



无差散热
快速暖房



月供暖最低
仅3[¥]/m²

科龙中央空调/龙焰·天氟地氟二联供

海信空调有限公司
地址：青岛平度市南村镇驻地海信路1号 服务监督热线：4008099999 邮编：266736
Add: 1HaixinRoad,Nancun,Pingdu,Qingdao City,Shandong,China
Tel: 4008099999 Post: 266736



扫描二维码
了解更多资讯

Pioneering for You

wilo

威乐暖通空调、热泵解决方案

德国品质 能效先锋



威乐中国官方微信



威乐中国官方抖音

威乐(中国)水泵系统有限公司
www.wilo.com.cn

威乐解决方案



Wilo-Para
高效屏蔽循环泵



Wilo-Para MAXO
高效屏蔽循环泵



Wilo-IL
立式管道泵



Wilo-MHI/L
卧式多级离心泵



Wilo-Atmos GIGA-B
卧式端吸离心泵



Wilo-Atmos GIGA-N
卧式端吸泵

气度决定高度

百年荏原，再献扛鼎力作

跨界型



RTBF高效离心式冷水机组

- ◆ 制冷量范围200~1500USRt
- ◆ COP:7.25
- ◆ HFC245fa环保冷媒



RTGC离心式冷水（热泵）机组

- ◆ 全系列达到国家一级能效等级
- ◆ R134a环保冷媒

蓄冰

制冷

热泵

全新风系统

不节能？不干净？波动大？



自由热回收

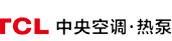
全直流变频净化空调系统

- 0~100% 废热回收，替代电加热， **更节能！**
- EN1886 最高级别（F9）过滤器旁通风率，无逃逸空气， **更洁净！**
- 0~120% 容量自适应动态匹配，不惧四季工况变化， **受控环境波动小！**



品牌战略联盟

(排名不分先后)

 楼宇科技	 海尔中央空调 节能方案 智慧首选	 GREE 格力 [格力中央空调]			
	 TOSHIBA 东芝空调	 HITACHI 日立变频中央空调	 三菱重工海尔 MITSUBISHI HEAVY-Haier	 三菱重工空调	
 智慧生活可以更美的	 AUX 奥克斯中央空调	 TICA 天加环境科技			
 YORK VRF	 TECO 东元空调				
 海信中央空调		 KELON 科龙中央空调	 micoe 四季沐歌		
 申菱	 SIUKONDA 西屋康达	 CHANGHONG 长虹中央空调			
		 Dun An 盾安中央空调	 MITSUBISHI ELECTRIC Changes for the Better		
 江森自控日立万宝空调(广州)有限公司	 欧博空调 纯净主义 领创者	 BSE 必信空调	 EFIELD 艾菲尔	 BOSCH 博世 科技成就生活之美	
		 POLYGON 朴勒勒			
 欧思丹	 okonoff 柯耐弗	 来保利科技 RAMPOLY TECHNOLOGY	 AKL乐卡 中央空调地一体机		
	 Eurgeen 欧井	 aquatechnik	 GAOBO Enjoy Comfort everyday	 Adton 阿丁顿	 NAILAN 纳蓝6恒空调
 TORAY BACH	 JIUZHOU	 JunZhou controls	 CANATAL 南京佳力图机房环境技术股份有限公司	 SupaPlumb 舒布朗	 DECSA Evolution is cool
	 XS 欣盛 欣盛中央空调			 FUCA 福加 HVAC Automation	



DM 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。

高级经理 Senior Manager

余明 李国梁
Yu Ming Li Guoliang

**市场部
Marketing Department**

周雪莉 赵亚萍
Zhou Xueli Zhao Yaping
周涛 郭玉琦
Zhou Tao Guo Yuqi
钱先安 徐鑫琦
Qian Xianan Xu Xinqi
刘晶晶 高露
Liu Jingjing Gao Lu
杜宗吉 张国庆
Du Zongji Zhang Guoqing
徐文胜 赵嘉
Xu Wensheng Zhao Jia

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

杂志 Magazine

《中央空调市场》
《空调销售·家电界》

自媒体平台 Self-media Platform



本期广告索引 Current Advertising Index

封面：三星 封二：东芝 封三：V客传媒 封底：美的 首扉：海信日立
目录前页：申菱、江森自控日立万宝、科龙中央空调、威乐、荏原、西屋康达
新闻前页：雅士、四季沐歌、奥克斯、堃霖、TCL 智能暖通、东元、LG
内页：开利、制冷展、长虹

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

CONTENTS

目录 Oct. 2022

2022年10月刊 总678期

卷首语 PREFACE

01 寒冬已至，困则思变

资讯 NEWS

- 02 2022 海尔中央空调“碳索中国行”拓疆缔盟研讨会正式开启
- 04 东芝空调泉州旗舰展示中心开业
- 07 三菱重工海尔中标 2022 年河津市“煤改电”项目
- 09 积微 GCHV 开启首届秋季家装节，多维赋能旺季“终端战”
- 11 威乐工业团队高光登陆 2022 青岛国际水大会
- 12 EK 服务日照最大投资芯片企业，助力集成电路产业“芯芯”向荣
- 16 克莱门特受邀参加湖南省制冷学会 2022 年度学术年会

报告 REPORT

18 2022年1月—9月中国中央空调市场总结报告

产业评论 INDUSTRY REVIEW

- 28 本土化整装平台——经销商未来存活的关键
- 30 短视频时代，线上零售店运营的四大秘诀是什么

P06





P45

访谈 INTERVIEW

- 34 锚定未来，科龙激活新动能
——专访科龙中央空调营销部副总经理崔冠雄
- 37 踏准时代发展鼓点，在铿锵有力的实干交响曲中奔跑
——访上海霏川实业有限公司总经理戴东辉

企业巡礼 CORPORATE TOUR

- 40 谁是鲲鹏

视角 PERSPECTIVE

- 50 东芝空调：如何下好市场发展“先手棋”
- 52 天加：重塑高效机房领域新格局
- 54 LG 中央空调：三季度增长 30%！何以提质增效
- 56 三菱重工空调：赋能升级舒适家居市场
- 58 雅士：突围医疗细分市场
- 60 中广欧特斯：合力聚能，再造一「极」
- 62 堃霖：绿色护航汽车产业“跑起来”
- 63 江森自控日立万宝：时代变局中的“不变”法则

案例 CASE

- 64 三星中央空调携手宋都集团，打造当代慢调休闲品居

产品 PRODUCTS

- 66 东元产品推荐



P66

雅士空调

AIRMASTER

与智慧科技同步·与生命健康同行

SYNCHRONIZE WITH INTELLIGENCE TECHNOLOGY·MOVE TOGETHER WITH HUMANISTIC LIFE

高端集成净化专家

高端智能一体化空调机组

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。

杀菌
抑菌

高度
集成

高效
节能

智能
控制

医院空调系统的改造或升级



四季沐歌

低碳清洁能源综合服务商

定制方案 | 严选优品 | 专业施工 | 智慧运维

四季沐歌作为低碳清洁能源综合服务商，联合中国建筑科学研究院环能科技成立“双碳”技术研究中心，集成应用多种清洁能源技术与产品，为客户提供包括采暖、制冷、热水等在内的一系列咨询、规划、设计、施工、投资及运维等服务，并依托多能源耦合智能控制技术CAS+系统，设置项目中央群控系统搭建AI分布式能源站，通过数据采集及智能控制，保证系统运行更稳定，费用更低。公司以全空间、全维度、全场景一站式低碳清洁能源综合解决方案，助力“碳达峰、碳中和”，共绘绿色生态新画卷！

河北廊坊天下第一城 大型综合旅游景区能源站项目



满足需求：采暖、制冷

采暖总面积：47869m²

能源方式：空气能

末端形式：风机盘管

设备规模：32台50P空气源热泵

运行时长：250天（采暖150天，制冷100天）

运行费用：38元/m²（冷暖联供）



扫码关注四季沐歌

品质，始于匠心科技

舒适，源自精准温控

奥克斯家用中央空调-皓享家系列

$\pm 0.5^{\circ}\text{C}$ 室温波动，舒享自然生活



高精度
温度传感器



智能主板+
PI算法



精准控制
冷媒流量



$\pm 0.5^{\circ}\text{C}$
室温波动



双效四管制机组

+

Four pipe air-cooled heat pump unit

冷热自平衡

| 便捷 | 舒适 | 品质

- 4大专业制造生产基地（上海/苏州/高雄/越南）
- 台湾地区唯一股票上市的中央空调制造企业
- 60余个销售、服务网点全面覆盖亚洲区域



冷热回收
技术综合利用



一份耗电
两份产能



节能环保



一机多用



堃霖冷冻机械（上海）有限公司

地址Add：上海市松江区九亭镇洋浜路518号

电话Tel：+86-21-67696169

网址：www.kuenling.com

堃霖冷冻机械（苏州）有限公司

地址Add：江苏省苏州市吴江经济开发区江兴东路815号

电话Tel：+86-512-63406188

邮箱Email：kuenyuan@kuenling.com

 堃霖空調
KUENLING AIR

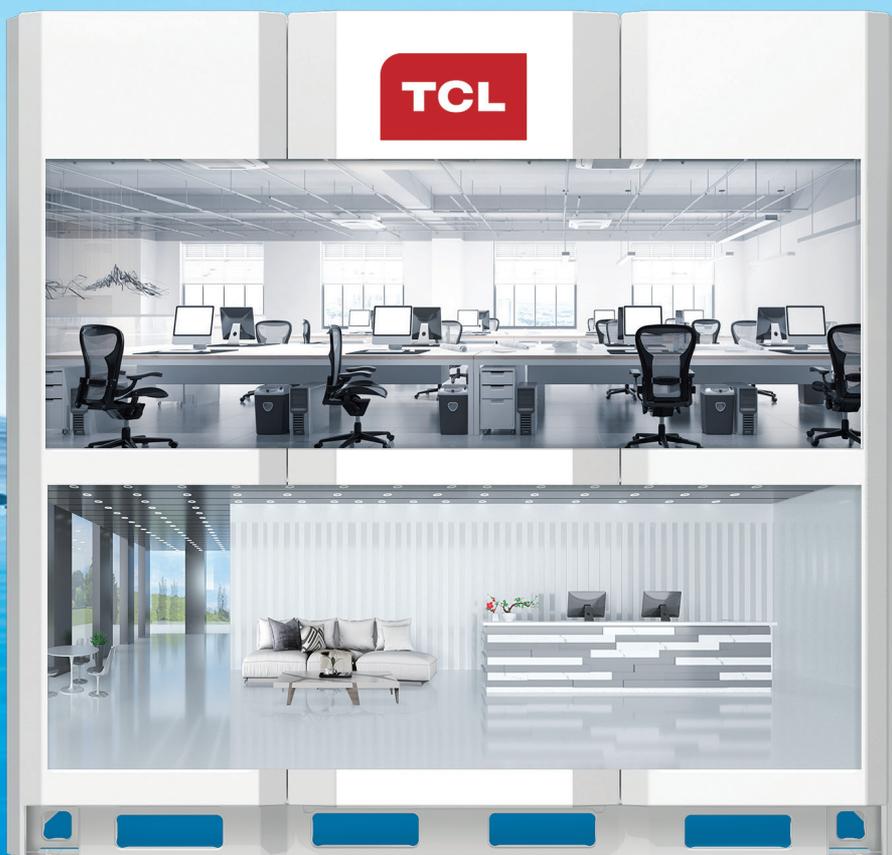


TCL 中央空调·热泵

TMV6 全直流变频
独立式多联机

突破极限 前所未见

45HP 超大冷量



广东TCL智能暖通设备有限公司

公司地址：广东省中山市南头镇园林路8号

全国服务热线：4008-123456 邮编：528427



45HP超大冷量



便捷安装维护



多种智控方式



舒适健康环境



配置灵活组合



TECO

东元空调

节能减排 智能自动



精控



高效



环保



稳定



满液式螺杆机
冷量范围：100RT ~ 600RT

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](http://www.tecochina.cc)

E-mail：teco@tecochina.cc





LG中央空调
全球信赖 50余年

突破科技 自由演绎

节能高效领跑者



离心式系列产品

溴化锂系列产品

螺杆式系列产品

空气源热泵机组

空调末端



乐金空调(山东)有限公司

电话: 0532-80968888 地址: 山东省青岛市城阳区玉皇岭工业园LG空调



卷首语 PREFACE

寒冬已至， 困则思变



不吵，不堵车，新型冠状病毒感染的肺炎疫情，一个人，就能让整个城市按下暂停键。

热闹，被病毒藏了起来，人与人之间都隔得很远。从南京到拉萨，从广州到内蒙，三年时间里，疫情从未远去，折腾也从一个地方，不停地转换到另一个地方。

三年，足够将一个行业的锐气消磨殆尽。门店关停，业务削减，项目停摆，大家好像对这样的新闻业已麻木。一位业内人士笑着说：今年夏天这么热，冬天大概率会很冷，但是暖通市场可能比这个冬天还要冷。显然，这一抹笑意里，更多是苦笑和无奈。

在全球经济持续遇冷的大背景下，每个行业都是历史洪流的缩影。投资遇冷、项目锐减、地产萎靡，层层重压下的中央空调市场步履维艰。

“寒冬很冷，重要的是活下去”，这句话被不少企业引用。铁一般的现实告诉大家，即使疫情过后，想要恢复到疫情之前的状态还需要很多年。丢掉幻想，正视问题，要勒紧裤腰带做好应对寒冬的准备。

就像茨威格所说，勇气是逆境中绽放的光芒一样，艰苦的日子里需要更多的肩膀挑起重担，时势也会造就更多的英雄。真正的强者必然既能行得坦途，也能走过夜路。

在这个寒风吹动的十月里，有人黯然离场，也有人选择逆势而上。从行业峰会到大赛评比，从新品更迭到品牌发布，寒冬里暖通行业的声音依旧响亮。如果疫情封锁了距离，那么线上营销将会成为新拓赛道，如果地产的颓势不可避免，那么细分市场就是下一块精耕地，在这场无声的战斗里，每一位暖通人都将会是主角。

寒冬未尝不能带来新生，新思考、新方向、新尝试都会在逆境中绽放光芒，一个行业的未来永远不能被过去所圈定。路是走出来的，暖通行业要做的不是龟缩一隅，而是将根须扩展，从更多的可能里汲取养分。

物极必反，困则思变。寒冬虽然是暂时的，但没有人知道这个暂时，会不会是三年又三年。到了困苦的境地，学会思考，学会变通，全力去解决困难，摆脱困境，所谓置之死地而后生就是如此吧！



2022海尔中央空调“碳索中国行” 拓疆缔盟研讨会正式开启

9月28日，“智慧碳中和 共筑绿色中国梦”2022 海尔中央空调“碳索中国行”拓疆缔盟研讨会正式开启，首站落地安徽宣城。“双碳”背景之下，践行绿色节能使命、发展低碳智慧技术成为新时代下暖通行业探讨的重要课题。作为智慧节能发展的先行者，海尔中央空调积极践行“双碳”战略，推动产品方案及业务布局的变革升级，实现从口碑到市场的全面引领，同时致力于打造一个突破传统壁垒，共生共赢的生态体系。未来，海尔中央空调将秉承国家“双碳”战略和集团发展战略，积极推广智慧节能方案应用，携手生态伙伴们探讨新技术、新方案，在绿色节能道路上，共谋发展，聚势共赢。



大金空调第三大生产基地落户惠州

日前，大金空调与广东省惠州市签订项目合作备忘录，大金将投资 17.5 亿元，在华南区域的惠州建设大金空调第三大生产基地。项目占地约 22 万 m²，将于 2023 年 2 月动工、2024 年 8 月投产，将建设 VRV 住宅空调、变频器 P 板等生产基地和华南地区销售中心、物流中心，最终实现产、供、销一体化经营。投产后，预计年营业额将达 70 亿元。该基地的建设将成为大金空调进一步开拓华南市场，完善供应链布局的有力支撑。



海信HVAC举办2022全球客户大会

9月8日，海信HVAC召开第一届全球客户大会。大会采用线上线下结合的方式，在全球10多个城市设立了分会场，包括意大利米兰（欧洲区）分会场、墨西哥城（美洲区）分会场、阿联酋迪拜（中东非区）分会场、越南分会场、菲律宾分会场等，共邀请到来自80多个国家的1200多名专业客户参会，实现了海信HVAC团队和海外客户的全球联动。海信集团副总裁兼国际营销公司总裁朱聃、海信家电副总裁兼海信日立公司总裁费立成等公司领导致辞并发布海信暖通空调产业全球市场发展战略，向海外客户全面介绍了海信品牌发展和全球战略、HVAC业务的布局和营销策略，号召全球客户“一起携手前行、共创美好未来”。

NEWS

第20届MDV中央空调设计应用大赛终审顺利举行

近日，历时4个月赛程跨度的“第20届MDV中央空调设计应用大赛”传来终审捷报。MDV大赛自开办以来，见证了中国暖通行业逆流而上、蓬勃发展的过程，已成为暖通行业影响力最大、规格最高、专业性最强的比赛，在业内受到了一致好评。本届MDV大赛以“廿青春”为主题，代表着20岁的MDV大赛正意气风发。经全国24位暖通权威专家9小时的多轮严格筛选，于1000余份投稿入围的368份作品中，最终评出185个获奖作品。此外，海外组汇集全球设计精英的119份投稿作品在9月22日的线上评审中逐出27个作品获奖。





东芝空调泉州旗舰展示中心开业

9月23日，东芝空调泉州旗舰展示中心重磅开业，这是继佛山、福州、深圳、广州之后，东芝在南区开设的第5个空调旗舰展示中心，实际使用面积达560 m²，全面展示东芝“冷暖风水智”全系列产品，并提供完善的设计、销售、安装、售后服务。长期以来，凭借先进的技术、性能稳定的产品以及可靠的服务，东芝空调赢得了广大用户的认可。未来，东芝空调将继续加快全国市场的细化开发，深耕全国市场，将“冷暖风水智”产品引入千家万户。

海信日立第四届新产品新技术设计大赛颁奖典礼圆满落幕

9月28日，海信日立第四届新产品新技术设计大赛颁奖典礼在杭州三立开元名都大酒店举行。中国勘察设计协会建筑环境与能源应用分会会长、全国工程勘察设计大师罗继杰等多位行业大咖，海信日立的高层领导，来自全国各地知名设计机构、获奖单位代表，以及行业多家媒体共300余人参加了此次颁奖典礼。随着第四届大赛的圆满落幕，海信日立第五届新产品新技术设计大赛也正式开启。未来，海信日立将继续以创新思维来创造新技术和新产品，用新的解决方案赋予行业更多正能量，助推行业健康成长。





开利·空调博物馆科普教育基地举行揭牌仪式

9月16日，开利·空调博物馆科普教育基地揭牌仪式在上海市宝山区新工厂举行。开利集团副总裁暖通空调北亚区业务总经理余敏义携开利高管，以及刚加入开利大家庭的东芝开利空调的同仁共同见证这一高光时刻。开利·空调博物馆科普教育基地的建设，能够为消费者及整个行业传递更多的科普知识，不仅体现了开利空调强烈的社会责任感，也对碳排放目标的实现具有重要意义。未来，开利空调将继续发扬开利博士的创新精神，推动暖通空调行业的发展和文化的传承，为世界创造更美好的未来。

