

2024 中国中央空调行业 发展报告

宏观环境及政策

微观运营分析

产品发展及趋势分析

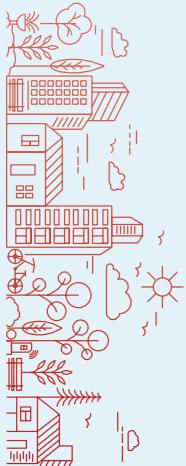
区域市场图解

暖通空调与热泵

暖通家



更多精彩内容敬请
关注暖通家公众号



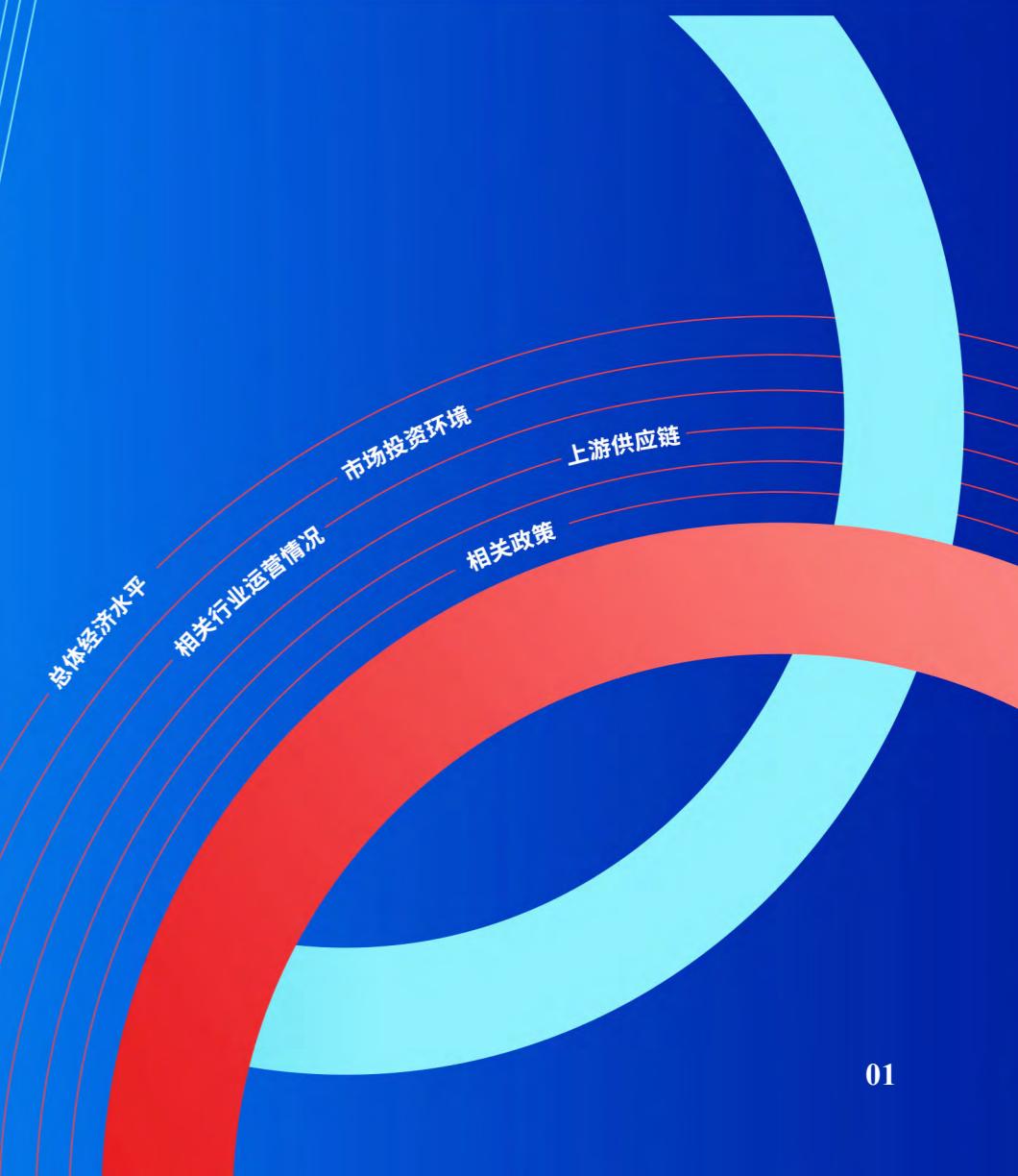
- ① 《2024年度中国中央空调行业发展报告》（以下简称报告）反映的是2024年1月1日到2024年12月31日，中国内地中央空调行业的发展情况。值得注意的是，本报告所有的数据均来自于i传媒/《暖通空调与热泵》、暖通家编辑团队对全国各区域市场自下而上的调研。
- ② 本报告对品牌销量的定义是，该品牌2024年1-12月份完成的设备销售的回款金额（含税），其中也包括了部分品牌的进口产品产生的销售金额。需要特别说明的是，本报告的数据反映的仅仅是主机（末端）制造企业的收入（含渠道收入和直销收入，电商平台的数据暂未纳入统计），这也意味着渠道库存也包含在本报告数据中，因此，本报告部分数据并不能直接反映终端市场情况。
- ③ 本报告主要涵盖的产品有：离心机组（含磁悬浮和气悬浮等无油机组）、螺杆机组（含风冷螺杆机组与水冷螺杆机组）、溴化锂机组、多联机组（含变频与数码）、模块机组、单元机、末端（风机盘管、组合式空调箱等）、热泵两联供机组（含户式水机、天氟地水、天氟地氟），以及直膨机等。上述产品以外的其他产品类型，比如机房空调、特种空调，以及户式煤改电（招投标）等设备均未纳入统计，但有部分品牌的销售收入中包含了这部分产品。值得一提的是，水/地源热泵的数据已经分解到了各个主机产品，本报告将不再单独分析；同时，部分专业热泵制造企业用于北方采暖市场的单热型模块机组不在本报告的统计范围内。
- ④ 本报告中《热泵两联供机组市场报告》中，对于“热泵两联供机组”的名称是基于行业市场热点中的有关产品的市场性描述，并非基于专业技术角度的产品定义。文中提到的“热泵两联供机组”包括传统户式空气源热泵冷热水机组以及衍生出来的空调地暖二合一机组；同时也包括了多联机产品衍生出来的户式空调地暖二合一机组等。需要说明的是，本报告中的“热泵两联供机组”仅为户式民用机组，不含集中式供冷（热）系统中的两联供设备（工程项目）；同时，北方农村零售市场的单热型采暖机也不在本报告统计范围内。
- ⑤ 由于部分制造企业对产品的业务划分规则不同，也造成了报告中统计的一些数据存有标准不统一的情况。比如：在天花机等产品的划分上，由于一些企业有不同的标准，其单元机产品仅含风管机；还比如部分制造企业把小冷量的单元机划到了家电业务，所以其单元机也仅含大冷量机组。但大部分企业的单元机涵盖了风管机、天花机，以及5HP及以上柜机等产品。
- ⑥ 本报告中区域的定义为，华东包含江苏、浙江、上海、安徽；华南包含广东、广西、福建、海南；华北包含北京、天津、河北、山东、山西、内蒙古；华中包含河南、湖北、湖南、江西；西南包含四川、重庆、云南、贵州、西藏；西北包含陕西、甘肃、宁夏、青海、新疆；东北包含黑龙江、吉林、辽宁。
- ⑦ 本报告中部分数据仍旧有可能存在明显的微量误差，这主要是因为在统计、整理时对数据进行了四舍五入的处理。此外，由于上述的类似原因引起的报告整体的系统误差上将会达到10%左右。
- ⑧ 2024年的报告在制作过程中可能会根据实际情况对2023年同期部分数据进行修正，对此给读者带来的不便还请见谅。
- ⑨ 本报告中的内容仅为体现2024年中国中央空调行业发展的轨迹及趋势，若需更加详细的数据，可以直接向i传媒/《暖通空调与热泵》、暖通家编辑部咨询。
- ⑩ 本报告在数据收集、整理、撰写的过程未收取任何企业、个人，任何形式的费用。任何企业或个人不能将该报告用于商业用途。同时，也欢迎所有人就本报告中的所有内容进行沟通与交流。
- ⑪ 除特别说明的图表外，本报告中涉及的图表均为i传媒/《暖通空调与热泵》、暖通家编辑部独立制作。
- ⑫ 报告中难免有因为疏漏、失误等原因造成的错误，欢迎业内人士批评指正。