践行“一带一路”战略，麦克维尔亮相哈萨克斯坦暖通制冷展

9月9日，2022年哈萨克斯坦暖通制冷展落下帷幕。哈萨克斯坦暖通制冷展览会是哈萨克斯坦最具影响力的供暖通风及卫浴展览会，也是暖通卫浴企业进军哈萨克斯坦乃至中亚的最佳贸易平台。麦克维尔携风冷热泵、变频多联机、空气处理机组等新产品、新技术首次亮相该展会，凭借高端的品牌形象、雄厚的科技实力以及极具个性化的展台设计在展会上脱颖而出，其展位也获得本届展会的最佳设计奖。本次参展是麦克维尔紧跟国家战略步伐、积极主动融入“一带一路”建设，为企业开拓海外市场、进入中亚市场铺路架桥的一次有益尝试。未来，麦克维尔将用高质量的产品和服务持续推进海外业务的发展，为“一带一路”工程提供暖通解决方案。

格力中标忻州市 2022 年清洁采暖项目

近日，凭借绿色、高效、智慧、安全、可靠的产品，格力中央空调从众多品牌中脱颖而出，中标忻州市 2022 年“煤改电”“煤改气”设备采购项目，中标金额 5.82 亿元，并将在中标后 60 天完成交货并进行安装，确保老百姓度过一个温暖的冬天。这是格力在煤改电板块的又一力作，展现了“中国造”的品质，助力行业绿色节能发展！长期以来，格力始终坚持以技术创新赋予企业发展活力，持续深耕节能技术，助力构建“人与自然生命共同体”，为应对全球气候难题提供创新的中国制冷解决方案。未来，格力将以自主创新的清洁能源设备为利器，持续为实现格力人的“蓝天梦”贡献力量！





天加亮相2022医药工业洁净厂房全生命周期节能高峰论坛

9月6日—8日，2022医药工业洁净厂房全生命周期节能高峰论坛暨第七届科学实验室环境控制技术论坛在苏州召开。南京天加环境科技有限公司受邀亮相大会专题论坛，并分享了《基于双碳背景下的药厂冷源系统节能方案》，与业内知名专家学者一起探讨医药行业的发展机遇与挑战。天加针对制药厂房空调系统在运行中长期处于高能耗状态的问题，提出“全生命周期成本更低”高效冷水机房解决方案，从系统深化设计、主动寻优电控、三方实时云端监测、可复制的财务投资模型四个方面优化了药厂空调冷源，让药厂成功实现制冷机房 SCOP 从 6.5 到 7.0 的跨越。

“妆”点洁净环境，雅士空调入驻“敷尔佳·北方美谷”项目

近日，雅士空调为敷尔佳·北方美谷项目净化车间、办公楼提供了空调设备，并根据不同的应用场景和净化需求，分别定制了系统解决方案。敷尔佳·北方美谷项目是龙江江百大项目之一，也是哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司年度重点项目，依托松北区良好的生物医药产业基础和创新氛围，打造以医疗器械类敷料产品和功能性护肤品为主的产业集群。其中，护肤品生产车间等作为特殊净化空间，对能耗、温湿度、粉尘控制等要求较高，雅士结合运营成本及对于空调节能性的要求，为其提供了稳定可靠、高效节能的空气净化解决方案。



三菱重工海尔中标2022年天津市“煤改电”项目

近日，凭借高质量的产品以及系统化的专业方案，三菱重工海尔得到了项目方的高度肯定和青睐，成功中标山西省 2022 年天津市“煤改电”项目，为其提供空气源热泵产品，全力助推清洁采暖事业的发展。近年来，作为空气源热泵行业的领军企业，三菱重工海尔在北方采暖市场不断发力，在北京、天津、河北、山西、陕西等区域都树立了众多“煤改电”项目改造案例。此次入围清洁取暖改造项目，进一步证明了三菱重工海尔在“煤改电”领域强大的品牌拉力和市场口碑。未来，三菱重工海尔将持续发力市场，潜心升级技术与服务，让更多用户享受到三菱重工海尔空气能热泵带来的绿色节能、安全健康的舒适体验。

三菱重工空调荣登中国舒适智能家居行业品牌TOP榜

9月24日，中国舒适智能家居行业TOP榜颁奖礼在北京开启，三菱重工空调系统（上海）有限公司凭借先进出色的中央空调系统产品技术，荣获“中央空调系统TOP品牌”称号。同时，菱感电子商务（上海）有限公司也荣获“风水集成系统TOP品牌”称号。作为有实力的国际品牌，三菱重工空调始终坚持以冷、暖、风、水、智全套的舒适家居产品及标准化的服务，为中国用户量身定制全方位一体化解决方案，为消费者营造健康、舒适、智慧、节能的家居环境，引导中国舒适智能家居行业朝着系统化、集成化、一体化方向发展。



NEWS

三星中央空调助力济南中国航天科技园，打造超高层舒适办公环境

近日，凭借优质的技术服务和专业的系统解决方案，三星中央空调成功服务济南中国航天科技园，助力其打造超高层舒适办公环境。据悉，济南中国航天科技园作为济南高新区的重点项目，致力于打造国内领先的信息行业创新和科研培训基地，建成后将成为济南东部城区 200 m 的超高层新地标。多年来，三星中央空调在全球树立了多个超高层项目案例，如世界第一高楼哈利法塔、苏州地标东方之门、110 m 高落差长沙中机国际大厦、济南第一高楼绿地普利等，均获得了合作方的好评。此次三星中央空调为济南中国航天科技园定制了以全变频多联式中央空调为核心的系统解决方案，充分满足了项目的实际需求，为其提供了强劲而高效的暖通系统支撑。





“四季沐歌空气能·中国南北极科考合作项目”斩获2022科睿品牌创新金奖

近日，2022年科睿国际创新节暨科睿创新奖颁奖盛典在北京举办。本届科睿创新奖秉承“创新”核心理念，坚持把科技创新发展作为首要战略支撑，推动和影响行业高质量发展。此次盛典中，四季沐歌集团的“四季沐歌空气能·中国南北极科考合作项目”一举斩获2022科睿创新奖——品牌创新金奖。品质为本，创新为先。对于四季沐歌而言，本次获奖只是又一个起点，四季沐歌将一如既往地取“双碳”之势，明“空气能”之道，优“四季沐歌”之术，以深厚的技术积累、研发实力与创新精神，在清洁能源领域铸就“中国智造”全新品牌形象。

约克 VRF 助力白鹭湾小镇打造新经济基地

近期，凭借雄厚的技术实力和良好的市场口碑，约克 VRF 从众多竞争对手中脱颖而出，中标成都白鹭湾小镇基地 1#2# 地块项目。根据项目的实际需求，约克 VRF 为其量身定制了专业的系统解决方案，打造更加健康、安全、节能的建筑空间环境，助力小镇的绿色可持续发展。自服务市场以来，约克 VRF 便针对不同的建筑空间及用户独立性提供了差异化的解决方案，从客户需求出发，深入研发产品，优化配套服务，得到了诸多项目方的信任和肯定。未来，约克 VRF 将继续深耕市场，在节能技术和空气领域持续创新，为更多客户提供更加高效节能、健康舒适的空气系统解决方案。

堃霖空调携手诺博汽车，打造现代化工厂

近日，凭借多年的经验积累与技术积淀，堃霖空调成功携手国内领先的智能座舱系统解决方案提供商诺博汽车系统有限公司，为其提供数台高效节能系列「水冷螺杆式冷水机组」产品，助力打造经济、高效、节能的现代化工厂。作为集研发、制造、创新发展于一体的大型中央空调设备专业制造企业，堃霖空调一直积极探索大型工业项目工程全生命周期价值链服务，打造了一批批受人瞩目的精品工程。未来，堃霖空调将继续加快技术研发速度，打造行业优质产品，持续为各领域提供更专业、更绿色、更高效的中央空调系统解决方案。



积微GCHV开启首届秋季家装节，多维赋能旺季“终端战”

近日，积微 GCHV 携手全国各地终端门店加盟商，全面开启“首届秋季家装节”大型全国联动活动，以高品质、实惠价回馈用户。此次秋季家装节由积微 GCHV 主导，全国终端加盟商积极响应，品牌声势浩大、覆盖范围广泛。为进一步释放消费潜力，积微 GCHV 打通线上线下营销体系，在全方位、多维度、深层次的紧密部署下，双线齐发，以专业的精细服务，为用户打造高品质生活。在新形象、新产品、新营销模式的加持下，积微 GCHV 借力秋季家装节全面打开家装产品的销路，促进业绩增长。未来，作为开利旗下子公司，积微将继续深耕家装零售市场，在渠道开拓、产品迭代等方面加快步伐，实现家装零售市场的新突破！

江森自控约克入围 “2022消费者信赖十大家居品牌”

9月15日，由乐居家居主办、新浪家居承办的第三届《寻找优质消费者品牌——2022消费者信赖十大家居品牌》·金致奖正式启动。江森自控约克携高品质空气解决方案与八大纬度为一体的尖端科技，顺利入围本次评选候选品牌。作为百年相承的空调品牌，江森自控约克 IWE 始终传承并引领中央空调舒适、健康、安全、智能的基因密码，以打造高品质空气解决方案为不二追求，融“空调、地暖、新风、热水、净化、加湿、除湿、智控”八大纬度为一体，为理想中的品质家居描绘出全新蓝图，推动智慧、健康、可持续的家居理念惠及千家万户。

LG中央空调华南区域市场表现抢眼

2022年上半年，在中央空调市场出现下滑的大环境下，LG 中央空调凭借卓越的产品品质和专业的配套服务，实现了华南区域市场规模同比增长 60% 的亮眼成绩，成为行业内为数不多实现两位数正增长的品牌之一，向业内释放出 LG 中央空调在暖通市场内维稳行健的良好信号。未来，LG 中央空调将持续释放品牌动能，通过差异化战略，不断强化品牌力，夯实产品核心技术，聚焦细分市场，为用户提供更多优质的产品与服务，助力中国产业升级迈向新台阶。





深耕医疗领域，科龙中央空调助力涉县医院建设

近日，凭借优质的产品和卓越的服务，科龙中央空调医疗领域再下一城，为涉县人民医院提供服务，为医护人员和患者营造舒适洁净的医疗环境。科龙中央空调为其量身定制了 K 系列商用变频多联机 + KE 系列商用变频多联机 + 直流超薄风管机 + 全新风处理室内机的灵活组合方案，在满足院方对运行稳定、高效节能的暖通系统需求的同时，也有效保障了环境的舒适性，获得了院方的高度认可。未来，科龙中央空调将继续赋能医疗健康领域，把更多颠覆性的技术和产品投入到全球医疗健康行业，为营造健康、舒适、节能的医疗环境贡献力量。

西屋康达“医”级中央空调入驻佛山南海妇幼保健院

近日，针对佛山市南海区妇幼保健院的实际需求，西屋康达中央空调为其定制了专业的洁净解决方案。凭借模块式风冷冷水（热泵）机组、医用手术室洁净空调机组、风机盘管三大核心产品，西屋康达为佛山市南海区妇幼保健院打造了恒温、恒湿、恒风压的诊疗环境，受到了院方的高度赞赏。西屋康达中央空调产品系列完善，已成功为全球多家医疗机构提供了完善的中央空调解决方案，为患者和医务人员营造了安全可靠的诊疗环境，更为我国绿色医院建设树立了标杆与样本。未来，西屋康达将持续赋能医院，助力打造更舒适节能、健康洁净的医疗环境！

TCL商用空调出席湖南省制冷学会学术年会议

9月24日，湖南省制冷学会学术年会议在长沙召开，本次会议以“健康生活，低碳节能”为主题，多名制冷行业专家及多家业内知名企业共赴盛会，TCL商用空调也受邀出席了本次会议。会上，市场经理李汉代表TCL商用空调发表了以“构建智慧节能的建筑环境”为主题的演讲，从品牌理念及产品研发方面阐述了TCL商用空调为构建智慧节能的建筑环境所做出的创新及努力，并以今年推出的全新的行业最大单台冷量的45匹多联机产品为例，展示了TCL商用空调在“构建智慧节能的建筑环境”战略指引下的思考与行动。



威乐工业团队高光登陆2022青岛国际水大会

9月4日—8日，2022青岛国际水大会暨青岛国际水展在青岛红岛国际会议展览中心成功举办。威乐中国工业团队携强大水泵产品阵容与精致设计展台，强势登陆此次大会。受组委会邀请，威乐应用方案技术专家在两大技术论坛做了题为《水泵行业数字化先锋，威乐助力供排水企业节能降耗》和《威乐高效可靠海水提升泵助力海洋工业发展》的技术报告，为行业同仁分享有关二次供水节能及海水淡化等领域的领先技术及解决方案。会上，通过与业内专家的深入交流与探讨，威乐更加明确了未来在每个领域的发展方向，并将不断推出新产品及解决方案，为推动行业的健康蓬勃发展贡献威乐力量。

日立空调JCH-GA举办领导力培训活动

9月22日—23日，日立空调JCH-GA“团队·制胜·赢”领导力培训暨FY23年度启动会在广州从化云岭湖酒店举办。总经理张振军、副总经理吴晓冬、工厂各部门长及大区销售团队管理者全程参与了此次活动。领导力工作坊培训主要通过定制化的体验式活动，建立轻松安全场域，让参与者发现彼此共同点和不同点，增加自我认知和相互的了解、理解和接纳，有效提升团队建设力与变革领导力。通过本次的培训和团建，与会人员加深了对自我和他人的认知，增进了彼此间的了解和信任，进一步强化了团队合作，为更好地服务客户奠定了坚实的基础。

NEWS





EK 服务日照最大投资芯片企业，助力集成电路产业“芯芯”向荣

近期，EK 空调为山东日照地区投资最大的芯片企业——山东睿芯半导体科技有限公司，提供洁净等级更高、温湿度控制更精准、节能效果更突出、运行费用更经济的专业中央空调服务。针对睿芯科技生产车间的净化需求，EK 空调工程师经过现场勘察和技术沟通后，为睿芯科技提供了 EKDM 组合式空气处理机组 +EKCW 干盘管的组合方案。基于自主知识产权和欧洲领先空气处理技术、热泵技术、变频技术的中央空调产品和解决方案，EK 空调为睿芯科技集成电路芯片生产加工营造了稳定可靠的生产环境，有效保证了芯片的质量、可靠性及合格率。此外，EK 空调方案在洁净度、稳定性、节能性、智能性等方面，也获得了客户的高度认可。

国祥空调中标爱康集团太阳能电池改造项目

近期，凭借优质的口碑与专业的产品技术，国祥空调中标爱康集团年产 2 GW 高效异质结太阳能电池改造项目。作为空气处理机组的领军企业，国祥空调选用了组合式空气处理机组，以满足该项目对空气处理的高要求。长期以来，国祥空调积极践行“双碳”战略，坚持前沿科技与品质服务双管齐下，为用户打造更加节能高效的智慧解决方案。目前，在光伏领域，国祥已经树立了隆基股份、晶科能源、天合光能、晶澳太阳能、东方日升等企业等优质样板项目。未来，国祥将继续凭借高效节能的智慧解决方案，秉持匠心精神，助力光伏等新能源行业的可持续发展。

顿汉布什服务广州恒瑞医药

近日，顿汉布什服务广州恒瑞医药，为其提供变频离心式冷水机组和水冷螺杆冷水机组，通过离心机大温差技术，满足项目制药工艺低温工艺冷冻的需求，在保证制药车间的药品质量的同时，大幅降低客户的生产成本。此外，完善智能的机组自控系统也为长期持续的恒定环境温度提供了保障。作为享誉世界的空调专家，顿汉布什将继续秉承“唯进步，不止步”的市场理念，围绕智慧、节能、绿色、低碳，通过技术和产品的创新，运用宽温区多能利用解决方案为客户提供更高效、更节能、更精准的满足制药行业需求的产品，为医药行业提供更加智慧节能的行业解决方案。



富士通将军中央空调安徽宿州新丰路店开业

日前，为深化家装渠道市场、抢占市场份额，富士通将军中央空调又一旗舰店在安徽省宿州新丰路店正式开业。长期以来，坚持“同线、同标、同质”三同标准的富士通将军中央空调，始终为消费者提供专业化的系统解决方案，深受宿州市场消费者的喜爱。此次新店开业，不仅满足了消费者对于富士通将军中央空调持续不断的需求，更体现出富士通将军中央空调致力于给消费者带来更好体验所做出的努力。未来，富士通将军中央空调将不断优化产品和服务，助力消费者构建更加美好的舒适家居空间。

长虹获“中国舒适智能家居行业 TOP 品牌 - 中央空调系统”称号

9月24日，长虹中央空调应邀参加首届中国舒适智能家居行业高峰论坛暨《中国舒适智能家居行业发展白皮书》首发仪式。会上，在行业精英、专家学者、企业代表的共同见证下，长虹中央空调凭借全空间专业空气解决方案，一举斩获“中国舒适智能家居行业 TOP 品牌 - 中央空调系统”荣誉称号。多年来，长虹中央空调始终坚持以绿色创新科技，为广大用户提供舒适健康的生活体验。当前，在政策推动、消费升级、市场演变、技术迭代等多重变量的作用下，家电、家装、家居企业都在以前所未有的速度和姿态拥抱舒适智能行业，长虹中央空调也将紧跟市场发展潮流，在我国智能家居行业发展中发挥重要作用，为建筑赋能，为世界节能，让未来更加美好！





荏原亮相第九届全国建筑环境与能源应用技术交流大会

9月27日，第九届全国建筑环境与能源应用技术交流大会在杭州市召开，荏原出席此次会议，并全方位展示了解决方案和亮点产品，获得了与会人员的高度关注与支持。会上，中国勘察设计协会建筑环境与能源应用分会会长、全国工程勘察设计大师罗继杰，中国勘察设计协会建筑环境与能源应用分会副会长张杰特别为荏原冷热系统（中国）有限公司颁发了“友好合作企业”奖，以表彰荏原长期以来在助力建筑业低碳健康、高质量发展中所取得的显著成绩。未来，荏原将一如既往地致力于创新和产业高质量发展，为行业提供优质的解决方案，推进制冷行业绿色低碳发展，为国家实现“双碳”目标贡献力量。

NEWS

松下新家用薄型全热交换器新品发布会圆满落幕

9月26日，以“溯源松下·为净而生”为主题的松下新家用薄型全热交换器新品发布会在上海举行，发布会现场嘉宾大咖云集，著名设计师本间贵史亦受邀参加了此次活动，并在现场分享了自己的设计理念。长期以来，松下始终坚持以优质的技术，为中国消费者营造健康、舒适、节能的室内环境。本次，松下基于当前室内通风的痛点所打造的新品——松下新家用薄型全热交换器，在技术全面升级的同时，新增了空气消毒功能，可为用户一站式解决多种空气困扰，满足大众对于健康空气的急切需求。未来，松下将继续凭借雄厚的企业实力和创新能力，为更多消费者带来更加健康的空气解决方案。



申菱荣膺“2022年度中国储能产业最具影响力企业奖”

9月7日—9日，以“共创储能新价值，共建市场新格局”为主题的2022第十二届中国国际储能大会于杭州召开。作为一家以人工环境调节、污染治理、能源利用为服务方向，致力于为多种行业场景提供人工环境调控整体解决方案的领先企业，申菱环境出席此次大会，并在大会中重点展示了储能液冷温控产品、垂直一体化解决方案，吸引了大量行业精英驻足咨询。同时，凭借在储能热管理领域深厚的技术实力和良好的储能市场表现，申菱环境荣获“2022年度中国储能产业最具影响力企业奖”。未来，申菱将继续践行“双碳”发展路径，利用创新低碳科技，为储能行业保驾护航，助力绿色发展！



锚定“双碳”目标，盾安携手比亚迪助推汽车行业绿色发展

近期，凭借“组合式空气处理机组”的高效节能解决方案，盾安中央空调成功服务比亚迪长沙新能源汽车产业项目。据悉，长沙比亚迪是继深圳全球总部之外，乘用车、客车等产品线最齐全的全球新能源汽车战略基地，也是整车、三电核心技术和智能终端等产业链最齐全的华中总部基地。汽车项目由于厂内金属机械和金属零部件较多，对室内空气净化程度和温湿度要求较严格，加之汽车生产工艺复杂，厂房面积大，因此空调系统不仅需满足生产工艺需求，有效降低运行能耗，还要保证稳定运行、后期维护简单。盾安“组合式空气处理机组”的高效节能解决方案，充分满足了该项目的使用需求。此次与比亚迪牵手，不仅是盾安积极探索实践汽车行业项目工程全生命周期价值链服务的成果的展现，也体现了比亚迪对盾安企业文化、盾安产品性能、盾安服务的高度认可。

强强联合，奥克斯中央空调服务长安汽车全球研发中心项目

近期，奥克斯中央空调成功服务长安汽车项目，为长安汽车全球研发中心营造舒适健康、安全稳定的办公环境。据悉，长安汽车全球研发中心位于重庆市，建筑面积 10 万 m²，总投资 43 亿元，是长安汽车的重要研发基地。研发中心内部拥有实验室、会议室、办公区、产品展示区等多种功能区。为了满足不同区域对室内空气环境的不同需求，奥克斯中央空调为该项目提供了 ARV-X7 系列全直流变频低温强热智能多联机组。该产品可应用于多种场景，在运行稳定、整体更节能的同时，采用楼宇智控系统，进行楼宇的集中控制与分户计量，让办公和管理更便捷高效。未来，奥克斯中央空调将继续以高品质的产品、创新的技术和卓越的服务为更多领域用户提供专业的中央空调系统解决方案。

行业资讯



克莱门特受邀参加湖南省制冷学会2022年度学术年会

9月24日,以“健康生活 低碳节能”为主题的湖南省制冷学会2022年度学术年会在长沙召开,本次学术年会邀请了众多知名专家学者做学术报告,介绍制冷空调领域多个方面的学术前沿知识和发展方向,众多行业知名企业亦分享了产品和技术方面的先进经验。在学术年会环节,克莱门特长沙办吕清泉从多功能机组的发展、机组应用以及四六管制改造节能方案等角度,与学术专家、行业同仁进行了多层次、多维度的深度交流,其所展示的专业空调解决方案受到了与会嘉宾的高度认可。

连续供货,东元空调服务福光光电科技有限公司

近期,东元空调为福州福光光电科技有限公司提供服务,再树光电领域样板工程。据悉,该项目是一家以光学镜片加工为主,集技、工、研为一体的企业。为了打造高标准的生产环境,项目方对于暖通空调系统的解决方案尤为看重。东元空调根据项目需求,为其选用了功能优势明显的满液式螺杆机组。该机组制冷范围广泛,具有高效节能、绿色环保、智能便捷等优势,适用于医药生产、工业厂房、精密电子以及高科技半导体无尘室工程等多个领域。此次服务福光光电科技有限公司,不仅证明了东元空调的产品实力及用户口碑,也为厂方产品品质保障提供了坚实支撑。

国管局、国家发改委、财政部印发

《关于鼓励和支持公共机构采用能源费用托管服务的意见》

近日,国管局、国家发展改革委、财政部印发了《关于鼓励和支持公共机构采用能源费用托管服务的意见》,规范和加强公共机构采用能源费用托管服务工作。《意见》明确了能源费用托管的概念,强调能源费用托管是合同能源管理的一种形式;提出了能源费用托管服务的适用条件和优先对象;强调因地制宜,指出纳入重点用能单位名录、能耗超过基准值、能效未达到标准等情形的公共机构优先采用,不搞“一刀切”,确保精准有效;同时也规范了能源费用托管服务的操作流程。

国家发改委:两年来我国“双碳”工作实现良好开局

9月22日,在国家发展改革委举行的专题新闻发布会上,国家发展改革委资源节约和环境保护司司长刘德春介绍,两年来,我国扎实推进各项任务,“双碳”工作实现了良好开局:建立统筹协调机制。中央层面成立了碳达峰、碳中和工作领导小组,国家发展改革委履行领导小组办公室职责,强化组织领导和统筹协调,形成上下联动、各方协同的工作体系。构建“1+N”政策体系。党中央、国务院出台《关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》,国务院印发《2030年前碳达峰行动方案》,各有关部门制定了分领域分行业实施方案和支撑保障政策,各省(区、市)也都制定了本地区碳达峰实施方案,碳达峰碳中和“1+N”政策体系已经建立。下一步,国家发展改革委将保持战略定力,坚持底线思维,加强统筹协调,科学把握节奏,扎扎实实做好工作,确保如期实现碳达峰碳中和目标。

住建部:全国新建绿色建筑面积20多亿m²

9月14日,在“中国这十年”系列主题新闻发布会上,住房城乡建设部公布的数据显示,2021年,建筑业总产值达到29.3万亿元。下一步,将加大建筑节能、绿色建筑和绿色建造推广力度,加快城乡建设绿色低碳转型发展。建筑是我国能源消耗和碳排放的重要领域,同时也是我国实现碳达峰、碳中和的重要力量。目前,全国新建绿色建筑面积已经从2012年的400万m²增长到2021年的20多亿m²,2021年城镇当年新建绿色建筑面积占比达到了84%,获得绿色建筑标识项目累计达到了2.5万个。目前,2134个绿色建材产品获得了认证标识,带动了相关产业的协同发展,也使建筑产业链拉长变宽。

体验 跨越四季的卓然性能

全新开利鼎酷® 19MV双级衡置式变频离心冷水机组隆重登场，从容应对四季不同工况。
持稳高效，表现卓然。



设计采用EquiDrive™双级衡置式压缩机，标准机组配置磁悬浮轴承，在国标工况下最高满负荷COP可达6.75，最高IPLV.IP可达11.4，机组运转安静，针对环境平衡制冷剂R-134a设计并可选低全球变暖潜能（GWP）制冷剂R-513A。



灵活运行

机组可在广泛的范围内高效稳定运行，即使冷却水进水温度范围宽达4.4°C-35°C 而机组运行负荷低至10%*。



机身紧凑

机组结构紧凑，安装十分便捷，且适用于旧机更换。



19MV系列为开利双级衡置式离心冷水机组家族的新成员，汇聚多项先进技术。了解开利更多创新冷水机组解决方案，欢迎访问carrier.com.cn/19MV或联系您当地的开利专家。

*部分选型型号

©2022 Carrier. 保留所有权利。



carrier.com.cn/19MV

2022年1月—9月 中国中央空调市场总结报告

特别说明

- (1) 《2022年1月—9月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2022年1月1日—2022年9月30日；
- (2) 本报告中的品牌销量定义为某一品牌2022年1月—9月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；
- (5) 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；
- (6) 本报告部分品牌会因为渠道库存导致统计结果偏小，尽管本报告已做了适当的调整，但仍然有可能会最终实际销量略小于本报告统计的结果；
- (7) 本报告已将北方煤改清洁能源等部分产品纳入统计范畴；
- (8) 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%以上甚至较大的系统偏差，欢迎业内人士批评指正；
- (9) 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；
- (10) 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报告及相关区域市场报告进行市场宣传行为，由此出现任何形式的纠纷与本刊无关；
- (11) 更多更详细数据可与《中央空调市场》编辑部联系。

第一章

/// 宏观经济环境分析 ///

2022年1月—9月，国民经济持续稳定恢复。初步核算，前三季度国内生产总值870269亿元，按不变价格计算，同比增长3.0%，比上半年加快0.5个百分点。分产业来看，第一产业增加值达54779亿元，同比增长4.2%；第二产业增加值350189亿元，增长3.9%；第三产业增加值465300亿元，增长2.3%。分季度看，一季度国内生产总值同比增长4.8%，二季度增长0.4%，三季度增长3.9%。从环比看，三季度国内生产总值增长3.9%。

一、固定资产投资稳中有升，高技术产业投资较快增长

前三季度，全国固定资产投资（不含农户）421412亿元，同比增长5.9%。分领域看，基础设施投资同比增长8.6%，制造业投资增长10.1%，房地产开发投资下降8.0%。分产业看，第一产业投资同比增长1.6%，第二产业投资增长11.0%，第三产业投资增长3.9%。民间投资增长2.0%。高技术产业投资增长20.2%，其中高技术制造业和高技术服务业投资分别增长23.4%、13.4%。社会领域投资增长13.2%，其中卫生、教育投资分别增长31.2%、8.1%。全国商品房销售面积101422万m²，同比下降22.2%；商品房销售额99380亿元，下降26.3%。

图 国内生产总值增长速度（季度同比）

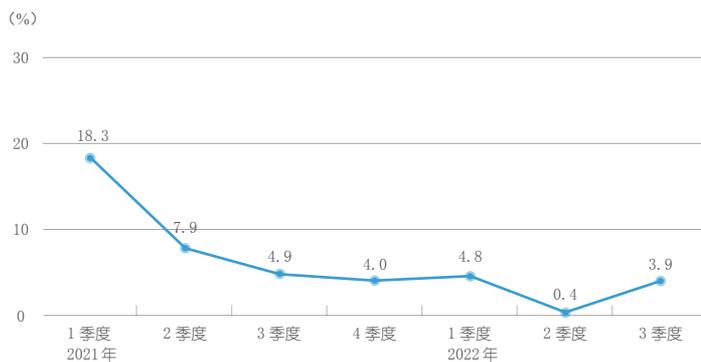
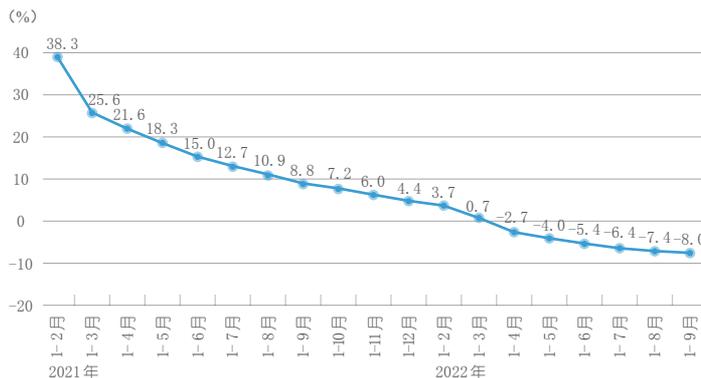


图 固定资产投资（不含农户）同比增速



图 房地产开发投资增速（累计同比）



二、工业生产恢复加快，装备制造业和高技术制造业较快增长

前三季度，全国规模以上工业增加值同比增长3.9%，比上半年加快0.5个百分点。分三大门类看，采矿业增加值同比增长8.5%，制造业增长3.2%，电力、热力、燃气及水生产和供应业增长5.6%。高技术制造业、装备制造业增加值同比分别增长8.5%、6.3%，快于全部规模以上工业4.6、2.4个百分点。分经济类型看，国有控股企业增加值同比增长3.6%；股份制企业增长4.9%，外商及港澳台商投资企业下降0.1%；私营企业增长3.4%。分产品看，新能源汽车、太阳能电池产量同比分别增长112.5%、33.7%。三季度，规模以上工业增加值同比增长4.8%，比二季度加快4.1个百分点。其中，9月份规模以上工业增加值同比增长6.3%，比上月加快2.1个百分点，环比增长0.84%。9月份，制造业采购经理指数为50.1%，比上月上升0.7个百分点；企业生产经营活动预期指数为53.4%，上升1.1个百分点。1月—8月份，全国规模以上工业企业实现利润总额55254亿元，同比下降2.1%。

三、市场销售逐步改善，基本生活类商品销售较快

前三季度，社会消费品零售总额320305亿元，同比增长0.7%，上半年为同比下降0.7%。按经营单位所在地分，城镇消费品零售额达277753亿元，同比增长0.7%；乡村消费品零售额42552亿元，增长0.9%。按消费类型分，商品零售289055亿元，同比增长1.3%；餐饮

收入31249亿元，下降4.6%。基本生活类消费增势较好，限额以上单位粮油食品类、饮料类商品零售额分别增长9.1%、6.9%。全国网上零售额95884亿元，增长4.0%。其中，实物商品网上零售额82374亿元，增长6.1%，占社会消费品零售总额的比重为25.7%。三季度，社会消费品零售总额同比增长3.5%，二季度为下降4.6%。其中，9月份社会消费品零售总额同比增长2.5%，环比增长0.43%。

四、居民消费价格温和上涨，工业生产者出厂价格涨幅回落

前三季度，全国居民消费价格（CPI）同比上涨2.0%，涨幅比上半年扩大0.3个百分点。分类别看，食品烟酒价格同比上涨1.9%，衣着价格上涨0.6%，居住价格上涨1.0%，生活用品及服务价格上涨1.1%，交通通信价格上涨5.9%，教育文化娱乐价格上涨2.0%，医疗保健价格上涨0.7%，其他用品及服务价格上涨1.3%。在食品烟酒价格中，粮食价格上涨2.7%，鲜菜价格上涨8.7%，鲜果价格上涨13.5%。扣除食品和能源价格后的核心CPI同比上涨0.9%。三季度，全国居民消费价格同比上涨2.6%。其中，9月份居民消费价格同比上涨2.8%，环比上涨0.3%。

前三季度，全国工业生产者出厂价格同比上涨5.9%，涨幅比上半年收窄1.8个百分点。三季度工业生产者出厂价格同比上涨2.5%。其中，9月份工业生产者出厂价格同比上涨0.9%，环比下降0.1%。前三季度，全国工业生产者购进价格同比上涨8.3%，涨幅比上半年收窄2.1个百分点；其中，9月份同比上涨2.6%，环比下降0.5%。

第二章

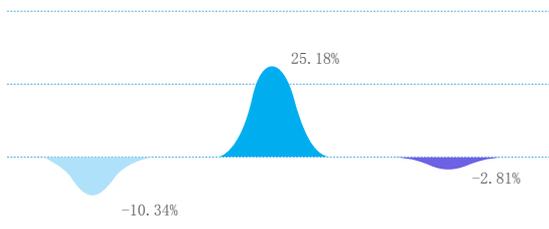
/// 行业运行情况分析 ///

第一节 行业总体特征分析

在全球政治经济形势严峻复杂，国内房地产市场依然呈下行态势，新一轮疫情反弹式蔓延、原材料成本居高不下的背景下，中央空调行业发展速度明显放缓。纵观 2022 年前三季度的市场表现，“活下去”成为行业最大的声量。据《中央空调市场》统计数据显示，2022 年 1 月—9 月，中国中央空调市场销量下滑 2.81%，相比上半年降幅加大，这意味着国内中央空调行业市场恢复难度依然较大（图 1）。2022 年 1 月—9 月，中央空调市场主要呈现以下几个特征：

图 2020 年—2022 年 1 月—9 月中国中央空调行业走势

● 2020年1月—9月 ● 2021年1月—9月 ● 2022年1月—9月



一、全面萎缩，地产配套深陷泥潭

中央空调行业属于房地产链路的后端消费产业，市场景气度跟房地产行业有着非常密切的关系，上游的房地产情况在很大程度上决定着行业的市场荣衰。前三季度，全国商品房销售面积及销售额同比显著下跌，二手房交易市场萎靡不振，加之知名地产商资金暴雷事件频发，给中央空调行业带来更加严峻的挑战。值得一提的是，2022 年前三季度，国内住宅开盘数量明显减少，对精装修市场造成显著影响，精装楼盘数

量减少，甚至“减配”现象愈发严重，地产配套业务深陷泥潭。这也使行业内主要品牌在操作地产配套业务板块时变得更加谨慎。

二、需求疲软，中小项目增长乏力

受国内疫情多点暴发影响，国内疫情防控措施保持常态化，经济下行压力依然较大，传递至市场层面导致民间投资疲软，商业项目投资愈发谨小慎微，尤其是以餐饮、娱乐、酒店等高度依赖客流量行业受到重创，在前三季度项目数量明显减少。不过，6 月底国内疫情趋缓，中小项目市场略有短暂回暖，但第三季度中小项目市场压力凸显。总体来看，在疫情防控政策下，中小项目已不是民间投资的第一选择。

三、企稳回升，家装零售差强人意

前三季度，房企债务违约、资金链断裂频繁发生，消费者购房观望情绪持续蔓延，新房成交量大幅下滑，给中央空调零售市场造成了严重的冲击。除此之外，3 月—5 月份全国多个城市小区严格封控，家装施工进度暂缓，影响了零售的出货进度。虽然从 6 月份开始疫情得到有效控制，家装遗留订单集中呈现，当月销售数据表现亮眼，但是之后新增订单有所减少。总体而言，疫情得到有效控制后，零售市场并未出现报复性反弹现象，市场销售表现差强人意。

四、发力民生，公建项目一改颓势

近两年，政府公建项目一直是中央空调行业聚焦的重点板块，以医院、学校、体育场馆为代表的公共建筑是政府投资的重点民生项目。虽然在 2022 年上半年，政府疫情防控压力增大，防疫预

算支出增加，造成民生类投资项目进度放缓，但从7月份开始，政府为刺激经济，加快了民生类项目的推进力度。以医院为例，国内大多数三四线城市以前基础条件差，近两年为弥补医疗卫生短板，各类医院加紧建设，对空调产品的需求量明显增加，给行业带来一定增量。

五、两极分化，细分领域维持高位

商业地产一直是品牌发力的重点领域，但是受疫情影响下，国内经济持续走低，创业就业环境不断恶化，商务写字楼空置率屡创新高，从而导致商业地产过度饱和，项目数量屡创新低，这一领域环境不断恶化。与之相反，新能源、锂电池、半导体、光伏等行业虽然受到疫情及国内外政治经济的双向冲击，细分市场项目增速放缓，但是在国家强力推动下，工业、数据中心产业项目依然稳固推进。

第二节 品牌格局分析

开年以来，受疫情多点暴发的影响，国内经济持续走低，房地产市场萎靡不振，给项目及零售市场带来巨

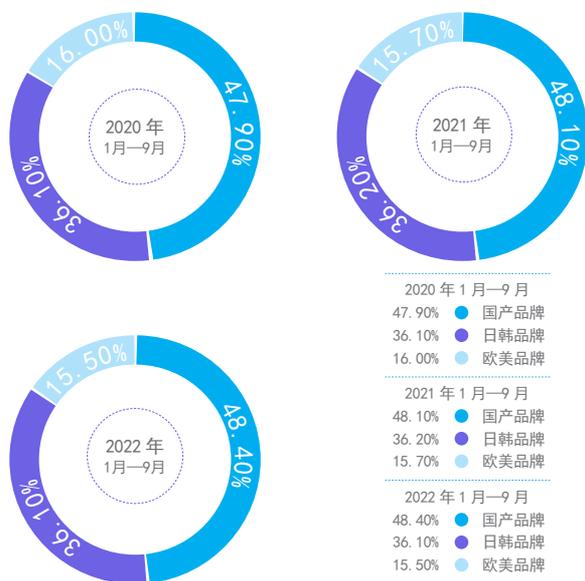
大压力，也对不少品牌的业绩造成影响。从《中央空调市场》监测的50大主流品牌来看，2022年前三季度，欧美系、日韩系品牌占有率均有所下滑，国产品牌市场份额略有增长，市场占有率提升至48.40%。

从品牌层面看，国产品牌中的美的、格力、海尔、海信、天加五大品牌的市场份额进一步提升。美的楼宇科技始终秉持“客户至上”的理念，不但推出iBUILDING数字化平台，发布“数字美的2025”业务战略，而且聚焦数智化解决方案，重点关注绿色医院、数据中心、轨道交通、供热采暖、绿色酒店、智慧园区等细分领域，持续引领行业前进。美的制冷聚焦ToC业务，加快线上线下渠道布局，在零售端实现较大突破。海尔抓住“双碳”目标机遇，积极探索绿色智慧新建筑，不但发布了MetaBuilding智慧场景定制平台，而且凭借在磁悬浮离心机领域的领先优势，通过场景化解决方案深耕细分领域，在数据中心、轨道交通等领域再创佳绩，同时其物联多联机产品的个性化升级，也在市场上掀起一股风潮。