2024

Part 1

宏观环境及政策



《2024年度中国中央空调行业发展报告》宏观环境及政策部分，主要围绕2024年的国内经济环境和相关政策等内容进行编辑整理。其中宏观经济环境部分细分为总体经济水平、市场投资环境、相关行业运营情况以及上游供应链四个板块，以供业内人士参考。

1 总体经济水平

2024年，面对外部压力加大、内部困难增多的复杂严峻形势，我国国民经济运行总体平稳、稳中有进，高质量发展取得新进展，特别是及时部署出台一揽子增量政策，推动社会信心有效提振、经济明显回升，经济社会发展主要目标任务顺利完成。

据国家统计局初步核算，2024全年国内生产总值1349084亿元，按不变价格计算，比上年增长5.0%。分产业看，第一产业增加值91414亿元，比上年增长3.5%；第二产业增加值492087亿元，增长5.3%；第三产业增加值765583亿元，增长5.0%。分季度看，一季度国内生产总值同比增长5.3%，二季度增长4.7%，三季度增长4.6%，四季度增长5.4%。从环比看，四季度国内生产总值增长1.6%。

工业生产增势较好，装备制造业和高技术制造业增长较快。2024全年全国规模以上工业增加值比上年增长5.8%。分三大门类看，采矿业增加值增长3.1%，制造业增长6.1%，电力、热力、燃气及水生产和供应业增长5.3%。装备制造业增加值增长7.7%，高技术制造业增加值增长8.9%，增速分别快于规模以上工业1.9、3.1个百分点。分经济类型看，国有控股企业增加值增长4.2%；股份制企业增长6.1%，外商及港澳台投资企业增长4.0%；私营企业增长5.3%。分产品看，新能源汽车、集成电路、工业机器人产品产量分别增长38.7%、22.2%、14.2%。

固定资产投资（不含农户）同比增速 单位：%



总的来说，2024年国民经济运行总体平稳、稳中有进，高质量发展扎实推进，中国式现代化迈出新的坚实步伐。但也要看到，当前外部环境变化带来不利影响加深，国内需求不足，部分企业生产经营困难，经济运行仍面临不少困难和挑战。

2 市场投资环境

2024年，全国固定资产投资（不含农户）514374亿元，比上年增长3.2%；扣除房地产开发投资，全国固定资产投资增长7.2%。分领域看，基础设施投资增长4.4%，制造业投资增长9.2%，房地产开发投资下降10.6%。全国新建商品房销售面积97385万平方米，下降12.9%；新建商品房销售额96750亿元，下降17.1%。