海信持续推进健康战略，通过开展多次“健康南山跑”营销活动强化品牌形象，不但强化了“健康”占位，而且大幅提升了品牌业绩。值得一提的是，海信不断加强水机市场的推广力度，市场影响力逐渐提升。天加立足四大发展战略，在医疗、公建、轨交、商业、电子净化等领域实现了不错的发展。

此外，积微GCHV加入开后，在产品创新、品质保证、服务体系方面有了全面提升，一方面积极推动“工程营销”战略，另一方面持续加大家装市场投入，真正做到了工程、家装业务两手抓。奥克斯注重渠道建设，继续深化布局线上线下渠道新思路，通过产品系统解决方案，拉动了商用产品销量的提升。科龙中央空调通过不断升级技术产品，在医疗、公建、养老服务等细分领域颇有建树。国祥、雅士长期专注于净化领域，为国内多个方舱医院提供设备服务，为医院建设做出了突出贡献。此外，申菱、盾安、东元、长虹、瑯霖、四季沐歌、TCL智能暖通、西屋康达、欧博、

图 2020年—2022年1月—9月中国中央空调3大品牌占有率对比



苏净空调、必信、维克等品牌精准定位细分领域，业绩呈稳步上升态势。

日韩品牌方面，大金推出“暖心在线守护服务”，着力打造售前、售中和售后全系列服务，为各地区用户提供关于空气舒适性与空气质量的全面解决方案，得到了市场和客户的一致好评。日立凭借强势品牌影响力、深厚积淀以及智能化优势，前三季度持续推进数字化营销、品牌价值营销、场景生态建设，在很大程度上提升了用户对日立品牌及产品的认知度，市场销量明显增加。东芝空调坚定执行工程项目、TCS 零售、CCS 小工装、装企合作“四驾马车”战略以及“冷暖风水智+冰洗”战略，销量节节攀升。三菱重工海尔重磅打造的“6 舒健康家”，以全屋健康解决方案受到消费者追捧，同时在工程项目上与知名地产商达成战略合作，稳固提升了市场知名度。三星在加大新品推广的同时，进一步完善渠道体系，加强售后服务体系建设，在工程、家装市场双丰收。LG 在工业、电子、新能源、化工等细分领域表现较好，在商业建筑领域树立了较好的品牌典范。此外，三菱重工空调、富士通将军、松下、江森自控日立万宝、荏原、三菱电机等品牌积极发挥各自优势，在各自关注的领域均有所斩获。

欧美系品牌方面，以麦克维尔、江森自控约克、开利、特灵、顿汉布什为首的传统五大品牌在冷水机组市场上的地位依然牢固。其中，麦克维尔、江森自控约克、开利、特灵品牌在两联供市场持续发力，市场地位有所提升。顿汉布什在工业、轨交领域上树立了一些标志项目，进一步加固了品牌的市场地位。其他品牌方面，约克 VRF、克莱门特、克来沃、博世、EK 等品牌也积极投身到市场中来，在民用、细分行业均有不错的表现。

第三节 家装零售市场分析

2022 年 1 月—9 月，市场规模增速不及去年同期。受疫情反复和行业信心不足影响，家装零售市场整体的供求和成交均没有明显提升的迹象。据统计，2022 年 1 月—9 月，中央空调家装零售市场同

图 2020 年—2022 年 1 月—9 月中央空调零售市场增长率对比

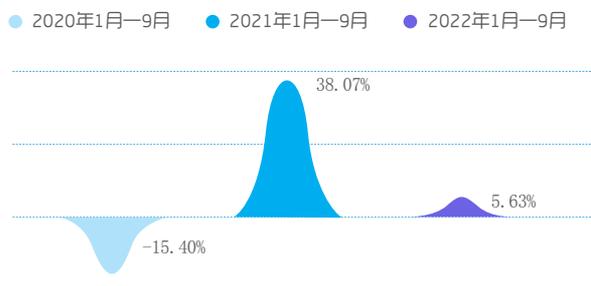
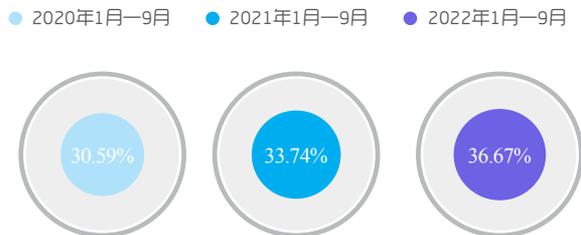


图 2020 年—2022 年 1 月—9 月中央空调零售市场占有率对比



比增长 5.63%，增速远低于去年同期。虽然近期政策面有缓和、好转的趋势，但当前行业整体下行压力依然较大，地产成交或将继续下行，四季度市场能否回暖尚有待观望。

从市场方面看，家装零售市场的发展走势与房地产基调基本保持一致。开年以来，房地产多个销售数据指标均有下滑，加上大宗原材料价格上涨，终端消费者装修成本提高，消费者装修意愿降低，进而影响零售销量。此外，2022 年第二季度原本属于传统的家装零售旺季，但是受上海疫情带来防控措施升级的影响，主要城市线下零售活动减少，终端门店的获客率和成交量迅速降低，这些在一定程度上造成消费需求减弱，零售涨幅差强人意。与此同时，在渠道推广方面，线下推广活动减少，获客难度加大，小视频、小红书、团购等线上线下相结合的模式正成为零售商发力的重点方向。

产品方面，多联机、单元机、两联供依然是家装零售市场三大主打机型。多联机在家装零售中占到较高的份额，价格的不断降低，使其比重随着市

场的不断发展仍在提升。两联供产品凭借健康、舒适、节能环保等优势，在大平层、别墅改造等高端市场备受青睐，但是因为市场竞争不断加剧，产品利润减少，高端客户装修群体减少造成两联供产品高增长趋势难以为继。

品牌方面，品牌集中度不断上升，马太效应日趋凸显。日韩系品牌在家装领域有着较高的市场占比，大金、日立、东芝等品牌凭借长期积累的市场知名度以及品牌影响力，在家装领域占据着较为稳固的份额。三菱重工海尔、三菱重工空调、三星、LG、富士通将军、松下等品牌通过组合式营销方式，强化市场推广，成效较为显著。与此同时，国产品牌也在零售市场积极布局，美的、格力、海尔依托强大的渠道优势以及品牌拉力，线上线下活动并举，占有率保持稳定。此外，海信、天加、积微 GCHV、奥克斯、TCL 智能暖通等品牌也纷纷加大对零售市场的投入力度，取得了一定的成绩。欧美系品牌阵营中，江森自控约克、麦克维尔、特灵、开利等在户式水机方面占有率保持稳定。

区域方面，凭借深厚的经济基础，华东、华南区域仍然是家装零售市场主战场，各大品牌一直投入巨大。虽然华东区域在3月—5月因疫情影响较为严重，可在第三季度逐步恢复，对零售市场的增长有一定促进作用。相比之下，中西部地区如华中、西南和西北等地的家装零售市场由于基数较小，随着各品牌对市场的精耕细作，在整体市场上的占比对比上年有了一定的提升，而东北地区因疫情因素加上气候差异，零售占比收缩明显。

第四节 工装市场分析

相比于上半年近4%的下滑幅度，第三季度工装市场的低迷程度进一步升级，造成前三季度的市场规模进一步下探。据统计，前三季度中央空调工程市场规模同比下滑7.11%。

首先，精装配套市场收缩。从2021年年中

图 2020年—2022年1月—9月中央空调工装市场增长率对比

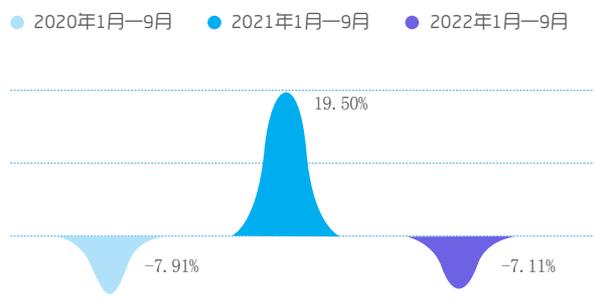


图 2020年—2022年1月—9月中央空调工装市场占有率对比



以来，不少知名房企纷纷暴雷，资金链断裂引起的连锁反应，让不少知名品牌在进行地产配套业务时更加谨慎，加之疫情防控带来的未来经济不确定性增加，消费者买涨不买跌的心理预期，不少地产商为快速回笼资金，纷纷选择精装减配或者精装改毛坯。数据显示，2022年1月—9月，全国重点70城新开盘建筑面积59189.61万m²，全装修建筑面积16570.23万m²，同比减少20.25%；全装修建筑户数126.77万套，同比减少90.2%。

第二，公建项目市场企稳回升。由于疫情的反复，政府财政趋于紧张，与往年同期相比公共建筑项目数量明显减少，但是三、四、五线城市的医院、学校等民生类项目有增无减，依然是当前地方政府投资的重点。

第三，细分市场增速回落。医药、化工、电子、

多晶硅、新能源以及高端设备等行业细分领域所释放的市场容量依然被品牌所看好。但是，国内外政治经济环境所带来的诸多不利因素传导至行业，给第三季度的细分市场带来明显压力，细分项目数量明显减少，从而形成了上半年细分市场高企，下半年明显回落的局面。

第四，中小型商业项目明显偏少。当前，国内经济环境下行压力大，民间投资者信心不足，连锁酒店、餐饮、KTV等项目数量明显降低，再加上疫情多点暴发，增加了市场的不确定性，使民间投资更趋谨慎。

品牌方面，美的楼宇科技凭借在数据中心、轨道交通、工业地产、医疗卫生等领域的技术优势，以及深厚的渠道布局，位居工程市场第一位置；海尔凭借磁悬浮的引领地位在轨道交通、数据中心等新领域位居前列，以行业领先的物联多联机在工装市场开拓中游游刃有余；格力在公共建筑领域有着不错的表现；天加聚焦绿色低碳发展，持续发力医疗卫生领域，项目业绩节节攀升；海信连续多年持续对工程市场加大投入，在公建项目市场取得不错的成绩。此外，积微 GCHV、科龙中央空调、奥克斯、TCL 智能暖通等在公共建筑，商业项目上有明显应用，申菱、国祥、雅士、西屋康达、东元、盈霖、欧博等品牌在细分市场取得不错的表现。

日韩品牌方面，大金凭借强大品牌影响力，牢牢把握着高端地产配套市场；日立凭借先进的技术和灵活的政策，在地产配套领域实现较大突破；东芝凭借可靠的品质和先进的技术，不但在精装修配套市场频频中标，而且在中小项目市场与一些知名连锁机构签署战略合作协议，销量实现显著增长；此外，三菱重工空调、LG、三菱重工海尔、荏原、三星、富士通将军、松下等品牌在工程市场也有不错的表现。

欧美品牌方面，麦克维尔发力电子凭借能源化工、商业综合体等大型项目；江森自控约克凭借在离心机市场的领先地位，频频中标能源项目、电子产业项目，深得客户青睐；顿汉布什、EK、克莱门特等品牌在医疗、工业细分行业也取得了不错的成绩。

第五节 市场预测分析

疫情和房地产是影响中央空调行业未来走势的两大关键性因素。2022年1月—9月，中央空调行业面临新房入市量减少、原材料及用工涨价、新冠疫情偶发、市场投资信心减弱、居民消费动力不足等方面的困境。通过对市场深度分析，我们认为中央空调行业在2022年第四季度有以下趋势：

一、房住不炒再定调，地产配套市场难增长

上游的房地产情况在很大程度上也决定着中央空调行业的市场荣衰。2022年1月—9月，房地产市场景气度不断下降，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政策，但受房地产市场阶段性过剩、房价下行预期强等因素影响难以很快扭转低迷态势。通过2022年1月—9月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，短期内地产配套业务难有起色。

二、工装市场增长难，市场需求或有上升

由于国内经济持续走低，国家从第二季度就已经积极推出应对政策，东数西算、医疗卫生体系、高新技术产业、轨道交通建设等正在加速推进，这些细分产业将为中央空调行业持续性输出。特别是2022年要有序推进“双碳”工作，落实行动方案，坚决遏制高耗能、高排放、低水平项目盲目发展，市场上将会有一批高能耗建筑的老旧空调产品亟待换新，这些都为中央空调行业带来一定的增长潜力。

三、民间投资信心不足，中小项目表现乏力

开年以来，民间投资便逐渐显现出疲软态势，连锁酒店、餐饮店、KTV等中小项目数量锐减，进一步降低了市场容量。由于国内疫情防控工作的持续，大型商场乃至街上的客流尚未恢复，民间投资者惧怕政策变数，因此都选择了观望态度，这就造成相关项目数量锐减。从当前的市场态势判断，只要国内疫情防控政策不放松，客流量不恢复，中小项目在第四季度就难以回暖。

第三章

/// 主流机型市场分析 ///

在本报告中，主流机型市场分析还是延续了以往的产品分类，对冷水机组（离心机、风冷螺杆、水冷螺杆、模块机）、冷媒变流量机组（变频多联机、数码涡旋机组）、溴化锂机组、水地源热泵机组（分体式水环热泵机组、整体式水环热泵机组）、单元机组以及末端这6大类产品的发展进行深入分析。其中，冷媒变流量机组和水地源热泵机组不再对产品进一步细分。

受疫情多点暴发影响，经济下行压力较大，民间投资对未来预期降低，商业类项目的投资力度同比往年大幅降低。数据中心、核电、半导体、新能源以及新材料细分市场保持增长，但增幅明显收缩。因此，不少品牌将工作重心转移至这些市场的开发和布局上，收获了不错的业绩。

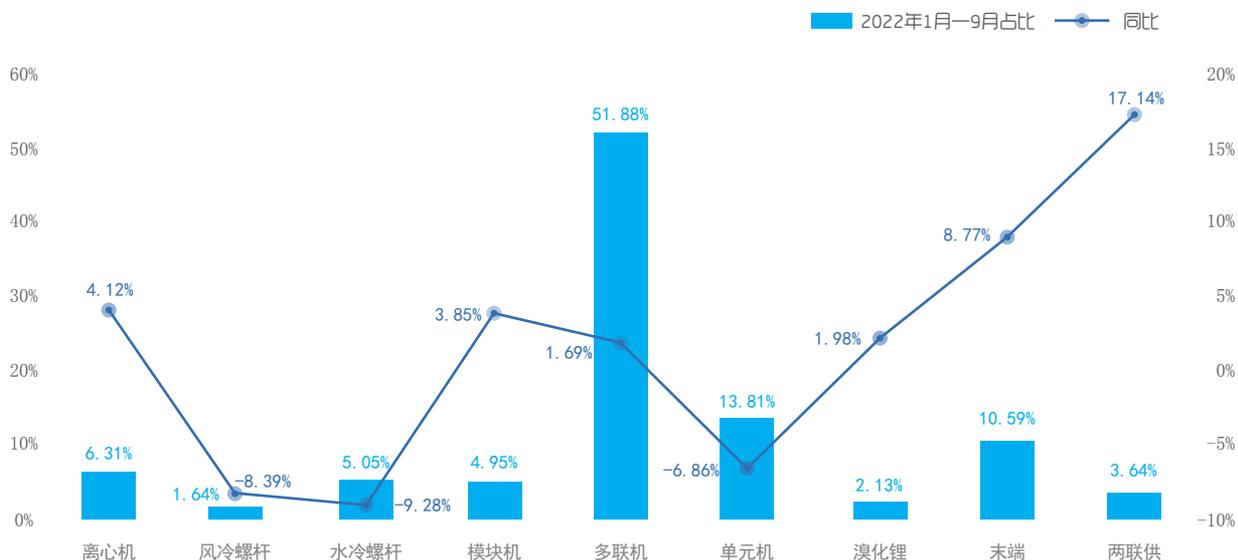
从产品上看，2022年前三季度，各大主流机型产品与2021年同期相比均有不同程度的提升。《中央空调市场》监测的数据显示，冷水机组方面，离心机市场增长率为4.12%。在“双碳”背景下，磁悬浮离心机以高效节能优势，应用范围越来越广，项目数量明显增多。水冷螺杆作为成熟的产品，受其他产品的替代性明显，下滑9.28%。

模块机市场仍有微量增长，涨幅3.85%，产品在一些医疗卫生项目中有所应用。另外，模块机在北方商业煤改电领域也有着广泛应用，尤其是低温模块涨幅较大。

多联机方面，2022年前三季度多联机市场增长1.69%，远低于去年同期，主要原因是楼市进入深度调整期，商品房销售规模大幅下降，新房、二手房成交量明显减少，精装修配套项目减少，消费者购房热情降低，装修动力不足以及家装零售市场的各种线下营销活动受疫情影响不能开展，种种因素均阻碍了多联机产品的进一步发展。

其他产品方面，2022年前三季度单元机市场下滑幅度为6.86%，占有率降至13.81%。由于家装零售市场的整体萎缩，中小项目市场枯竭，对单元机市场影响较大。除此之外，较低的技术门槛让价格战愈演愈烈，长期来看增长乏力。溴化锂产品在工业余热回收领域依然有不可替代性，助力国家节能减排，实现了稳定增长。末端产品增长8.77%，在一些医院改造、地区的方舱医院建设中有明显的应用。两联供依然保持上扬态势，但是相比2022年同期，增长率放缓，增长幅度达到17.14%。

图 2022年1月—9月各主流机型产品市场占有率



[Ping]

产业评论 | INDUSTRY REVIEW



本土化整装平台——经销商未来存活的关键

/ 周涛 / 28

在当下新兴消费群体活跃的时代，用户更加重视参与感、体验感，一站式的整装平台更容易吸引高端客户，利润空间也更加可观。



短视频时代，线上零售店运营的四大秘诀是什么

/ 杜宗吉 / 30

借由短视频平台传播、推广实现引流的短视频带货、直播带货模式自出现以来便火爆异常，各行各业均有试水，在疫情时代下为品牌带来了一定的增量。

■ 本土化整装平台——经销商未来存活的关键



作者 | 周 涛

众所周知，零售商多以专卖店形式生存，为了避免“路越走越窄”，更好地抓住市场机遇，经销商群体在一定程度上需要加大资源投入。毕竟家装市场内卷严重，不仅各品牌竞争激烈，增量空间饱和，且销售过程中，经销商很难“吃完一整块蛋糕”：即因品类、服务较为单一而受到限制，无形中流失了大量的客户。

所以我们能够看到市场上的经销商都在经历着不同程度的转型，有的选择代理多个品牌，有的选择舒适家居集成化发展，还有的则致力于打造本土化一站式的整装平台。因此，从常规的转型角度来看，如果说单一品牌产品销售向多品类系统化集成平台转型是第一级阶段，那么通过整合资源优势，打造一站式的整装平台则是经

销商发展的新一轮进化，这轮进化对经销商自身要求更高，在行业加速洗牌的当下，或将成为经销商转型的未来趋势。

另起“抱团”取暖新方式

何谓一站式家装平台？其实不仅是家用中央空调产品内卷，家装环节中诸如建材、地板、墙面设计、电器、软装等分类都很内卷，可以说整个家装层面的经销商都面临着相似的困境，因此部分企业不再依赖建材装饰城、家居广场等集中开设门店，而是开辟新路，选择与家装各领域内优秀品牌合作共同成立公司，为进店客户提供完整的家装产品供应服务。

一站式家装平台的优势在于能够依靠各合作伙伴汇聚整体家装服务平台、整体家装项目施工管理中心、供应链系统等每一个环节的所需团队，结构更加稳固，专业设计师、专业施工、优选品牌建材、美学软装等应有尽有，可以满足不同家庭的装修需求，实现家从设计、施工到软装的“一键焕新”，让客户真正实现拎包入住。不仅如此，对于抱团合作的经销商而言，客户资源相互共享，吸引客户的投入成本降低，这是新方式带来的最大优势。

顺应“ToB”转型大潮

品牌厂家和经销商之间的联系总是紧密的。当前各大品牌开始面向B端提供服

在当下新兴消费群体活跃的时代，用户更加重视参与感、体验感，一站式的整装平台更容易吸引高端客户，利润空间也更加可观。

务，升级渠道体系，一站式整装平台企业对于厂家而言，无疑是重点培育对象，也是 To B 转型工作的主要支撑与依赖。同时一站式整装平台企业自身也注重“品牌”化运营，对于中小经销商来说，加入平台也相当于有了品牌支撑，其发展本质要求整装平台企业需要面向中小经销商群体“招商”，扩大资源队伍以及客流量。很多小微企业虽不能承受资金压力，但是拥有不错的客流量，与整装平台企业联合，不仅可以实现资源共享、互利共赢，在减少成本的同时还能助推公司业绩。

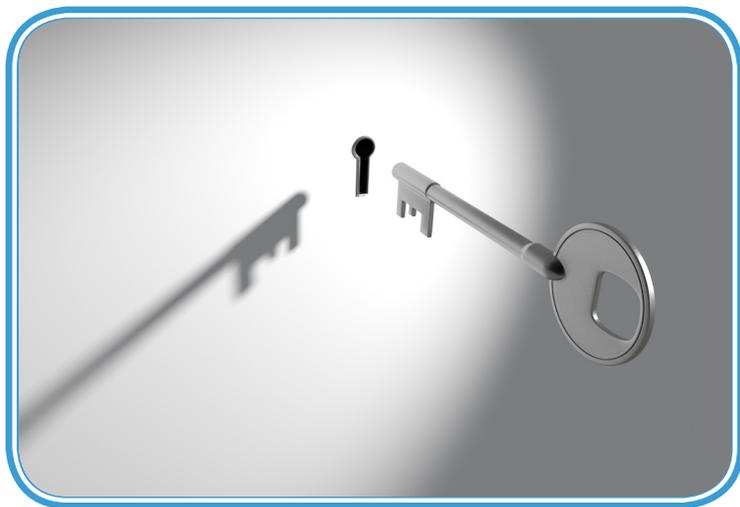
当然，一站式整装平台的打造对企业经销商本身的资金、资源实力有着较高的要求，对参与

其中的经销商群体也有着相应销售规模和销售渠道的要求。目前的一站式整装平台的发展仍处在起步阶段，有意向的经销商群体会积极培训，推广整装平台的模式和概念。在当下新兴消费群体活跃的时代，用户更加重视参与感、体验感，一站式的整装平台更容易吸引高端客户，利润空间也更加可观。

本土化标签更易精确聚焦用户

随着电商的兴起，消费者获取产品信息的方式越来越多样化，足不出户，就可以通过手机、网页了解到家装产品的性能、价格等具体细节，从而进行线上选购。而对于一站式整装平台企业来说，线上销售模式不仅是时下的热门，更是提升品牌效应的有效手段。并且在线上推广中，打造本土化标签也成为重中之重。“同城热搜”“区域推广”不仅会让具有特色的一站式整装平台在本地知名度大大提升，一定程度上也能够转化为优质的客户资源。

快消费时代，越来越多的消费者希望有平台能够一站式解决家装、家居问题，单个产品的简单销售已不能满足现状，具有强烈本土色彩的整装平台企业能够精准用户区域范围，完成更高质量的客户资源转接。对于未来家装零售市场的发展而言，精耕细作仍然重要，扩大单品类销售区域的模式以重度饱和并且竞争激烈，为了更精准的聚焦客户、聚焦市场，或许致力于多品类联合、区域本土化的一站式整装平台将会成为未来普遍的发展趋势。



短视频时代，线上零售店运营的四大秘诀是什么



作者 | 杜宗吉

借由短视频平台传播、推广实现引流的短视频带货、直播带货模式自出现以来便火爆异常，各行各业均有试水，在疫情时代下为品牌带来了一定的增量。该领域大量可复制的成功案例值得经销商与品牌关注。

同时，短视频的发展也在一定程度上导致了居民消费习惯的转变，短视频平台强大的传播性与广阔的覆盖面引得客户在购买不甚了解的产品前，大多不再只依赖于搜索引擎，而是下意识地在短视频平台上查找相关内容以获取指引，其对客户消费决策的影响力可见一斑。

相关数据显示，截止到2021年12月，我国短视频用户规模已达9.34亿，成为仅

次于即时通讯的第二大网络应用，并且短视频使用时长已反超即时通讯，成为占据人们网络时间最长的领域！

那么在短视频盛行的时代，品牌如何指引经销商合理运营线上中央空调家装零售店铺，在逆境中突围呢？

一、开设短视频平台官方店铺及账号，留意同城线上影响力

品牌方联合经销商开设线上店铺及官方账号、商户账号是立足于平台发展的第一步。众所周知，缺乏有效的用户运营能力是实体店经营的一大痛点，而围绕门店线上帐号，商家可以聚拢一批忠实用户，通过视频与用户互动，培养用户黏性，帮助提升用户留存率。其后，面对囊括整个平台用户的庞大客户群体，商户可以优先将同城用户作为最重要的部分来关注和整合。因为此类用户很强的本地属性，因此可以利用社交网络的脉络触达目标用户，如通过账号为客户答疑，解决购买相关问题，流量易于变现。此外，线下市场中没有网点覆盖的空白区域市场更可借用网购的便利性来开拓。

二、做好粉丝精细化管理

如果说食材决定着一道菜的好坏，那么粉丝就决定着账号的好坏。对于品牌而言，

借由短视频平台传播、推广实现引流的短视频带货、直播带货模式自出现以来便火爆异常，各行各业均有试水，在疫情时代下为品牌带来了一定的增量。

抖音账号中粉丝的精准度对于品牌知名度的提升以及引流变现具有至关重要的作用，所以在账号运营的前期，就要重视粉丝问题，做到粉丝的精细化运营。品牌可以通过发布内含产品详细讲解的短视频筛选粉丝，针对粉丝需求进行分类管理，随后进行精细化运营。在粉丝量逐步上升的同时，品牌可以在发布的视频中植入店铺链接引流，为客户提供设计、咨询、购买等一条龙服务。此外，品牌还可以带动众多经销商一起打造账号，持续输出内容，长此以往，势必能大幅提高品牌曝光率和粉丝黏性，提高店铺成交率。

三、挖掘带货达人制作带货视频、开展带货直播

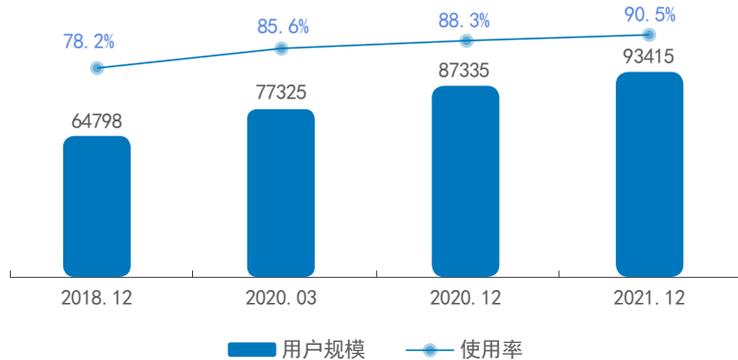
当下，影响互联网营销发展规模三要素之一的“人”已由以往的明星网红转变为包括专家、学者等在内的“达人”群体。他们垂直于自己擅长的领域，有专业或创造性的表达，加上优质的多形式的内容，能够迅速建立起自己的私域流量，积累信任价值。相关数据显示，2020年达人营销市场规模达到了300亿元人民币，2021年预计将达到406亿元，预估增长率将超过35%。由此可见，达人营销对于品牌而言，意味着更多的发展空间。因此，品牌应该顺应趋势，设置符合规范的带单佣金制度，邀请自带流量与粉丝的家电达人或短视频平台明星合作，借由带货短视频及带货直播等营销活动来实现短视频平台店铺乃至线下店铺流量的上升，在大流量堆积下，销量自然而然也会有所提高。

四、打造品牌IP

如何在互联网大量繁杂信息中脱颖而出，使自己的信息在合适的时间传递给合适的人，同时还要使信息在传播过程中不受折损，这就要求品牌或商家为自己树立一个特征鲜明的中心化形象。在广泛驳杂的信息中，很多都是非个性化、不经包装和体系化的表达，所以一个具有明确个性与特征的信息更容易与其做出分别。打造品牌IP，不仅局限于厂家自身，也要鼓励商家打造自己的IP，只有让用户记住你，做好有效用的沉淀，才能更进一步实现流量变现。

2018.12-2021.12 短视频用户规模及使用率

单位：万人



来源：CNNIC 中国互联网发展状况统计调查

第三十四届国际制冷、空调、供暖、通风 及食品冷冻加工展览会

THE 34TH INTERNATIONAL EXHIBITION FOR REFRIGERATION,
AIR-CONDITIONING, HEATING AND VENTILATION, FROZEN
FOOD PROCESSING, PACKAGING AND STORAGE

2023年4月7日至9日

April 7-9, 2023

上海新国际博览中心

Shanghai New International Expo Centre



主办:  中国国际贸易促进委员会北京市分会

 中国制冷学会

 中国制冷空调工业协会

 上海市制冷学会

 上海冷冻空调行业协会

承办:  北京国际展览中心有限公司

电话: 010-64934668-617/611/610

传真: 010-64938558

网址: www.cr-expo.com

邮箱: xuelongyun@biec.com.cn

kanglu@biec.com.cn



公众号



视频号



抖音

咨询热线: 400-666-3703

[Fǎng]

访谈 | INTERVIEW



锚定未来，科龙激活新动能
——专访科龙中央空调营销部副总经理崔冠雄
/34

作为民族品牌的代表，科龙中央空调通过产品技术升级，不断深挖用户需求，解决用户痛点问题，以高质量创新产品推动行业高速发展。



踏准时代发展鼓点，在铿锵有力的实干交响曲中奔跑
——访上海霏川实业有限公司总经理戴东辉
/37

上海霏川实业有限公司戴东辉感知市场变化、把握时代脉搏，自经商以来思路清晰，不断突破自我，携手威乐水泵站到了新高度。

科龙中央空调营销部副总经理

崔冠雄



锚定未来，科龙激活新动能

——专访科龙中央空调营销部副总经理崔冠雄

作者 | 李国梁

编者按

如今，两联供市场发展得如火如荼，但是如何在白热化的市场竞争中脱颖而出，成为每一位参与者日思夜想的问题。作为暖通空调行业的专业品牌，科龙中央空调自主研发核心技术，不断挑战技术边界，在两联供领域持续深耕，行业首创“天氟地氟”解决方案，在满足消费者对更加健康、更加舒适居住环境需求的同时，向世界展示出中国的强大科技力量。

对于暖通行业而言，谁能掌握市场发展的变化，为客户创造更多的价值，谁就能拥有市场话语权。面对瞬息万变的市场环境，单独的硬件服务已无法满足客户的深层次需求，为不同客户提供定制化解决方案成为大势所趋。作为民族品牌的代表，科龙中央空调通过产品技术升级，不断深挖用户需求，解决用户痛点问题，以高质量创新产品推动行业高速发展。

局势艰难，以创新产品破局

任何一个品牌，存在并持续发展的先决条件是什么？产品。在注重感受的用户经济时代，物质体验功能极度减弱。任何一个品牌要成为互联网+经济时代的顶级品牌，需要在全社会的关注下做出好产品，一切的本源还是“实事求是”，这一点在中央空调行业表现得尤为明显。

在世纪疫情的冲击下，中央空调行业下行趋势明显，楼市探底、民间投资观望、工程进度放缓、缺货严重等诸多不利因素让行业经营环境变得更加严峻。数据显示，2022年上半年，中央空调行业同比下滑1.37%，多联机同比下滑1.02%。但是，科龙中央空调却实现了逆势增长。“截止到8月底，我们已经完成去年全年的销量，尤其是在工装项目上实现了翻番式增长。”崔冠雄如是说。

产品创新是企业发展的生命线，科龙中央空调坚持从源头上突破，充分利用各方优质资源进行自主创新，先后推出了龙焰·无水地暖中央空调、使用原装进口压缩机的K系列商用变频多联机、进深仅258mm的直流变频风管机、可与中央空调联控的分布式新风系统等，不断满足消费者对更加健康舒适的居住环境的需求。其中，龙焰·无水地暖中央空调集中央空调、地暖、空气净化、智能化于一身，可一站

式解决用户对于室内空气环境的多样化需求，一经推出即获得行业极高的关注且荣获多项荣誉加冕。

“无论是天水地水、天氟地水，还是天氟地氟，其实都是为了给用户不同的多样化选择。在各品牌逐渐加入后，天氟地氟的整体市场容量会进一步提升。对于科龙中央空调而言，随着后期在‘天氟地氟’技术上的突破，天氟地氟更容易形成一个标品，产品的普及速度也会加快，销量大幅上升指日可待。”崔冠雄表示。

据了解，自进入中央空调行业以来，科龙中央空调始终秉承着“技术立企，以人为本”的核心理念，致力于助推暖通空调行业向着可持续健康发展的方向大踏步迈进。2021年，科龙中央空调理念焕新升级为“专业品质，只为舒适家”。全局之变，在于布局之变，这种理念的升级转变正是企业未来发展的关键。在崔冠雄看来，“专业”是中央空调最基本的要求，而“品质”又是海信集团一直坚持的信念，包括市场标准、能效要求没有任何虚假，“舒适家”则体现了科龙中央空调以用户需求为导向，竭力打造多领域舒适智慧场景解决方案的初心。

布局渠道，赋能体系升级

渠道是品牌成长过程中最关键的外部动力，产品被市场认可同渠道建设有密切的关系。明者因时而变，知者随事而制，每个成功品牌基于产品的不同，所设计的渠道战略也各有不同，从而形成自身的独特优势，以破竹之势占领市场新高地。在当前激烈的市场竞争环境下，科龙中央空调在立足于创新产品的同时，尤为关注建设更加健康的渠道体系。

自2021年上半年开始，原材料价格大幅波动，加之物

流成本、人工成本的不断增加，使中央空调行业的上下游承压明显，最终导致各大中央空调厂家陆续发布涨价通知。然而，在此背景下，科龙中央空调通过种种举措，内部消化原材料上涨带来的成本压力，仅在 2022 年年初涨价一次，全力帮助渠道商共度难关。在崔冠雄看来，“价格的不平衡对于渠道商来说是一件很受伤的事情，为了给予渠道商更多的利润空间，我们坚持不轻易涨价。”

当前，房地产市场持续低迷，零售市场竞争日趋激烈，如何实现品牌销量的持续提升是摆在科龙中央空调面前的一大挑战。对此，崔冠雄认为挑战既来自外部，也来自内部。一方面，由于疫情的影响，中央空调行业的扩张速度放缓，品牌之间的竞争日益白热化；另一方面，科龙中央空调内部资源调控尚未达到最优化状态。

“整个体系完善度还有较大的发展空间，目前来看，需要在工装以及家装运作当中持续投入，进行品牌深度营销。未来，我们工装和家装会双线并进，必须要每年保持 30%~50% 增长速度。”崔冠雄如是说。

据悉，科龙中央空调在零售市场渠道建设方面也一直在努力推动和探索，通过终端零售矩阵布局，扩大消费者的触点，今后每年的增量至少在 50~100 家，在保证每个核心城市都建设大店的基础上，陆续在每个发达区域地级市、县级市全面铺开。值得一提的是，借助海信集团建设的城市旗舰店以及智慧生活馆，科龙中央空调零售渠道的全面覆盖将基本完成。

强化营销，发力细分市场

在国内疫情多点发生，商业项目投资日趋谨慎的当下，大部分中央空调品牌艰难求生，但是科龙中央空调却依然逆势增长。究其原因，除了稳步推进工装、零售双线并进的战略外，全力攻坚细分市场。

“目前，我们已经树立了多个铁路项目样板，并与西南区域多个阳光公司养老地产展开了合作。”崔冠雄如是说。据悉，科龙中央空调所参与的养老地产并非采用传统养老院模式，而是酒店式、度假式的高端养老模式，合作方规划三年在全国建立 20 家同级别的样板标杆工程。

近两年，房地产市场持续低迷，越来越多的精装小区毛坯化，二手房更新改造市场发展如火如荼，众多品牌加大了深耕力度，科龙中央空调对此亦精耕细作，通过产品组合拳来应对广泛的市场需求。例如，“龙焰·无水地暖中央空调”主要聚焦高价值用户，家用变频多联

机可以满足用户对节能、健康、舒适、智能的多样化需求，空气源热泵暖气机等产品主要针对北方三四级市场以及南方地区的采暖市场。

“一二线城市的新房供应量日益减少，二手房更新改造市场将是各大品牌的重要发力点之一，科龙中央空调具备差异化的产品阵容，通过服务将其他品牌的用户来转化成科龙的用户是比较可行的一个方向。”崔冠雄如是说。

踏未至之境，方见别样风景；拓未垦之地，方现全新机遇。中央空调市场瞬息万变，科龙中央空调顺应发展趋势，不断打造自身市场和品牌优势，在创新产品的同时，积极探索细分市场，不断尝试品牌传播新路径。未来，科龙中央空调将继续深挖品牌潜力，构建核心竞争力平台，优化渠道布局，为各个行业提供更舒适、节能、环保、智能化的环境解决方案！

KELON 科龙中央空调





踏准时代发展鼓点，在铿锵有力的实干交响曲中奔跑

——访上海霏川实业有限公司总经理戴东辉

作者 | 杜宗吉

wilo



霏川®

登高望远天地阔，纵横捭阖自从容。商海浮沉，踏上浪头者不仅要能把握水行之势，更需踩准时代发展的节拍。水能覆舟，亦能载舟，唯有智者可激流勇渡。上海霏川实业有限公司戴东辉感知市场变化、把握时代脉搏，自经商以来思路清晰，不断突破自我，携手威乐水泵站到了新高度。



深耕市场开创新篇

八九十年代的上海市场，机遇如入水鱼苗般肆意野蛮生长。戴东辉的父亲从浙江台州前往上海，在90年代进入五金行业，借着城市化建设与市场经济的东风不断发展，之后携店入驻当时极具影响力的建材市场，信心勃勃地拓展起水泵生意，由此，第一代霏川实业有限公司初具雏形。

2008年是霏川与威乐的缘起之年。基于威乐深厚的品牌底蕴、专精主业的“基因”以及永不停歇的创新精神，戴东辉的父亲选择携手威乐，共同开拓上海水泵市场。彼时，中国城市化发展迅猛而势不可挡，一座座高楼平地而起，民用楼宇和商业建筑纷纷林立。乘着这时代发展的浪头，水泵市场规模进一步扩大，少时的戴东辉耳濡目染，在2012年大学毕业后也进入水泵行业，在父亲的公司从基层做起，轮换多个岗位，学会了如何经营一家位处激烈竞争区域而又实力强劲的经销公司。

少年人总是意气风发，自认学有小成的戴东辉在毕业两年后孤身前往与上海毗邻的江苏，初创属于自己的“霏川”，立志闯出一片新天地。而江苏市场似乎对年轻人却并不友善，整个区域市场供应链完整，客户都有固定的合作对象，市场格局难以介入，“霏川”的发展似乎陷入了困局。在此情况下，互联网电商的发展让戴东辉看到了希望，他一举攻入互联网电子商务领域，开辟了新的业务模式。