分地区看，东部地区投资比上年增长1.3%，中部地区投资增长5.0%，西部地区投资增长2.4%，东北地区投资增长4.2%。分产业看，第一产业投资增长2.6%，第二产业投资增长12.0%，第三产业投资下降1.1%。民间投资下降0.1%；扣除房地产开发投资，民间投资增长6.0%。高技术产业投资增长8.0%，其中高技术制造业、高技术服务业投资分别增长7.0%、10.2%。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投资分别增长39.5%、7.1%；高技术服务业中，专业技术服务业、科技成果转化服务业投资分别增长30.3%、11.4%。

第二产业中，工业投资比上年增长12.1%。其中，采矿业投资增长10.5%，制造业投资增长9.2%，电力、热力、燃气及水生产和供应业投资增长23.9%。第

三产业中，基础设施投资（不含电力、热力、燃气及水生产和供应业）比上年增长4.4%。其中，水利管理业投资增长41.7%，航空运输业投资增长20.7%，铁路运输业投资增长13.5%。

房地产市场

1、房地产开发投资完成情况

2024年，全国房地产开发投资100280亿元，比上年下降10.6%；其中，住宅投资76040亿元，下降10.5%。2024年，房地产开发企业房屋施工面积733247万平方米，比上年下降12.7%。其中，住宅施工面积513330万平方米，下降13.1%。房屋新开工面积73893万平方米，下降23.0%。其中，住宅新开工面积53660万平方米，下降23.0%。房屋竣工面积73743万平方米，下降27.7%。其中，住宅竣工面积53741万平方米，下降27.4%。

2、新建商品房销售和待售情况

2024年，新建商品房销售面积97385万平方米，比上年下降12.9%，其中住宅销售面积下降14.1%。新建商品房销售额96750亿元，下降17.1%，其中住宅销售额下降17.6%。2024年末，商品房待售面积75327万平方米，比上年末增长10.6%。其中，住宅待售面积增长16.2%。

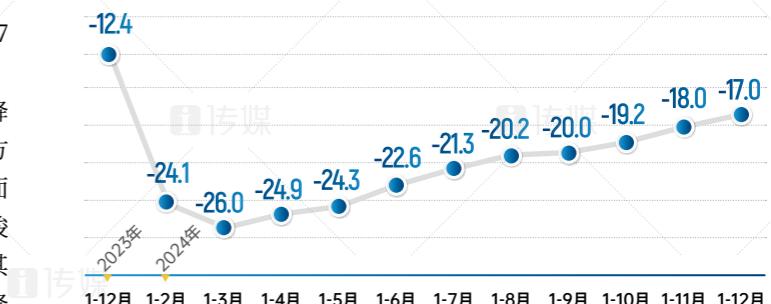
3、房地产开发企业到位资金情况

2024年，房地产开发企业到位资金107661亿元，比上年下降17.0%。其中，国内贷款15217亿元，下降6.1%；利用外资32亿元，下降26.7%；自筹资金37746亿元，下降11.6%；定金及预收款33571亿元，下降23.0%；个人按揭贷款15661亿元，下降27.9%。

全国房地产开发投资增速 单位：%



全国房地产开发企业本年到位资金增速 单位：%



4、房地产精装修市场情况

根据奥维云网（AVC）监测数据显示，2024年1-10月份，全国精装修新开盘项目数量为913个，同比下降22.5%，新开盘套数51万套，同比下降29.8%。渗透率方面，以项目个数计算，2024年1-10月精装项目渗透率为33.4%，较2023年全年下降3.7个百分点。以精装套数计算，2024年1-10月精装套数渗透率为27.0%，较2023年全年下降3.4个百分点。目前开盘市场规模虽有所下滑，但精装修市场正逐步筑底，且呈现出华东领跑、华南逆势、项目聚焦高能级城市的特征。同时，精装修住宅市场格局也在市场下行中悄然重塑。

3 相关行业运行情况

建材行业运行情况

2024年，国内经济下行压力加大，全国房地产市场整体承压，使得建材家居市场有效需求相对缺少，加之外部环境复杂

及其不确定性，市场体感犹如进入“寒冰之境”，但行业发展仍然展现出强大的韧性和适应能力。从BHI全年走势来看，与房地产市场相呼应的是，2024年BHI全年走势整体也相对呈现“前低后高”态势。2月为春节所在月份，卖场营业天数较少，BHI为全年最低点，3月家装消费旺季来临，BHI走高，5月为上半年高点，6月高温多雨季节BHI出现回落；下半年受“以旧换新”政策效应拉动及“517政策”发布后房地产市场逐步止跌回稳因素影响，BHI略高位运行于上半年，9月成为全年最高点，直至12月BHI走跌收官。

机械行业运行情况

据中国机械工业联合会数据显示，2024年机械工业运行稳中有进：一季度机械工业实现良好开局，二季度稳定向好的态势进一步稳固，但三季度主要指标增速有所放缓、下行压力加大，四季度以来随着各项政策特别是增量政策落地见效，机械工业主要指标呈现回稳向好态势。

碳交易市场运行情况

2024年1月1日至12月31日，全国碳排放权交易市场共运行242个交易日，碳排放配额成交量1.89亿吨，成交额181.14亿元，每日综合价格收盘价在69-106元/吨之间。其中，挂牌协议交易成交量3702.74万吨，大宗协议交易成交量1.52亿吨。成交金额方