2017年，九星建材市场拆迁，打破了原本稳

定的生意体系，戴家上海老店亟待戴东辉归来主掌新一代大局。他也不负众望，认准威乐品牌签约代理，以客户为中心，深耕优质市场，开创发展新篇章，18年仅威乐水泵业绩便高达1000万，近年持续增长10%，2021年线上线下均做到华东第一，堪称威乐旗下经销商中的领军人物。

踏准鼓点，同频共振拓展布局

威乐始建于1872年，以研发和推广适合国内用户需求的产品和解决方案为己任，其高效节能的水泵解决方案全面涵盖供热、制冷和空调技术以及供水、污水处理和工业等领域。作为威乐着重发展的五大板块之一，威乐BSR（建筑民用领域）业务不断扩大民用建筑领域市场占有率和品牌影响力，同经销商携手并进，积极创新产品、拓展线上业务、完善售后服务，坚持节能减排的理念，以最优的解决方案为客户节约采购成本，提升使用效率。

选择比努力更重要，与谁同行往往决定能走多远。霏川多年来敢于如此坚定地选择威乐水泵，正是被其卓越的产品品质与优质完善的服务体系打动，这种选择所反馈的，不仅仅是单方的获益，更是两者的双赢。

戴东辉曾感叹霏川与威乐的节拍似乎出奇的一致，“我们的店铺搬到九星建材市场时，恰巧与威乐深入拓展国内市场的时间相近。无论是建筑市场的发展大势，还是威乐的强大品牌力与高品质产品，都深刻印证了我们的合作是明智之选。而当18年正式与威乐签约代理时，又距其正式进驻国内大型



电商平台不久，我们的发展步伐相当契合。”

与市场同向，与客户同行，霏川始终能够精确踏准时代发展的鼓点，创新赋能高质量发展。2005年后，各地城市化发展与基础设施建设尚处于白热化阶段，水泵需求量呈增长态势；而在霏川正式签约代理威乐后，国内建筑市场热度依旧未消，许多配套设施如空调安装等都对水泵产品有大量需求，PH泵十分畅销。不仅如此，正值电商1.0时代，同期开拓广袤的线上市场也为霏川与威乐带来了多重利好。

如今的戴东辉，仍似多年前孤身打拼的青年，谦逊质朴却不失昂扬斗志。在他的带领下，霏川分线上线两大板块，以小组为单位做团队任务，遵循消费升级之大趋势，将终端业主列为主要客户，主营循环泵、增压泵、排污泵等家用小型泵。尽管面临全球疫情的挑战，霏川仍保持着稳定的增长，“作为刚需性



产品，水泵销量全面恢复甚至迎来一波大增长也并非不可能”，戴东辉对后疫情时代的市场充满信心。

居危思进，双向赋能共建未来

所处的位置不同，看到的风景和思考的问题也有所不同。大范围市场水泵销量略有萎缩，一部分原因归咎于疫情肆虐的影响，另有部分受制于产业自身的局限性，其中“体量小，利润率低”便是经销不易的最鲜明体现。获利小，就需要投入更多，而投入过多又会导致资金并不充足的经销商难以抽身，如此一来便形成了恶性循环。戴东辉深耕水泵市场多年，自然了解行业的艰辛。在稳健发展的同时，他也时刻保持着居安思危的忧患意识，当谈及可能面临的潜在危机时，戴东辉也非常直率地指出自己仅在意于愈发激烈的市场竞争。

霏川与威乐签约之初，上海市场容量尚显充裕，彼时的区域经销商各自不乏充足客源，人人固守着自己的市场份额。但随着华东区域整体经济的发展，越来越多的商家涌入其间，市场容量到达一定极限，竞争也由此愈发激烈。这不仅是上海区域市场的特征，更是全国市场的微观体现。同时，线上市场一直是霏川强调的领域，然而随着时代和科技的发展，线上流量快速涌入，市场已然进入瓶颈，客源流向也愈发分散。戴东辉认为这种转变或许细微、缓慢，却值得留意。

前路不易，但自身强劲的实力使戴东辉对促进公司向好发展仍充满信心，“水泵作为刚需产品，未来的市场空间还很大。中国国民经济水平的向上也将带动客户消费的向上，实现消费提质升级，所以大家对于住宅舒适度的要求必然提高，再加之房屋设施旧改等发展趋势，我们还能走很远。”戴东辉如是说，“如果厂家能提供更多帮助，公司发展也能显著提速。我们经销商与威乐，正像两根细绳，努力拧在一起才能造就更坚牢、更强大的粗绳。”对此，威乐中国民用建筑华东区域经理范亚表示：“经销商是威乐走向市场最重要的战略合作伙伴，我们将会进一步赋能经销商，打造中国水泵行业最具竞争力和忠诚度的经销商网络。”

风好正是扬帆时，奋楫逐浪向未来。面对机遇与挑战并存的未来，发展跨度长达150年的威乐与可回溯近30年的霏川携手，凭着雄厚的技术积淀，矢志不渝地开拓创新，或许能为我们带来更生动且完美的答卷。

谁是鲧禹

9月20日，以“无畏，因科技有为”为主题，美的楼宇科技水机品牌发布暨战略新品发布会在重庆举办。活动现场，美的楼宇科技对外正式发布全新水机品牌——鲧禹，以科技之名，向行业递出中国水机新名片。此外，鲧禹水机还重磅推出全新技术成果——磁悬浮冰蓄冷双工况机组、气悬浮离心机、悬浮技术平台，这标志着美的正以全新的品牌、全面的产品和领先的技术，深度布局中国水机市场。



综述

OVERVIEW

长期以来，中国制造“大而不强”的难题一直萦绕在国人心头。在水机行业，面对具有先发研制优势的外资品牌水机，国产水机早期也同样陷入竞争难度大、核心技术落后的窘境。如今，随着国产自主水机在制造工艺、底层技术以及整机品质等方面显著提升，国产品牌在水机市场上一路高歌猛进，外资通吃的僵局显然已被打破。

2022年1月到8月，美的离心机销量突破1000台，打破了外资独大的市场格局，2022年，预计全年销量将突破1600台，挑战行业龙头地位。而《中央空调市场》相关数据显示，2022上半年，美的以16.03%的市场占有率位居行业首位，连续多年市场占有率第一，在离心机、螺杆机、模块机等冷水机产品中，美的市场占比均保持国产品牌领先，用真实的销量数据向市场证明，中国智造同样可以“由大而强”。9月20日，美的推出全新水机品牌——鲲禹，志以树立国产水机品牌新标杆，以自主科技激活多元价值，助力中国智造水平迈上新台阶。



鲲行禹跃，逐鹿水机市场美的凝聚新力量

北冥有鱼，其名为鲲，鲲之大，不知其几千里也。鲲，承载着人类超越自身的精神象征。禹者善水，治水十三载，三过家门而不入，是中华民族坚韧不拔、积极创新、勇敢智慧的精神象征。夏人传说的大禹之父“鲧”实际上就是“鲲”的音变，“禹”音亦为鱼，鲲、鲧、禹，正好构成了一个完整的神鱼图腾体系。

鱼生于水，水利万物而不争。鲲禹命名的背后，是源自美的对水哲学的理解。古人认为上善若水而几于道，鲲禹以水为媒，集水之柔润与鱼之灵动，神鱼赋形的美的水机不失逐鹿水机市场的一腔豪情，更具衷心服务客户为客户创造价值的谦虚与坚韧。

如果说鲲是美的对超越外资品牌的期望，那么禹则代表了美的代表国产水机走向自主研发的决心与使命，以鲲禹命名，其蕴含的价值也和美的水机科技、专业、高效、绿色的品牌价值相印，寄托其坚韧不拔、积极创新、勇敢智慧的精神风貌。

作为全新的国产水机品牌，鲲禹将精准匹配客户的不同场景需求，充分挖掘水机市场潜力，正如美的楼宇科技水机产品公司总经理李葛丰在鲲禹新品发布会上所言：“鲲禹的创立，是美的面向千行百业，用心践行的承诺；面向自我，更是一场无畏挑战的历练。”

踔厉奋发，科技赋能开启国产水机新征程

受制于研发规模和后发劣势，在很长一段时间里，诸多大型项目几乎难觅国产品牌的身影，外资品牌掌握着水机市场的话语权。突破水机技术围剿，科技创新是第一位，这个观点已然成为业内共识。

为了快速追赶外资品牌，美的楼宇科技搭建中央研究院、先行研究中心、产

品研究中心和行业应用中心的四级研发架构，引进高端科技人才，竭力攻关水机核心技术。

无畏，源自科技有为。凭借扎实的技术积累和丰富的研发经验，美的水机接连掌握磁悬浮全面无油化、高效降膜蒸发技术、磁悬浮轴承控制技术、双重保护轴承技术、微通道冷媒散热变频器技术等 470 余项自主核心专利技术，荣获多项国际鉴定和认证，实现了对美系四大品牌的技术赶超，在科技创新、市场创收方面，成绩斐然。

与鲲禹品牌同期发布的还有多个美的新品。其中，美的磁悬浮冰蓄冷双工况机组新品，采用双工况专用叶轮搭配自适应补气增焓技术，解决空调工况、蓄冰工况双工况效率不能兼顾的问题，蓄冰工况 COP 高达 4.656，空调工况 COP 高达 7.03，能效水平达到行业领先；气悬浮离心机组采用行业首创非等高波箔无油气浮轴承，承载力较传统气浮轴承提升 52% 以上，解决了润滑介质低粘度系数下承载力较低的难题。

而作为水机系统大脑的鲲禹悬浮技术平台，以技术+算法的形式实现前馈振动抑制，保证机组连续高压比工况耐受一小时内连续喘振 300 次以上，搭配云边协同预测健康管理及 ChillerDoctor 水机健康预测管理系统，可综合应对多种场景。

鲲禹，正以丰富完善的产品矩阵助力国产水机迈上新台阶，开启国产自研水机迈向暖通市场的新征程。

鸿业远图，筑梦水机未来绘就市场新蓝图

水机梦也是国产梦，鲲禹将承载国产梦绘就市场新蓝图。科技、高效、节能和绿色，是鲲禹成就国产自主水机先行者的四个纬度，也是重塑水机市场格局，颠覆水机固有的四个基点。

科技，从引入到创变，鲲禹以全自主的核心技术和国际领先的研发实力，全力加速科技有为，基于对产品可靠性的信心和各项市场数据的支撑，鲲禹磁悬浮压缩机全系列提供 10 年超长质保，质保范围涵盖叶轮、执行器、传感器等 14 个关键零部件，保证售后的无忧与省心，赋能科技有为。

专业，从标准到定制，鲲禹将通过全品类的产品矩阵和全生命周期的服务，为不同客户、不同行业、不同应用场景，提供用户需求的、专业的定制化产品与服务，通过 3 000 + 服务网点与 24 h 全天候响应积极回应客户诉求，保障专业有为。

高效，从智能到省心，鲲禹竭力推动软件与硬件的数智化升级，实现产品、系统、运维的高效赋能，为各行各业降本增效，采用航天气动技术、全降膜蒸发技术、水平对置压缩机技术等多项核心水机科技，打造数字化场景应用解决方案，激活高效有为。



绿色，从低碳到可持续发展，鲲禹绿色低碳赋能在产品、方案、工厂、能源端发力，以数字孪生作为赋能建筑绿色转型的战略核心，借助 iBUILDING 美的楼宇数字化平台，充分释放楼宇建筑低碳升级潜力，智造绿色有为。

就像美的楼宇科技水机产品公司气悬浮产品经理吴昕所言：“未来是多能源结合利用，多场景共存的绿色时代，常规的机器无法适应不断变化的时代需要。”科技、高效、节能、绿色正是国产水机走向蜕变新生，拥抱时代浪潮的关键所在，借助四者的有机联动，美的绘梦水机未来的前程图景也已展开，鲲禹将为楼宇建筑注入澎湃的中国力量，推动国产水机品牌飞速发展，引发水机核心技术攻关质变，向世界展现更多来自中国智造的身影。

鲲之大，不知其几千里也；禹之智，无畏艰难泽万世！鲲禹的创立不仅会成为水机行业的一面旗帜，也是国产水机打破外资垄断的又一次挑战。对美的来说，虽然水机市场纷繁复杂，鲲禹未来依旧有很长的路要走，但既然选择了远方，那便只需风雨兼程。

新平台 新产品, 开启水机新时代

悬浮技术平台

01 突破“可靠”挑战，让用户放心

- (1) 特征识别前馈震动抑制算法，实现全工作频高鲁棒性控制；
- (2) 行业首创自发电模式，保证转子近零速备降；
- (3) 超强寿命备用轴承，保证转子 300 次全速跌落无故障。

02 突破能效挑战，让用户省钱

- (1) 行业首推水平对置叶轮，轴向力降低 90%、机械损失降低 97%、压降 同比降低 50%；
- (2) 动静间隙低至 75 μm ，降低 50% 泄露损失；
- (3) 高效降膜蒸发技术，换热效率提升 10%，冷媒充注量降低 25%。

03 突破“智能”挑战，让用户省心

- (1) 及时：云边协同预测健康管理；
- (2) 省心：ChillerDoctor 水机健康预测管理系统；
- (3) 便捷：多种终端提供随时随地的业务流体验；
- (4) 高效：数字孪生实现远程巡检与诊断服务。



磁悬浮冰蓄冷机组

高效 双工况专用叶轮，自适应补气增焓技术。

可靠 水平对置压缩技术，高精度多自由度过载抑制抗喘技术，超长寿命备降轴承，微通道防凝露变频器。

智能 自学习智能防喘，运维数智化。



气悬浮离心机

高效 (1) 行业首创非等高波箔无油气悬浮轴承，源于航空技术，综合承载力提高 52%；
(2) COP 最高 6.45，较传统机组能效提升 40% 以上，每年预计可节省电费 5 万元。

灵动 (1) 体积行业最小，占地面积仅 0.78 m^2 ；
(2) 安装环境多样化，无需吊装，可进出客梯；
(3) 模块化安装，可分批投资及扩容；
(4) 支持能源多元化，负荷能源发展要求。



权威鉴定认证国际领先，节能减排助力“双碳”目标

由中国工程院陈学东院士、合肥通用机电产品检测院院长李江等7名专家共同组成的专家鉴定委员会，对美的磁悬浮冰蓄冷双工况机组进行了专业鉴定，一致认为：美的高效磁悬浮变频离心式冰蓄冷双工况机组技术处于国际领先水平，该项目技术难度大，成果创新性突出，节能减排效果显著，具有自主知识产权，对促进我国碳达峰、碳中和战略背景下发展应用冰蓄冷技术具有重大意义。

“十年免费保修”，开创磁悬浮压缩机售后服务先河

基于对用户需求的洞察、多项核心技术的突破，以及对产品可靠性的信心，美的楼宇科技在鲲禹新品发布会上推出了磁悬浮压缩机“十年免费保修”服务，在原两年质保的基础上，对应用于冷水机组的磁悬浮压缩机品类，承诺将质保期延长至十年，范围涵盖叶轮、磁轴承、永磁电机等14个关键零部件，基本覆盖磁悬浮系列离心压缩机本体的所有部件。同时，伴随“鲲禹”品牌的发布，美的楼宇科技宣布将投入5000万元，为所有美的离心机用户提供免费的巡检和数智化升级服务。美的此举，开创了磁悬浮压缩机“十年免费保修”的先河，也愈加推动着整个行业售后服务的更新，驱动行业进一步洗牌升级。



品牌声音

BRAND VOICE



李葛丰

美的楼宇科技水机产品公司
总经理

1964年，重庆通用自行设计并成功制造出我国第一台离心式冷水机组，到2021年单年交付离心水机组达1000台，达成国产离心水机50多年来首次年度销量破千，并以技术自主研发达到国际领先水平，跻身为行业前列，走向世界。纵观美的离心机的自主研发之路，做到了从无到有，从有到优，从技术引入到自主创新，可以说，美的离心机的进化蜕变史，就是中国国产离心机的发展史。

这种进化和蜕变一直在持续。据美的楼宇科技现场公布了一组数据显示，近几年美的离心机一项项标杆工

程，深刻展示“鲲禹”展翅高飞，正在持续创造中国离心机壮举。

在数据中心，美的中标中国移动在2020年100%份额的集采，目前已有近300台离心机正在服役；在华为鹏城云脑，美的打造的专属解决方案，让数据中心每秒百亿次计算，PUE仅1.25，树立了大湾区绿色节能新标杆。在轨道交通，美的55%的轨道交通产品覆盖率，京张铁路、深圳地铁、苏州地铁，更是全线应用磁悬浮机组或高效机房。在航空领域，北京大兴机场，美的高效离心机助力“凤凰展翅”，尽显大国风范；广州白云机场，全场使用美的30台离心机组，让世界感受“中国温度”。在工业园区，比亚迪、西门子、宁德时代、隆基股份、海康威视，各种大型定制化场景的解决方案，深得用户的信赖。

2022年，尽管受重庆8月高温、限电和疫情的多重影响，美的离心机势头不减，预计年产量有望突破1600台，挑战行业龙头！从技术到产能，再到市场占有率，对比六十年前，以离心机为代表的国产水机品牌已实现全面的飞跃。今天，美的离心机已经遍布全球，核心技术达到国际领先水平。我们不缺乏产品、我们也不缺乏技术，但是，我们缺少一种中国声音，缺少一个能让世界见证中国科技力量的自主品牌，一个可以传递科技价值，展现大国重器的全新品牌——鲲禹，应运而生。回看美的水机的蜕变之路，就像今天发布的“鲲禹”品牌名称一样，先为鲲，潜沧海，待大风；然后为鹏，负青天，决浮云！

美的磁悬浮冰蓄冷双工况机组新品采用双工况专用叶轮搭配自适应补气增焓技术，解决空调工况、蓄冰工况双工况效率不能兼顾的问题，以全流场宽域能效提升和能量平衡算法下的最优补气效果达成产品整体高效优化，对比单级压缩提升 6% 能效，蓄冰工况 COP 高达 4.656，空调工况 COP 高达 7.03，能效水平达到行业领先。

为增强产品稳定性和可靠性，美的磁悬浮冰蓄冷双工况机组采用超长寿命备降轴承和高精度多自由度过载抑制抗喘技术，实现了行业第一全速硬跌落次数大于 300 次的水平，以及行业最高抗喘振能力。值得一提的是，美的还在磁悬浮冰蓄冷双工况机组中应用了行业首创水平对置压缩技术，与传统机组相比，临界转速高 30%，轴向力仅为常规压缩机的 10%，大大提升产品可靠性。除此之外，美的创新研发微通道防凝露变频器，实现超强散热和全工况无凝露效果，进一步提升了机组运行的可靠性。

为突破“可靠”挑战，让用户放心，在极端工况下保证转子悬浮的稳定性和精度，鲲禹悬浮技术平台打出了“技术+算法”的科技组合拳。首先，通过特征识别前馈振动抑制算法，实现全工作频段高鲁棒性控制；与此同时，鲲禹应用特征识别前馈振动抑制算法，保证连续高压比工况耐受 1 小时内连续喘振 300 次以上，机组无故障不停机，轴承稳定悬浮无故障运行。为应对不可预知的异常情况下，维持悬浮转子的平稳落地，鲲禹行业首创自发电模式，即使遭遇突然断电，系统能在 10 ms 内检测出电压跌落，电机自动切换为发电机模式，保证转子近零速备降。

应对能效挑战方面，鲲禹在行业首推水平对置叶轮，能够实现轴向力降低 90%、机械损失降低 97%、压降同比降低 50%，同时动静间隙低至 75 μm ，降低 50% 泄漏损失，并且通过高效降膜蒸发技术，以多级布液技术和数字化管束结构设计，让换热效率提升 10%，冷媒充注量降低 25%。

气悬浮，被认为是高速运行、高温工况下除磁悬浮轴承外最为理想的支承部件，自然成为了行业热门研究课题，但气悬浮轴承技术攻克难度极大，国内外均处于实验阶段，并没有成熟的应用产品落地。

鲲禹气悬浮离心机组的推出打破了这一局面，实现了小冷量离心机的能效突破。其气悬浮离心机组采用行业首创非等高波箔无油气浮轴承，承载力较传统气浮轴承提升 52% 以上，解决了润滑介质低粘度系数下承载力较低的难题。

在能效方面，鲲禹气悬浮机组实现 COP 最高 6.45，较传统机组能效提升 40% 以上，相比较传统机组，每年预计可节省电费 5 万元，同时也为中国“碳中和”政策目标达成作出一份贡献。在高效之外，鲲禹气悬浮离心机组更有“灵动自由”特点。机组使用整机模块化设计，体积行业最小，占地面积仅 0.78 m^2 ，安装场合不受限；更无须吊装设备安装运输，可进出客梯，为各种节能改造工程提供便利。



李镇彬

美的楼宇科技水机产品公司
离心机研发负责人



骆名文

美的楼宇科技水机产品公司
研发中心部长



吴昕

美的楼宇科技水机产品公司
气悬浮产品经理



一级节能省电 4重空气新鲜



四重净化



一级能效



WIFI远程智控



20分贝静音

长虹全直流变频家用多联机

 4008-111-666 4006-111-666

四川省绵阳市经开区三江大道128号长虹空调产业园
<https://www.changhong.com>



[Shi]

视角 | PERSPECTIVE



2022东芝空调新品发布会·重庆
东芝空调：如何下好市场发展“先手棋” / 50



天加：重塑高效机房领域新格局
/ 52

[MORE>>](#)

LG 中央空调：三季度增长 30%！
何以提质增效 / 54

三菱重工空调：赋能升级舒适
家居市场 / 56

雅士：突围医疗细分市场 / 58

中广欧特斯：合力聚能，再造
一「极」 / 60

堃霖：绿色护航汽车产业“跑
起来” / 62

江森自控日立万宝：时代变局
中的“不变”法则 / 63

东芝空调： 如何下好市场发展“先手棋”

作者 | 郭玉琦

作为百年空调品牌，东芝空调致力于研发创新和专业技术，进一步扩展品牌市场布局，为更多消费者带来高端的生活方式。

在当前风云突变的市场中，唯有不断创造新的产品、新的市场和新的竞争力，企业才能在高质量前行之路上勇立潮头。作为变频技术的发明者，东芝空调始终秉承初心，不断向前，为行业发展持续注入新动力。9月30日，东芝空调2022年新品发布会在重庆旗舰展示中心隆重举行，新产品NXG MINI-SMMS东芝商用家用中央空调与NXG小巧超薄暗藏天花风管机正式亮相，为市场再添新标杆。



新品赋能，打造全方位舒适体验

自2020年推出搭载三转子压缩机的新一代产品SMMS-u系列直流变速多联式中央空调以来，东芝空调充分发挥核心技术优势，立足消费者深层次需求，紧跟市场发展趋势，此次新产品的惊喜亮相，正是东芝空调在技术领域新的突破，也是东芝空调在激烈的市场竞争中突显自身品牌和质量优势的“先手棋”。

据悉，NXG MINI-SMMS东芝商用家用中央空调可一体集成中央空调+地暖，将温、湿、氧、净四合一的空气解决方案实现有机统一，进一步贴合了舒适、健康、低碳环保的生活理念，冬日舒享地暖温暖，夏季尽享空调凉爽，并能做到室内外机双重静音，更“静”一步；NXG小巧超薄暗藏天花风管机最小机身高度仅200mm，吊顶内高度240mm，空间更小，无压抑感，可搭载负离子净化组件，除菌率可达99%，做到真正为用户打造放心好空气，守护呼吸健康，满足全方位舒适体验的需求。

2022年以来，东芝空调凭借高品质产品及优质服务，先后荣获中海地产领潮供应链年度A级供应商、第9次绿城中国“优



秀战略方”“理想同行”奖项、全球事业本部长奖、2022开发企业综合实力TOP500首选供应商·空调类等诸多荣誉，不仅是对东芝空调一直以来匠心执着追求产品技术的认可与肯定，同时也给东芝空调带来了行业内独一无二的殊荣。

战略引领，聚焦多元化市场布局

自2002年进入中国市场以来，东芝空调以前沿的市场战略及强大的科研能力为支撑，始终坚持以高质量的产品积累实力、用户和市场口碑，在产品的节能性、舒适性、使用寿命等方面做到极致。东芝空调秉承着“诚信真挚、创新求变、着眼未来、携手并进”的价值观，近年来陆续推出MINI SMMS、IMS、大清爽、DI等系列产品，并打造了“冷暖风水智”+“冰洗”一站式服务产业链，为用户带来智能便捷的科技体验，形成了在市场竞争中的坚实基础与独特优势。

正确的企业发展战略是企业生存与发展的关键，东芝空调坚持实施项目、小工装、TCS以及装企对公合作构成的“四驾马车”战略，以敏锐的洞察力准确把握行业发展趋势，与多个企业达成战略合作，形成合力，进一步强化品牌效应，共同开启家装行业新篇章，携手为消费者带来更舒适、健康、便利的家居生活。此外，东芝空调始终致力于可持续发展管理，坚持销售全变频、使用R410A环保冷媒的节能型空调产品，并针对资源枯竭、能源需求增加等各种社会性课题提出解决方案，为打造更安全、更清洁的地球贡献力量。

作为百年空调品牌，东芝空调致力于研发创新和专业技术，进一步扩展品牌市场布局，为更多消费者带来高端的生活方式。2022年，东芝空调先后打造泉州旗舰展示中心与广州旗舰展示中心，全面展示“冷暖风水智”全系列产品，提供完善的设计、销售、安装售后服务，为不同地区的消费者提供高品质一站式服务。并在医疗、餐饮、交通、家装等多个领域持续发力，打造众多样板工程，积极拥抱市场和消费需求的变化，不断提升自身的综合能力和服务能力。

砥砺前行，笃行致远。未来，东芝空调将以新产品、新应用和新服务为中国消费者提供更加安全、可靠、节能、舒适的产品，用“节能、环保、智能化”的方式创造“舒适、安静、清洁的室内空气和水”，为行业以及用户交出一份更具含金量的完美答卷。

天加： 重塑高效机房领域新格局

作者 | 钱先安

得益于“大师杯”所推动的诚信与标准建设，EPC 和 EMC 模式成为天加打造超高效机房的又一柄利剑。

随着“绿色”“低碳”“高效”等概念全面进入暖通市场，高效机房建设蔚然成势。长期以来，空调制冷机房运行能效普遍偏低，实际运行的能效数据鲜少有专业机构实时统计，导致数据不透明、公信力缺失的现象让用户对高效机房的节能性始终抱有质疑，严重损害了行业的良性发展。

标准是一个行业得以行健致远的基石，越来越多的暖通人士开始意识到各说各话的弊端。为有效推动高效制冷行业稳定、高质量发展，构筑统一的行业标准与能效公信机制，9月29日，由中国制冷空调工业



协会主办，南京天加环境科技有限公司、合肥通用机电产品检测院有限公司协办的首届“大师杯”高效空调系统工程大赛为行业带来生机和亮点。赛事专项设立专家评审团，对入选项目进行全过程数据统计，甄选出优质样板工程，为行业带来创新模式和成功经验。

共测共建共享

天加携手大师杯推动行业公信力机制建设

在暖通行业，千句万句口号不如一纸数据更具说服力。高效机房作为降低公共建筑整体能耗不可或缺的重要一环，运行数据的真实性与可靠性是影响客户选择的衡量指标。为了保证数据的严谨和真实性，“大师杯”对申报的65项申报项目进行全过程评审，以经过至少一年的运行数据为基本标准，遴选出48项精品项目后，再组织权威部门进行现场实测，对其节能效果进行评价及认定，确保最终评选过程的科学客观公平与公正。

当然，保证高效机房节能数据的真实性与可靠性只是手段，让机房运行数据真实可靠地在行业与客户群共享才是最终的目的。这就要求，必须构筑专业化的数据共享平台，实现机房运行数据全域共建共享，构筑具备行业公信力的三方不间断云端能效监测平台，而这也是“大师杯”举办的初衷和目的。多年来，天加一直致力于推动行业测评数据的真实与共享，让高效机房节能看得见。作为荣获首届“大师杯”卓越奖的天加环境，其申报的“广州地铁13号线新塘站高效机房”项目所打造的“全生命周期成本更低”系统集成方案和创新投资解决方案与“大师杯”大赛强调的诚信、真实、高效、绿色理念不谋而和。

为了彰显看得见的诚信价值，天加通过区块链数据传输加密技术建设并增强节能数据公信力，从传感器最底层的数

据开始上传，确保机组运行数据的不可篡改、永久可追溯和公开透明，通过客户方、集成商、国家权威检测机构共同管理，建成三方公信力平台，以后持续精进主动寻优的算法技术，量化能源管理指标，让行业三方数据可视化，大大增强了数据的真实性、可靠性和有效性。

如今，该模式已成功运用在南京、广州、深圳、成都、徐州等城市轨道交通线路；中国通号、塔贝拉水电站、东城药业等多个商贸建筑、GMP药厂、电子药房、数据中心等行业领域内，在暖通空调业内掀起了诚信共建、互惠共进的思想浪潮，将不断升级和拓展，推动高效空调系统技术在整个社会的应用和发展。

省心省力省钱

天加 EPC/EMC 模式推动全生命周期战略

在高效机房建设过程中，高效机房的最终效果往往会受到项目管理模式的影响。传统的项目管理模式必须按照设计-招标-建造的顺序方式进行，工程要经过规划、设计、施工三个环节之后才移交给业主，项目周期长且业主管理费用较高，不仅前期投入大，变更时也容易引起较多争端。在碳中和背景下，传统的高效机房建设项目管理模式亟待转型。变革引领未来，创新驱动发展。得益于“大师杯”所推动的诚信与标准建设，EPC和EMC模式成为天加打造超高效机房的又一柄利剑。

高效机房是一个极为复杂的空调系统综合体，设备的选型、优秀的设计、可靠的系统控制、安装施工、精细化的调试和智慧的运维是高效机房系统搭建的完整链条，从源头到最后的交付，一个责任主体才有机会做好，才能做的更好。通过EPC模式，天加可以为客户提供对项目的设计、采购、安装、调试、交付等全生命周期管控工作负责，在减少协调工作量的情况下，提高工作效率，缩短工期，有助于实现超高效机房的完美建设，引领并推动行业进步。EPC与EMC全生命周期服务模式的确是天加在商业模式上的一次深远的变革，标志着天加为高效制冷领域提供了全新的解决方案和思路，推动行业由单一的产品交付向系统能效指标交付，切实让客户省心、省力和省钱。

伴随着“大师杯”的圆满落幕，在高效机房领域，不论是三方共建平台的打造与合作模式的构建，还是EMC与EPC商业模式的推行，天加所做出的努力，只是点燃了点点薪火，要让公信力机制燃遍整个行业，推动中国制冷行业走向高速发展，仍旧需要行业齐心协力，推动共测共建共享的三方平台走向行业走向客户，推动制冷行业迈向升级转型新台阶，为中国“双碳”目标的实现增添助力。



LG 中央空调： 三季度增长 30%！何以提质增效



作者 | 杜宗吉

LG中央空调始终将发展的眼光聚焦在市场需求上，长期深耕细分领域，有针对性地进行着研发和创新工作，对市场中的痛点问题提供优质的解决方案。

时间如白驹过隙，转眼间已来到 2022 年第四季度。前三季度受碍于新冠疫情肆虐及国内外政治、经济形势变化，中央空调市场发展形势波谲云诡，下行压力较大。作为知名的综合性 HVAC（暖通空调）和能源解决方案提供商，LG 中央空调坚定目标、规划清晰，通过锚定细分市场精准发力，上半年在鲁皖苏大区市场累积销量同比增长近 30%，即便身处严峻的市场环境依然实现了提升，向未来稳步迈进。



立足长远，紧跟细分景气赛道

随着中央空调市场多年的变革与社会大环境的转变，传统商业项目市场已然难以成为品牌发展着力的重点，而在国家政策的加持下，细分市场赛道无疑是行业增长的新引擎。LG 中央空调始终将发展的眼光聚焦在市场需求上，长期深耕细分领域，有针对性地进行着研发和创新工作，对市场中的痛点问题提供优质的解决方案。

据 LG 中央空调鲁皖苏大区总经理何思敏介绍，前三季度的销量增幅得益于 LG 中央空调把握当下高景气赛道与重点细分领域。此外，LG 中央空调拥有先进、专业、高效、齐全的产品阵容，始终致力于为更多客户提供绿色、节能、环保、高效的系统解决方案。

前三季度，LG 中央空调在化工、新能源、半导体、锂电池、光伏等领域的表现较为突出，收获了众多标志性项目。在新材料领域，LG 中央空调成功中标了宏发纵横、新创碳谷、隆华新材料等项目，又为华鲁恒升、三岳化工、长春化工等龙头企业提供高品质的产品服务，同时在生物制药领域为胜利生物、凯赛生物、新华制药、济川药业、扬子江药业等企业提供了完善的解决方案。此外，LG 中央空调还服务于 LG 化学、国轩高科、比亚迪、

泉峰汽车、杉金光电等涉及锂电池、新能源领域的高新企业。

产品方面，LG 中央空调保持离心机、磁悬浮产品的高速增长，其中离心机组销量增幅达到 40% 以上。何思敏表示，离心机能获得较大增量多源于国家大力发展新能源、半导体等细分领域及数据中心等新基础设施，离心机组在其中扮演着重要角色。

又因“双碳”战略的持续推进，作为 LG 中央空调拳头产品——溴化锂机组凭借其高效利用废热、余热的优势助力行业节能降碳、大幅提高绿色低碳发展能力，在节能减排领域发挥着不可替代的重要作用，为各行业碳达峰行动提供了可靠保障。

以人为本，切实加强人才队伍建设

员工是企业的基础，以人为本，才能依靠个人的发展带来团队的长足进步。在专注于市场发展与用户需求的同时，LG 中央空调鲁皖苏大区也在加快专业人才队伍建设，不断强化市场推广。在团队建设方面，LG 中央空调努力培养团队专业性，加强员工内部培训，落实定人定岗，专人专管，确保重点细分领域的及时跟进。同时，为了进一步加强与市场的黏性，LG 中央空调注重于各行业协会的互动交流，积极参加各类行业会议，时刻关注行业发展动向。

作为拥有五十余年生产和研发历史的全球知名品牌，LG 中央空调始终秉承着“为客户创造价值，尊重人的经营”的经营理念，以此做到连接客户、赋能员工。市场变化永远处于日新月异的状态中，经营不仅仅是给顾客提供产品，而是为顾客提供解决问题的方法。加强团队建设，正有利于为企业一站式提升营销、销售和服务的客户体验，实现客户高效管理和统一运营。

LG 自 1967 年进入中央空调领域就不断夯实自己的研发力量，逐步完善产品阵容，为客户创造更大价值。未来，LG 中央空调亦将秉持初心，加快适应形势需求，全面提高产品在技术、性能、价格等方面的综合优势，为客户提供更加全面专业的服务，以科技赋能建筑，以创新缔造绿色未来。



三菱重工空调： 赋能升级舒适家居市场

作者 | 郭玉琦

三菱重工空调与 U 美生活心品对于健康舒适人居的追求可谓不谋而合，此次正式缔结战略合作协议，也是双方把握市场发展主动权的战略性布局和先手棋。

2022 年 10 月 11 日上午，以“智启未来 共创美好”为主题的三菱重工空调和 U 美生活心品战略合作签约仪式，在三菱重工空调上海总部展厅顺利举行。

三菱重工空调系统（上海）有限公司副总经理兼系统工程部部长徐晓全、华南一区区长魏国平、厦门事务所长张兴建、战略业务课副课长陆玮、系统工程本部综合业务课课长杨芬明、厦门事务所系统工程课长苏华阳，U 美生活心品总经理黄萃萃、产品管理部总监郭青峰、供应链高级经理高峰、供应链开发经理赵欣宇等双方企业代表出席签约仪式，共谋发展新篇章。





强强联合，共绘美好人居蓝图

自疫情暴发以来，人们原有的居住观念逐渐发生变化，健康、舒适的居住环境成为衡量美好生活的重要标准，也成为住宅选择的首要关键词。作为空调行业的领军品牌，三菱重工空调立足深厚的传统优势，长期助力综合能源产业升级转型，关注人性化、个性化的用户需求，深度研究智能技术和低碳趋势，在高效节能、精准温控、产品制造、环保标准、一站式服务等层面，完全做到与世界同步。

U美生活心品始终秉承“理想家”文化的品质家装设计品牌，重视深层次精神感受，致力于打造高品质美居的一站式服务平台，在空间、科技、服务、审美等维度，坚持以用户需求为核心，凭借强劲的资源整合能力、产品及业务能力，打破固有的居住认知，为用户提供高端个性化定制精装和可靠的人文家居综合解决方案。

三菱重工空调与U美生活心品对于健康舒适人居的追求可谓不谋而合，此次正式缔结战略合作协议，也是双方把握市场发展主动权的战略性布局和先手棋。三菱重工空调副总经理徐晓全表示：“U美生活心品和三菱重工空调通过前期的高效沟通，已经对未来家居市场的发展理念、彼此的行业领域优势以及合作聚焦点、前景，都形成清晰的认知。基于前期的沟通和下一步的具体规划，相信双方可以在深度合作中，共同助力市场发展，为终端用户创造一个美好未来。”

匠心传承，为市场注入新动能

三菱重工聚焦不同市场环境中的细分领域及应用

场景变化，在精工品质打造、综合运营能力与用户心理研究等方面，为众多项目方提供了完全适用并且符合全球高端标准的室内空气质量解决方案。

长期以来，三菱重工空调始终致力于为中国用户量身定制全方位一体化解决方案，打造冷、暖、风、水、智全套的舒适家居产品及标准化的服务，为消费者提供健康、舒适、智慧、节能的家居环境，推动舒适智能家居行业向着品牌化、品质化的方向发展，2022年10月，凭借先进出色的中央空调系统产品技术，三菱重工空调荣膺“中国舒适智能家居行业TOP品牌”，作为参编单位参与《中国舒适智能家居行业发展白皮书》编撰并给予大力支持。

此外，三菱重工空调重视产品创新和长期体验，为中国用户精心打造出了一系列引领潮流、品质可靠的高端空调产品，轻松匹配日益多元的空间审美特点，SAF系列全热交换器、FDUK厨房专用机、KXZW系列中央空调、KXZ系列中央空调、KXD系列中央空调等高品质产品，并提供与之匹配的优质服务，为打造高品质居家环境持续发力，不断刷新着人们对居住环境的全新定义，获得了业内及用户的高度认可。

未来，三菱重工空调也将携手U美生活心品，赋能升级转型中的舒适家装市场，聚焦全屋体验，关注人文需求和低碳节能的理想空间打造，共同构筑起高度流畅、贴心、可信赖且富于人文之美的一站式体验，精准触及终端需求，在全产品、设计理念、服务模式等方面发掘新价值，创造出符合未来发展趋势的居住感受，为行业注入更多品质和创新力量。

雅士： 突围医疗细分市场

作者 | 郭玉琦

作为专业从事医用净化空调设计与制造的高端品牌，雅士做好技术规划，不断推出新产品与新方案，助推主机类产品的能效提升，助力医院完成碳达峰的战略要求，为医院节能减排提供了强有力的支撑。