面，2024年全国碳排放权交易市场碳排放配额年度成交额为181.14亿元。其中，挂牌协议交易成交额36.31亿元，大宗协议交易成交额144.82亿元。截至2024年12月31日，全国碳排放权交易市场碳排放配额累计成交量6.30亿吨，累计成交额430.33亿元。

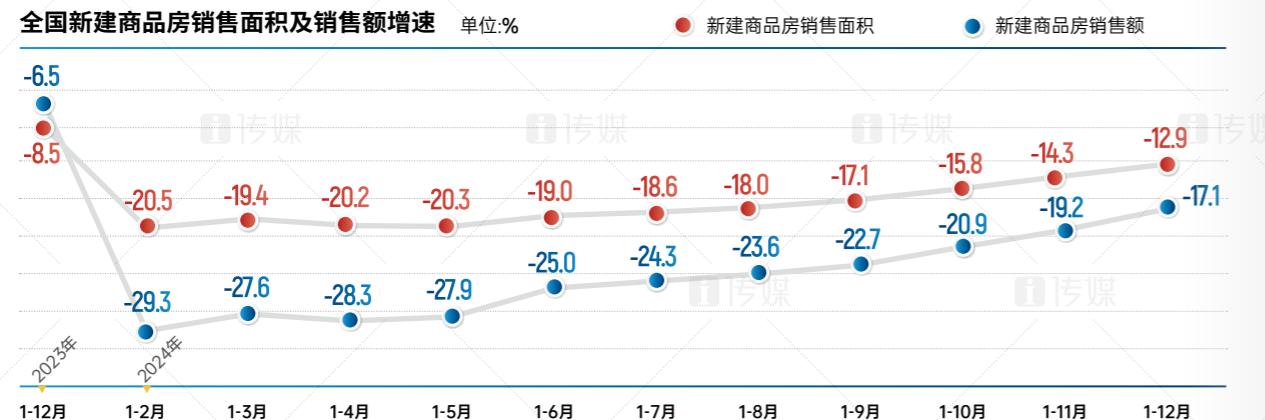
2024年9月，生态环境部发布《全国碳排放权交易市场覆盖水泥、钢铁、电解铝行业工作方案（征求意见稿）》，明确了新纳入行业温室气体管控范围，水泥、钢铁行业管控温室气体种类为二氧化碳，电解铝行业管控温室气体种类为二氧化碳、四氟化碳（CF4）和六氟化二碳（C2F6）。三个行业新增重点排放单位约1500家，覆盖排放量新增加约30亿吨（占2024年度电力行业覆盖排放量的57.69%）。

预计2025年全国碳市场将进一步提升交易活跃度，并推动企业加快绿色低碳转型步伐。2025年将是全国碳市场发展的关键一年。2024年全国碳市场成交额的新高和2025年全国碳市场的扩容预示着中国应对气候变化的决心和行动。随着法律法规体系的完善和国际合作的加深，全国碳市场将在推动全球气候治理和绿色发展中发挥更加重要的作用。

4 上游供应链

制冷剂

2024年1月27日，生态环境部发布《2024年度氢



国房景气指数



氟碳化物生产、进口配额核发》，各企业配额量、占比正式明牌，集中度超预期使行业信心极大增强，制冷剂行情整体持续向上贯穿全年。

2024年我国进入HFCs制冷剂配额期首年，纵观全年，行情呈现从“Q1各品种整体普涨修复→Q2、Q3结构性分化→Q4整体普涨上行”、从“Q1-Q3内贸市场领先于外贸→Q4内外贸共振上涨”的特征。虽然内贸R32年内表现持续超预期，但2024年内贸R32配额仅占制冷剂主要品种（R32、R125、R134a、R22）配额总量的18%（未计Q4临时下发的R32配额），其他占比超80%的主要品种在Q1-Q3的行情乏善可陈。但Q4市场出现明显转折，制冷剂主要品种内外贸价格齐头并进，市场呈从突出单一品种向全品种共振上涨切换，制冷剂行业利润释放或将不断向好。

行业库存持续去化，年底低库存运行，为后市行情奠定基础。2024年虽然正式进入配额执行期，制冷剂各品种产量上限被限制，但在政策预期明确的情况下，2024年之前行业积累了较高的库存，所以2024年制冷剂行业的实际供给为“配额+较高库存”。

铜

2024年铜价中枢抬升，整体呈现“M”型表现。2024年初至5月，铜价持续攀升，LME铜价创下了11104.5美元/吨的历史新高，沪铜价格也达到了

88940元/吨的峰值。这一时期的上涨主要得益于全球经济回暖、中美制造业阶段性复苏以及宏观资金配置的增强。然而，随着市场逐渐转向供过于求，铜价在二季度后开始回落。特别是在11月，国内现货铜价呈现高位下跌趋势，长江现货铜月均价报75273.33元/吨，日均下跌121.43元/吨，环比跌幅达2.37%。到了12月，铜价波动依然频繁，12月18日，长江现货市场的铜价格较前一日下跌430元/吨，显示出市场供需关系的微妙变化。

整体回顾来看，一季度，国内超预期降准刺激与春节淡季下，铜价在8100-9100美元区间窄幅震荡整理。二季度，随着中国制造业PMI的改善、以旧换新政策的出台、美国通胀预期的升温、LME制裁俄铜贸易等层层利多加码下，5月20日COMEX铜逼空最终将铜价拉涨至11104美元的历史高位。6月，多头加快获利了结，铜价逐步回落。三季度，7月铜价继续下跌，8月5日铜价于8714美元处见底并迅速技术性反弹。9月，在“金九”旺季加持下全球铜库存迎来去库拐点，同时美联储开启降息周期，中国刺激政策紧随其后，铜价积极反弹，于9月30日摸高10158美元后。四季度，“银十”预期落空，10月铜价高位回落，并在11月加速下跌。特朗普胜选，市场对其关税等负面政策担忧加剧，美指强势反弹至108高位施压铜价。11月中旬，铜价跌势暂缓，直至年末，铜价维持在9000美元附近区间震荡。

2024年 相关政策盘点

● 制冷空调领域7项行业标准正式批准发布

工业和信息化部发布2023年第38号公告，批准发布了1276项行业标准。由全国冷冻空调设备标准化技术委员会归口的JB/T 14568-2023《绿色设计产品评价技术规范 空气源热泵冷热水机组》等7项行业标准正式发布，并于2024年7月1日起实施。

● 2024年度HFCs生产、进口配额核发

根据《中华人民共和国大气污染防治法》《消耗臭氧层物质管理条例》《2024年度氢氟碳化物配额总量设定与分配方案》等有关规定，生态环境部受理了53家企业提交的2024年度消耗臭氧层物质生产、使用配额申请，受理了70家企业提交的2024年度氢氟碳化物生产、进口配额申请。

● 六部门发布新版重点用能产品设备能效标准

为提升产品设备节能标准，支撑重点领域节能改造，助力大规模设备更新和消费品以旧换新，国家发展改革委、住房城乡建设部等六部门联合发布《重点用能产品设备能效先进水平、节能水平和准入水平（2024年版）》。通知指出，扩大重点用能产品设备覆盖范围，加快提升产品设备节能标准，统筹推进更新改造和回收利用，大力倡导绿色低碳消费，加大应用实施和监督检查力度，强化综合性政策支持。上述规定自2024年4月1日起执行。

● 新版《公共场所集中空调通风系统卫生规范》实施

国家疾控局发布了《公共场所集中空调通风系统卫生规范》（WS 10013-2023）强制性疾病预防控制行业标准，代替WS 394-2012，并于2024年5月1日正式实施。本标准规定了公共场所集中空调通风系统的设计、质量、管理和检测等卫生要求。适用于公共场所集中空调通风系统，其他场所集中空调通风系统参照执行。

● 五部门支持建设

高效低碳、集约循环的绿色数据中心

国家发展和改革委等部门印发《关于深入实施“东数西算”工程加快构建全国一体化算力网的实施意见》。《意见》要求，充分发挥风光水电资源丰沛地区的优势，强化绿色低碳技术推广应用，提升数据中心绿电使用比例，增强绿色算力供给水平，进一步强化算力基础设施自主防护水平，确保算力基础设施安全可靠；支持采用合同能源管理等方式对高耗低效数据中心整合改造，强化废旧服务器及电子设备的无害化处理，提升算力废弃物绿色回收与循环再利用水平；推进数据中心用能设备节能降碳改造，推广液冷等先进散热技术；推动数据中心备用电源绿色化。

● GB 19577-2024

《热泵和冷水机组能效限定值及能效等级》发布

4月29日，由国家标准化管理委员会归口，委托全国能源基础与管理标准化技术委员会执行的国家标准《热泵和冷水机组能效限定值及能效等级》（标准号 GB 19577-2024）正式发布。该标准规定了热泵和冷水机组的能效限定值及能效等级的技术要求，描述了相应的试验方法，明确了标准的实施要求。标准自2025年2月1日起实施。

● 国务院印发《节能降碳行动方案》， 力推热泵设备更新

5月29日，国务院印发《2024-2025年节能降碳行动方案》，方案指出，在推进存量建筑改造过程中，推进热泵机组、散热器、冷水机组、外窗（幕墙）、外墙（屋顶）保温、照明设备、电梯、老旧供热管网等更新升级，加快建筑节能改造。到2025年底，完成既有建筑节能改造面积较2023年增长2亿平方米以上，城市供热管网热损失较2020年降低2个百分点左右，改造后的居住建筑、公共建筑节能率分别提高30%、20%。

● 工信部印发

《工业领域碳达峰碳中和标准体系建设指南》

工业和信息化部办公厅印发《工业领域碳达峰碳中和标准体系建设指南》，提出工业领域碳达峰碳中和标准体系框架，规划了重点标准的研制方向。明确到2025年，初步建立工业领域碳达峰碳中和标准体系，制定200项以上碳达峰急需标准，重点制定基础通用、温室气体核算、低碳技术与装备等领域标准。到2030年，形成较为完善的工业领域碳达峰碳中和标准体系，加快制定协同降碳、碳排放管理、低碳评价类标准。

● 国务院办公厅：

到2025年城镇新建建筑全面执行绿色建筑标准

国家发展改革委印发《城乡冷链物流和国家物流枢纽建设中央预算内投资专项管理办法》。《管理办法》明确，要以投资补助方式重点支持已纳入年度建设名单的国家物流枢纽、国家骨干冷链物流基地和国家级示范物流园区范围内的基础性、公共性、公益性设施补短板项目，重点支持冷链集配中心项目，公共冷库新建、改扩建、智能化改造及相关配套设施项目。