随着疫情的暴发，健康概念逐渐兴起，空调洁净功能的全民认知度不断提高，舒适健康产品成为人们的首选，发展前景广阔。作为中国高端洁净空调领航者，雅士创意求新，深耕医疗净化领域 41 年，始终坚持革新迭代产品技术和系统解决方案，打造核心竞争平台，提高品牌影响力，树立了众多标杆工程，成为洁净空调领域高质量发展的企业样本。

专业解决方案助力医疗建设

2020 年以来，多地散发、阶段性反复的疫情给社会发展和日常生活带来极大的影响。在严格落实常态化疫情防控措施的要求下，公共医疗系统中最重要的



疫情防控场景对空气净化系统的差异化需求越来越高，也为洁净空调领域的发展注入了新的活力。雅士充分利用专业净化经验，坚持在研发创新和软硬实力上积极投入，先后为上万个疾控中心、负压病房、PCR 实验室、方舱医院等抗疫项目提供了专业解决方案。

作为中国最大的医疗净化空调制造商，雅士立足自主研发能力和对医院场景能耗痛点的把握，推出“变频节能”“热源&热水”产品，以医院·核心洁净区域、防疫/抗疫净化工程、医院·热水工程解决方案、（乡镇）医院·改建净化项目、“平疫结合”净化方案等多种场景的系统解决方案，帮助公共卫生医疗系统精准防疫，助力美好医院建设。在 CHCC2022 第 23 届全国医院建设大会上，雅士更是凭借强大的实力与技术优势荣获“中国医院建设十佳建筑设备供应商”奖项，可见其在医疗净化领域的领先地位，也可见其未来发展的更多可能性。

当下，绿色减排作为“双碳”目标的关注焦点，也是各企业实现高质量发展的必由之路。相关数据显示，空调系统在医院总能耗的占比达到 60% 以上，是建设绿色医院亟需解决的一大痛点。作为专业从事医用净化空调设计与制造的高端品牌，雅士做好技术规划，不断推出新产品与新方案，助推主机类产品的能效提升，助力医院完成碳达峰的战略要求，为医院节能减排提供了强有力的支撑。雅士也将始终坚持履行企业责任，以更加专业的解决方案全面赋能用户体验，为行业交出一份更具含金量的完美答卷。

核心技术研发引领行业发展

办企业有如修塔，如果只想往上砌砖，而忘记打牢基础，总有一天塔会倒塌。长期以来，雅士以创新为动力，坚持筑牢技术根基，先后荣获国家级高新技术企业、“隐形冠军”“专精特新”企业认证，并拥有质量管理体系、环境管理体系和职业健康安全管理体系认证，十几项发明专利及百余项新型

实用新型、外观专利，以领先性技术研究和净化产品升级研发走在行业前列。

2021 年，为实现双碳目标及基加利修正案并进一步落实“新旧动能转换”战略方针，构筑核心技术先发优势，雅士空调与山东大学高等技术研究院共建“制冷与储能环保技术”联合实验室，旨在实现二氧化碳技术领域的研发与应用、并在先进净化型空调的研发上实现突破，在清洁供热制冷、多能互补、智慧能源控制、余热利用、二氧化碳储能等方面实现深度合作，迈出了雅士集团深化校企合作的实质性一步。

作为洁净空调的引领者，雅士的研发水平与创新能力在业内获得了高度评价与充分肯定。“山东雅士股份有限公司检测中心”通过中国合格评定国家认可委员会实验室认证，具备了国家及国际认可的管理水平和检测能力。7 月，山东雅士股份有限公司被认定为 2022 年山东省“一企一技术”研发中心，“智能一体化洁净空气处理技术、平疫结合高端数字化洁净空气处理技术”两项核心技术获得认可。

行稳致远，进而有为。未来，雅士将继续深耕医疗细分市场，持续攻坚行业关键核心技术，积极融入“3060 双碳”战略目标的落地实施中去，以丰富的净化技术与方案设计经验，精准把握项目与客户的需求和“痛点”，为市场发展带来新动能。



中广欧特斯： 合力聚能，再造一「极」



作者 | 杜宗吉

未来，中广与经销商伙伴们将不断在市场中突围迈进，共拓暖通市场新局面，成为市场破局者！

众所周知，当前国内暖通市场共有十二个头部品牌分属三大极——日系四大家、美系四大家和空调四大家，而早在 2018 年，中广就已开启未来战略布局，以“用热泵重新定义空调”的理念切入暖通赛道，立志开创暖通赛道“第四极”——“热泵系”，于品质、品牌、渠道和服务等方面连续开展四维重塑，并达成了极佳的升维效果。



9月27日，中广电气集团2022年江苏区域冷暖峰会在南京白金汉爵酒店召开。本次大会以“合力聚能，决胜金秋”为主题，旨在与区域内经销商伙伴就下半年销售抢量拟定相关规划、以培训讲解产品优势及公司战略变化为经销商伙伴赋能，携手并进合力聚能冲刺2022年最后半程。

2022年是特殊的一年，上半年疫情又在国内掀起大范围风暴，波动影响到诸多区域与行业，国际形势中，俄乌冲突进一步激化，欧美各国方方面面受其波及，同时，美元指数高位运行，许多经济体冬季形势艰难。可即便在如此复杂纷乱的大世变迁之中，中广也依旧信心坚定，在时代变化的不歇兴替中，大刀阔斧地进行着国际化变革。

据悉，中广在研发端持续大力投入，致力于以创新产品驱动发展，并计划于年底前建设完成65个实验室；在生产端，大力打造数字化车间，年投入技改费用超1.2亿元，新的三期中广智慧产业园建成投产后年产值可达50亿元；在营销端，持续拓展渠道、品牌、服务团队的建设，一年投入广告费用近2亿元。通过宣发销售、产品研发、

服务支持等方面的持续升级，中广始终踏准时代发展的节奏，助力中广与经销商伙伴迈向高质量发展。

在疫情反复、涨价潮、消费需求减弱等多重因素叠加影响下，暖通市场在2022年上半年的表现并没有特别大的改善。环境的恶化不但打乱了品牌的战略规划，也给众多暖通经销商带来了极大的经营压力。由此可见，在数字化营销时代下，品牌的升级更为重要。

就如何突破传统营销定位局限灵活调整销售策略，实现品牌升级等问题，中广在2022年制定了一系列品牌搭建和推广计划。从签约明星代言人到成为杭州2022年亚运会官方供应商、杭州2022年亚残运会官方供应商、中国航天事业战略合作伙伴乃至热泵空调荣耀上市、空气能热水产品升级、举办行业史无前例的云峰会等等，中广成功实现营销自动化管理，帮助品牌降本增效。

在本次峰会现场，中广还展出了十余款家用热泵空调产品，其中便包含了中广家商用热泵空调全阵容产品及卡洛尼新风重磅新品。随着“双碳”国家战略的逐步推进，这一政策亦将促进暖通产业结构调整与转型。目前，大众对品质生活的要求趋高，消费升级强劲，倒逼暖通产品功能需求层次发生改变。可以预见的是，未来舒适家居新时代将由更加先进的产品引领，从单品运营到提供集成化解决方案，推动家居市场向舒适化、集成化、一体化转型。

现如今，面对后疫情时代下暖通市场带来的巨大挑战与机遇，作为一家专注产品市场的先锋企业，中广始终坚持“用科技创造美好生活，以科技为原力，用热泵重新定义空调”，牢牢掌握多种核心技术，对产品的质量和性能进行严格的把控，力求把最高品质的产品带给用户，为更多用户构建舒适温暖的美好新人居。

本次会议以客户为中心，以市场为导向，以渠道建设和业务叠加为主要抓手，充分调动了经销商伙伴们开拓未来的积极性与信心。未来，中广与经销商伙伴们将不断在市场中突围迈进，共拓暖通市场新局面，成为市场破局者！



堃霖：

绿色护航汽车产业“跑起来”

作者 | 赵 嘉

早年间，中国汽车行业技术并不领先、体系尚未完善，加上彼时盛行的低价策略，中国汽车一度被视为低端廉价的存在。但今时不同往日，2002年到2021年，我国汽车出口量从2.2万辆增长至201.5万辆，实现了二十年近百倍的增长。国产汽车能有如此傲人的成绩，多依赖于近年进出口市场的变化、日渐完备的产业链和强有力的政策支撑。相信在将来有政府以及国民的支持，加之我国自主企业的不懈努力下，中国汽车一定可以取得更加辉煌的成果。

近日，凭借先进的节能技术、高效的能效系统以及专业的优质服务，堃霖数台高效节能系列水冷螺杆式冷水机组产品成功进驻在国内领先的智能座舱系统解决方案提供商诺博汽车系统有限公司，为其提供量身定制的高效节能空调产品。

据了解，诺博汽车系统有限公司是国内领先的智能座舱系统解决方案提供商，以打造良好的出行体验和具有竞争力的成本优势持续满

足客户的需求，为客户提供安全、舒适、智能、差异化的系统解决方案，积极推动全球汽车智能化变革。

为实现汽车厂房减少碳排放的整体目标，堃霖针对客户需求痛点，经过一系列评估为其推荐了专业的解决方案，使用高效节能系列水冷螺杆机组助力其生产工作。高效型水冷螺杆式冷水机组采用全自主设计、研发及制造的拥有独特专利技术的高效壳管式热交换器，极大程度上提升了机组热交换性能，在满足实际使用需求的同时达成高效节能，环境效益和经济效益显著。

自中国向世界宣布“双碳”目标的时间表以来，国家陆续推出碳达峰碳中和相关政策，从引导“双碳”落地，到国家明确发文遏制“两高”项目盲目发展，政策指导层面已经越来越清晰——碳达峰、碳中和目标自诞生起，就不仅是能源话题、环保话题，更是关乎经济问题和长远发展。堃霖空调紧跟时代发展潮流，不断提升自身定制化、专业化、精细化、品质化能力，结合自身五星级服务的显著优势与先进的产品创新能力，势必能把握全新的发展机会，迈向更高发展阶段，助力绿色低碳事业的发展。

近年来，随着国内汽车行业的蓬勃发展，汽车品质不断进步，这对汽车制造工艺提出了更高要求。堃霖空调与诺博汽车的携手，既体现了双方对优异品质的一致追求，更是汽车行业对堃霖产品与服务的再一次认可。堃霖空调作为民族品牌的代表，将继续坚持满足不同用户的需求，不断推进技术升级，始终践行绿色节能的使命，凭借高效节能、专业可靠的解决方案助力全社会提高能源管理效率，助力“双碳”目标早日实现。



江森自控日立万宝： 时代变局中的“不变”法则

作者 | 周雪莉

对于品牌而言，无论大变局如何演变，经销商始终是其触达终端市场、服务用户最后一公里的“桥头堡”，亦是其持续向上发展的重要基石。为此，如何更好地优化渠道、赋能经销商成为暖通空调企业发力的关键。

9月29日—30日，以“继往开来·勇攀高峰”为主题的日立空调 FY23 全国经销商大会在惠州隆重召开。日立空调 JCH-GA 中国区总经理张振军、营业统括本部本部长黄桂平、全国区域营业本部长郑进伟等领导与来自全国各地的经销商代表齐聚一堂，共谋大计，共启发展新篇章！

在疫情反复、经济下行、客户需求多变等诸多不确定因素的影响下，日立空调在 FY22 年逆势增长，收获了亮眼的市场成绩。这一切都离不开全国经销商的通力合作，总经理张振军对全体经销商表示了诚挚的感谢，并表示，

未来，公司将从多个维度进一步赋能经销商，打造一支能赢的策略合作伙伴团队，实现厂商高效协同，共荣共赢！

众所周知，卓越的产品是空调企业生存的根基，也是经销商征战市场的有力武器。日立空调深谙此理，自成立以来，不断推陈出新，形成了全面且丰富的产品矩阵，从主机到末端一应俱全。其中，新推出的磁悬浮离心机组和变频模块机组受到了客户的高度认可，在半导体、新能源、医药生物、智慧楼宇等领域得到了诸多应用，树立了众多优秀的样板工程。

如果说产品是经销商开拓市场的核心利器，那么服务则是其稳固市场的精髓。为此，日立空调将开启服务赋能新引擎，做到准确、高效、及时地回应客户需求，让服务赋能销售，以更好地迎接未来市场挑战。正如营业统括本部本部长黄桂平所言，日立空调会继续注重创新、研发、高效和服务，巩固日立品牌在高端制造业领域的优势，以品牌赢得客户信赖，以服务实现口碑优化。

值得一提的是，在此次经销商大会期间，日立空调还举行了隆重的颁奖典礼，对经销商伙伴给予充分的肯定与奖励。此举不仅提升了经销商对日立空调的归属感，也增强了经销商与日立空调之间的凝聚力和向心力，为品牌的健康持续发展奠定了坚实的基础。

凭借前瞻性的战略布局以及渠道方面的持续赋能，日立空调在 FY22 年保持了业绩的稳定增长。未来，日立空调将继续充分整合和发挥资源优势，精心打磨产品，提升品牌声量，赋能经销商深入开拓市场，为更多领域的用户提供针对性的绿色低碳解决方案，助力“双碳”目标早日实现！





三星中央空调携手宋都集团， 打造当代慢调休闲品居

十朝古都，六朝都会，毓秀山水与老城风水成就了南京独具一格的山水情怀，盈盈花语间与山水并行，亭台楼阁下闻春草芬芳，自然与人文的邂逅，形成了南京的慢调生活。在这静好的悠悠老城中，人居潮流亦在变革，科技健康住宅已成为南京高品质改善的标配。

作为宋都集团倾力打造的品质人居，宋都·柏悦府除了在园林景观、建筑立面、公共区域等传统维度进行精心雕琢外，还携手三星中央空调深研城市文化对于居住观的探索，致力于为用户打造舒心雅致、健康智慧的惬意生活。

项目概况

宋都集团成立于1984年，2011年成功上市，是杭州“老十八家”知名房地产开发企业之一，历经三十余年积淀，现已发展成为以房地产开发为主业，涉足商办、产城、代建、金融、大健康等多领域的综合性控股集团。长期以来，宋都集团始终坚持以品质影响城市，聚焦高品质改善型住宅的探索。

作为宋都集团落子金陵的又一升级之作，宋都·柏悦府位于南京雨花台区，以“这不只是一座柏悦，这是一段人生”为居住主题，营造沉浸式生活小区，整体规划19栋住宅，约2万m²自建商业，打造板桥新城的中央生活圈。

解决方案

宋都南京·柏悦府传承匠心品质，严格要求合作产品标准，工程严格监管，确保品质效果落地。为了给客户带来安心的品质体验，作为项目暖通系统的战略合作伙伴，三星中央空调通过多次实地考察和探讨，并结合项目的实际应用需求，为其量身定制了以三星侧出风变频多联机为核心的系统解决方案，并从方案设计、设备进驻到施工安装进行全流程把控，严格把关品质关键点，为满足项目优质住宅的稳定冷暖需求创造了条件。

（一）强劲内核，高效运行

中央空调在不同运转情况与容量下，性能有所不同，系统整体运行效果与其重要核心部件——压缩机息息相关。三星侧出风变频多联机采用高效双转子压缩机，双转子对称设计使系统运行更加平稳；高压腔涡旋式增焓压缩机采用超精密加工的不对称涡旋盘设计，实现压缩机进气连续效果，同时融合增焓技术，可使系统在严寒工况下制热能量大幅提升。

与此同时，三星侧出风变频多联机搭载效率出众的直流电机，不断优化的系统内部回路、精密控制的变频器等系列先进技术，使设备达到国家一级能效标准，省电又省心。

（二）自由管长，灵活应对

顺应项目建筑简洁大气的特点，三星侧出风变频多联机，实用性与舒适性并举，不仅实现了空间的有效利用，而且管长自由度超高，灵活摆放更加随心，最大单管长185m，最大室外机高低差50m，有效应对多样化户型，使户型设计便捷回归使用需求。与此同时，外机可自由选择4个不同方向接管，安装便利，维修阀隐藏于机身内侧，外观整洁美观。

（三）优化设计，释放空间

把空间留给生活，把舒适留给家人，宋都南京·柏悦府高品质住宅的空间设计，不仅需要考虑室内环境的舒适度，还要注重细节的实用性。三星侧出风变频多联机采用大容量侧出风紧凑设计，完美解决了室外机过多导致室外平台空间不够的窘境，尽可能减小室外机体积，充分释放更多空间。单风扇侧出风紧凑型设计，高度仅840mm，可轻松置于飘窗下，摆放灵活。

从前期规划到产品方案落地呈现，三星中央空调于每一个项目节点都反复揣摩、把控，三星侧出风变频多联机作为三星中央空调旗下优质的产品，兼具舒适度与实用性，充分满足了现代人居生活于健康舒适生活的要求。未来，三星中央空调将继续秉承“细致入微”的精神，将对客户的用心装入方寸之间，为住宅市场带来更多一份精致舒适的“山水家园”。



东元产品推荐



磁悬浮变频离心式冷水机组



风冷模块机组

PRODUCT RECOMMENDATIONS

主要特点:

- (1) 采用高速电机驱动双级叶轮结构，减少了压缩机的机械损失，提高了机组效率；
- (2) 采用磁悬浮轴承，减少摩擦，进一步降低机械损失；无油运行，有效避免了壳管式热交换器中油膜覆盖在换热管上导致换热效率下降的情况，延长了产品的使用寿命；
- (3) 磁悬浮压缩机声压级在1.5 m(5 ft)处仅70.0 dB(A)，比传统螺杆压缩机平均低了8 dB(A)，无需额外设施隔离噪声；
- (4) 采用高阶PLC微电脑控制器并扩充电晶体模组、温度模组及类比模组，来侦测运转时的水温、冷媒压力等数值，及时监测并控制机组的运行情况；
- (5) 具备多重防喘振保护机能，确保压缩机运行在安全操作区。若冷水机濒临喘振线，会主动退离预防线；若冷水机进入喘振区，会自动退出预防线，使机组可以安全适应各种环境状况；
- (6) 透过彩色人机介面，用户可以随时了解机组的运行状态，同时通过RS-485通讯接头，用户可以对机组进行远端集中监控与控制。

主要特点:

- (1) 采用模块化设计，各模块之间可零距离组合安装，能够满足不同安装空间需求；
- (2) 每个模块单元均有独立的制冷系统和控制保护系统，可根据负荷需求选择1~16个单元模块；
- (3) 机组可分级启动，以减少对电网的瞬间冲击；可根据压缩机运行时间的长短，优先启动运行时间较短的系统，大幅延长了机组的使用寿命。
- (4) 主机可和水泵联动控制，温度低于3℃时，能够开启自动保护功能，防止管路中水温过低，导致水管或壳管式换热器铜管冻裂；
- (5) 采用大屏幕液晶显示器，操作界面人性化，且具有故障自我诊断、自动开关机等功能；
- (6) 运行稳定，在-10℃~45℃环温下能够稳定制冷制热；
- (7) 热回收工况运行，制冷能效比可提升8%；废热变热能，最高可提供55℃生活热水，一机两用，省电又节能；
- (8) 具有远程监控功能，通过RS485通讯协议，实现楼宇控制。

用心传播客户价值

《中央空调市场》杂志 | V客暖通网 | 中央空调市场微信/微博 | 自媒体



广告传播

稿件撰写

会务策划

营销推广

定制报告

微信运维

视频拍摄

宣传手册



V客传媒 | 《中央空调市场》杂志社

地址：江苏省南京市浦口区星火路15号智芯科技楼415室

邮箱：mail@vkhvacr.com

网址：www.vkhvacr.com

电话：025-87771158

无畏，因科技有为

美的楼宇科技水机新品牌
“鯤禹”全新发布