● 国务院：加强碳排放双控基础能力和制度建设

1月11日，国务院发布关于全面推进美丽中国建设的意见。文件提出，积极稳妥推进碳达峰碳中和。有计划分步骤实施碳达峰行动，力争2030年前实现碳达峰，为努力争取2060年前实现碳中和奠定基础。加快规划建设新型能源体系，确保能源安全。开展多领域多层次减污降碳协同创新试点。推动能耗双控逐步转向碳排放总量和强度双控，加强碳排放双控基础能力和制度建设。逐年编制国家温室气体清单。进一步发展全国碳市场，稳步扩大行业覆盖范围，丰富交易品种和方式，建设完善全国温室气体自愿减排交易市场。

● 国务院：大力扶持节能降碳项目

国家发展改革委印发《节能降碳中央预算内投资专项管理办法》的通知，对节能降碳项目进行补贴，支持资金最高不超过项目总投资的30%，单个项目支持资金原则上不超过1亿元。支持电力、钢铁、有色、建材、石化、化工、焦化、纺织、造纸、印染、机械、数据中心等重点行业重点领域节能降碳改造，重点用能单位和园区能源梯级利用、能量系统优化等综合能效提升，供热基础设施节能升级改造与综合能效提升，中央和国家机关节能改造等。

● 四部门：

到2025年新增热泵供热（制冷）面积1000万平方米

国家机关事务管理局、国家发展和改革委员会、财政部、生态环境部联合印发《深入开展公共机构绿色低碳引领行动促进碳达峰实施方案》。方案指出，实施供暖系统电气化改造，鼓励因地制宜采用空气源、水源、地源热泵及电锅炉等清洁用能设备；推进制冷系统逐步以电力空调机组替代溴化锂直燃机空调机组；因地制宜推广利用太阳能、地热能等能源和热泵技术，到2025年实现新增热泵供热（制冷）面积达1000万平方米；推进绿色高效制冷行动，重点推进空调系统节能改造；通过运用物联网、互联网技术，优化空调、电梯、照明等用能设备控制策略，实现智

慧监控和能耗预警，提高能源使用效率；推进公共机构数据中心集约化、高密化，鼓励应用高密度集成等高效IT设备、液冷等高效制冷系统。

● 国务院办公厅：

到2025年城镇新建建筑全面执行绿色建筑标准

国务院办公厅发布关于转发国家发展改革委、住房城乡建设部《加快推动建筑领域节能降碳工作方案》的通知。

通知提到，到2025年，建筑领域节能降碳制度体系更加健全，城镇新建建筑全面执行绿色建筑标准，新建超低能耗、近零能耗建筑面积比2023年增长0.2亿平方米以上，完成既有建筑节能改造面积比2023年增长2亿平方米以上，建筑用能中电力消费占比超过55%，城镇建筑可再生能源替代率达到8%，建筑领域节能降碳取得积极进展。

● 财政部、商务部：建设改造区域冷链物流基地， 增强冷藏、加工、配送等综合能力

财政部办公厅、商务部办公厅发布关于支持建设现代商贸流通体系试点城市的通知。通知提到，推动城乡商贸流通融合发展。支持骨干市场设施升级、信息化改造等，提升集散、跨区域调运和宏观调控水平，加强标准化菜市场改造。支持建设改造区域冷链物流基地，增强冷藏、加工、配送等综合能力，连接产地、销地和集散地，与国家骨干冷链物流基地、产地冷链保鲜设施等错位衔接，畅通工业品下乡和农产品进城。

● 住建部：推进建筑和市政基础设施设备更新工作

5月23日，住房城乡建设部印发《推进建筑和市政基础设施设备更新工作实施方案》。方案明确推进热泵机组、散热器、冷水机组等更新升级，加快建筑节能改造，到2025年底，完成既有建筑节能改造面积较2023年增长2亿平方米以上，改造后的居住建筑、公共建筑节能率分别提高30%、20%。在运工商业制冷设备、家用制冷设备、通用照明设备中的高效节能产品占比分别达到40%、60%、50%。

● 发改委：

加快推进修订《招标投标法》及其实施条例

国家发展改革委法规司组织召开全国公共资源交易平台整合共享暨招标投标专项治理现场会，强调加快推进修订《招标投标法》及其实施条例。一是进一步完善制度体系，加快推进修订《招标投标法》及其实施条例，制定修订相关配套规章；二是进一步强化信息资源互联共享，提升公共资源交易数据质量，推进专家资源整合共享；三是

进一步优化公共服务，完善公共服务标准体系，推广远程异地评标；四是进一步强化监管创新，加强评标专家管理，完善全周期全链条监管机制；五是进一步加强上下协同，完善督促落实工作机制，凝聚系统合力。

● **发改委、财政部：**

支持大规模设备更新和消费品以旧换新

7月24日，国家发改委、财政部联合印发《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》的通知。通知表示，支持家电产品以旧换新，对个人消费者购买2级及以上能效或水效标准的冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器、家用灶具、吸油烟机等8类家电产品给予以旧换新补贴。补贴标准为产品销售价格的15%，对购买1级及以上能效或水效标准的产品，额外再给予产品销售价格5%的补贴。每位消费者每类产品可补贴1件，每件补贴不超过2000元。

● **国务院：优化政采政策，拓展绿色产品采购范围和规模**

国务院发布《中共中央 国务院关于加快经济社会发展全面绿色转型的意见》，明确33条意见。其中包括优化政府绿色采购政策，拓展绿色产品采购范围和规模，适时将碳足迹要求纳入政府采购。引导企业执行绿色采购指南，鼓励有条件的企业建立绿色供应链，带动上下游企业协同转型。《意见》明确，支持有条件的地区通过发放消费券、绿色积分等途径，鼓励企业采取“以旧换新”等方式，引导消费者购买绿色产品。开展新能源汽车和绿色智能家电、节水器具、节能灶具、绿色建材下乡活动，加强配套设施建设和售后服务保障。鼓励用户扩大绿色能源消费。

● **发改委、国家能源局：推进清洁取暖设备更新改造**

8月21日，国家发展改革委办公厅、国家能源局综合司印发《能源重点领域大规模设备更新实施方案》，其中提出，鼓励北方地区各省份结合清洁取暖设备运行情况，将清洁取暖设备纳入大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案，加大地方财政、金融等政策支持力度。对质保到期的清洁取暖设备开展更新改造，支持安全高效、先进可靠的清洁取暖技术发展，因地制宜对清洁取暖技术路线进行优化升级，保障设备更新后长期可持续运转，确保群众“用得起、用得好”。

● **工信部：推动冷却塔整体装置改造**

9月20日，工信部印发工业重点行业领域设备更新和技术改造指南的通知。通知提到，推广冷凝式燃气锅炉、高效环保生物质锅炉、电加热锅炉、工业电热储能锅炉、蓄热式电加热锅炉、余热锅炉等，推广锅炉耦合太阳能、余热、电能等多

能互补技术。加强锅炉和热泵产品的耦合利用，推广应用高效热泵产品回收工业余热，实现能源品种多元化、燃煤锅炉大型化、燃气锅炉冷凝化、工业锅炉电气化的转型升级。

● **发改委：鼓励采用清洁能源替代散煤使用**

9月29日，国家发展改革委等部门印发《关于加强煤炭清洁高效利用的意见》。《意见》提到，在保障能源安全稳定供应基础上，有序开展散煤替代。因地制宜推进“煤改气”“煤改电”，鼓励采用工业余热、热电联产等方式及地热、光热等清洁能源替代散煤使用。稳妥推进农村清洁取暖，逐步减少农业生产用煤。到2025年底，大气污染防治重点区域平原地区散煤基本清零。

● **中共中央、国务院印发**

《关于解决拖欠企业账款问题的意见》

10月18日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于解决拖欠企业账款问题的意见》，对推进解决拖欠企业账款问题作出系统部署。12月11日召开的中央经济工作会议中，针对这一问题，中央再次表态：2025年地方政府要尽最大能力加快偿还拖欠企业账款！

● **发改委：热泵拟入选《鼓励外商投资产业目录》**

国家发展和改革委员会发布关于征求对《鼓励外商投资产业目录》（公开征求意见稿）意见的公告，发布《目录》为落实外商投资法及其实施条例，根据国民经济和社会发展需要，鼓励和引导外国投资者在特定行业、领域、地区投资。《目录》共包含农、林、牧、渔业、采矿业、制造业等多个行业，其中，热泵技术及产品入选电力、热力、燃气及水生产和供应业、制造业部分。

● **国务院：**

未来五年推广清洁取暖、绿色建材、分布式光伏应用

国务院印发《深入实施以人为本的新型城镇化战略五年行动计划》，其中提到，推进绿色智慧城市建设。加快建立地级及以上城市生活垃圾分类处理系统，推广绿色建材、清洁取暖和分布式光伏应用。同时加快推进城镇老旧小区改造，因地制宜实施小区环境及配套设施改造建设、建筑节能改造等。

● **工信部：建设一批零碳工厂、零碳工业园区**

12月13日，工业和信息化部召开党组扩大会议。会议要求，要深入推动工业绿色低碳发展，实施工业节能降碳行动，建设一批零碳工厂、零碳工业园区，促进工业资源规模化、高值化利用。

Part 2

微观运营分析

工程项目市场分析
家装零售市场分析
品牌格局分析

精装配套市场分析
渠道格局分析

对于中国中央空调行业来说，2024年可以说是“风雨飘摇”的一年。-19.1%，也是中国中央空调行业近20年跌幅最大的一年。据i传媒发布的历年《中国中央空调行业发展报告》显示，从2005年到2024年，20年间中国中央空调行业仅有6个年份出现了下滑，而2024年的下滑幅度是历年之最，即使三年疫情期间也远未到达这样的幅度。值得注意的是，-19.1%的下滑还是建立在庞大的渠道库存基础之上，终端市场的跌幅远比这一数据更糟。

聚焦于中国中央空调行业的2024年，身处其中的每一个人最大的感受就是“不容易”，“焦虑”“悲观”等情绪蔓延，不确定性的增多是所有制造企业和渠道企业必须要应对的问题。此外，尽管有着《推动大规模设备更新与消费品以旧换新行动方案》、更加积极的财政政策和适度宽松的货币政策等一揽子宏观调控的加码，一定程度上刺激了中央空调行业，但也只是一定程度止住了行业大幅下滑的势头。

我们必须正视的是，当前中国中央空调行业一方面已经明确步入下行周期，另一方面也进入了深水区和攻坚期。当行业进入深度整合期，这意味着并购和淘汰将成为常态；与此同时，当前整个行业正在加速向纵深发展，企业之间的产品比拼、技术比拼、渠道比拼以及细分市场的比拼，都进入了深水区。在竞争更加激烈和蛋糕更加有限的下行周期中，更考验企业的“抢食能力”。此时，构建一条属于自己的难以逾越的“护城河”，就显得尤为重要。

尽管2024年中国中央空调行业-19.1%的下滑有些猝不及防，但是聚焦于未来，在中央经济工作会议

提出2025年将实施更加积极有为的宏观政策，推动中国经济持续回升向好，以及政策“组合拳”持续发力的支撑下，中国中央空调行业依然有新的机会。中国经济和宏观政策对中央空调行业的支撑和托举作用，仍然值得期待。

1 工程项目市场分析

在整体进入“增速换挡”期的中国中央空调行业，占据着三分之二份额的工程项目市场自然是首当其冲。传统项目增长乏力，新能源项目后劲不足，以医疗、轨道交通等为代表的热门应用场景竞争态势更加激烈，商业项目依旧不温不火等等，随着细分应用的分化加剧，工程项目市场新的发展特点和变化导向正在加速形成。

工农应用有喜有忧，商业文旅亮点不断

2024年，工程项目市场的结构性调整进一步加剧，从三大应用场景的竞争格局来看，工业项目、商业项目和农副项目呈现了不同的发展特征。

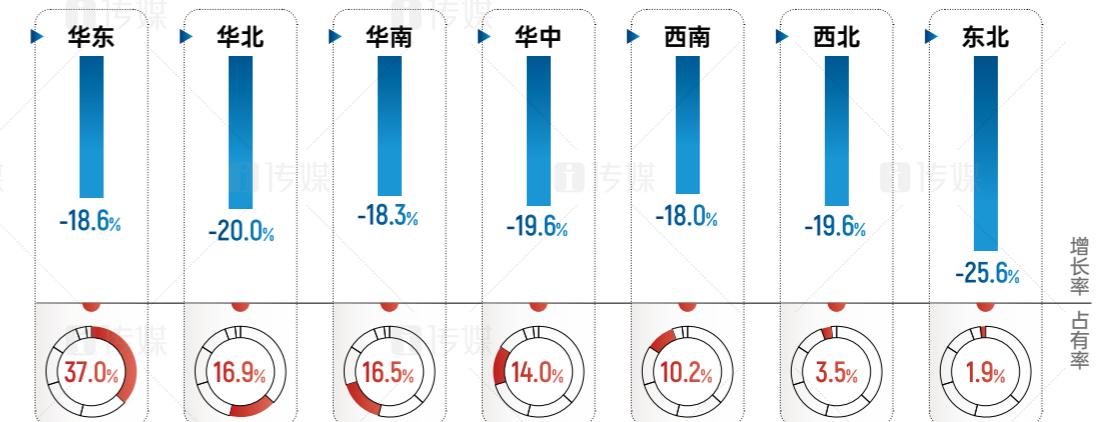
就工业项目而言，以电子厂房为代表的中小型工业项目利好逐渐释放完毕，项目数量明显减少；大型工业项目投资则向海外扩展，国内投资明显减少；工业项目由政府出资或参资明显，进展较慢；除了部分医院、学校等民生项目外，由于资金问题的影响，其他类型公建项目明显减少。但是从中长期来看，中国正处于由工业大国转变为工业强国的特殊时期，高技术产业和先进制造业投资增长较快，以高新技术为代表的制造业向好态势将依旧延续；2024年年末至2025年年初，重点制造领域节能降碳改造如火如荼开展，从投资数据和各项政策释放的信号来看，未来工业项目依然将是中国中央空调行业重要的支撑点。

聚焦于商业项目，“乏善可陈”一直是近几年这一市场最为明显的特征。尽管特色文旅为商业项目注入了短暂的活力，但是由于这类项目占比不大且不具备可持续性，所以并不能支撑起整个商业项目市场，也无法挽救商业项目整体持续下坡的趋势。不过，

2022-2024年度 中国中央空调行业 增长率



2024年度 中国中央空调行业 各区域增长率和占有率



2024年年底，很多地方政府步调一致——要把文化旅游业培育成支柱产业。同时，在2024年，在18个省份和文旅相关的重大项目投资中，有512个重大项目投资超过100亿，投资数量和质量明显上升。在任何一个市场中，政策对经济的托举作用都尤为重要。由此可见，在文旅产业的带动下，2025年度中央空调商业项目或将迎来一波不小的机遇。

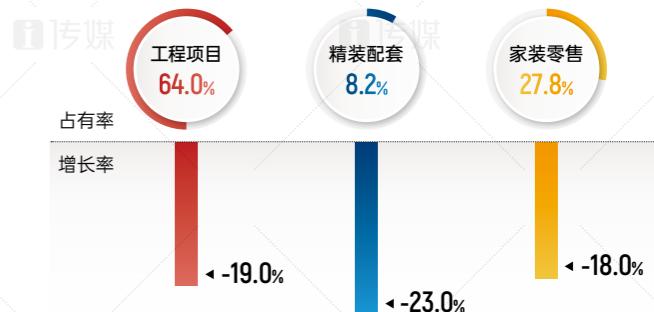
不同于工业项目和商业项目，在2024年，农副项目对工程项目市场的反哺作用更加明显。首先，政策支持和需求上升是推动中央空调在农副项目领域快速发展的重要因素。2024年，农业农村部印发《农业农村部关于大力发展智慧农业的指导意见》《全国智慧农业行动计划(2024-2028年)》两大重磅文件，旨在加快智慧农业技术装备推广应用，在“精准农业”“智慧农业”等关键词的引领下，暖通空调制造企业也积极赋能农业现代化建设，以科技推动智慧农业发展，中央空调设备对于农林牧渔细分领域的作用也在不断增强。其次，在2024年，诸多主流品牌均相继推出了各自针对农副项目的差异化产品和专业解决方案，实现了从单一产品到解决方案的全方位布局，为农副项目插上了快速发展的翅膀。在这些因素的叠加之下，农副项目对中国中央空调行业和企业的积极意义毋庸置疑，其成长空间值得期待。

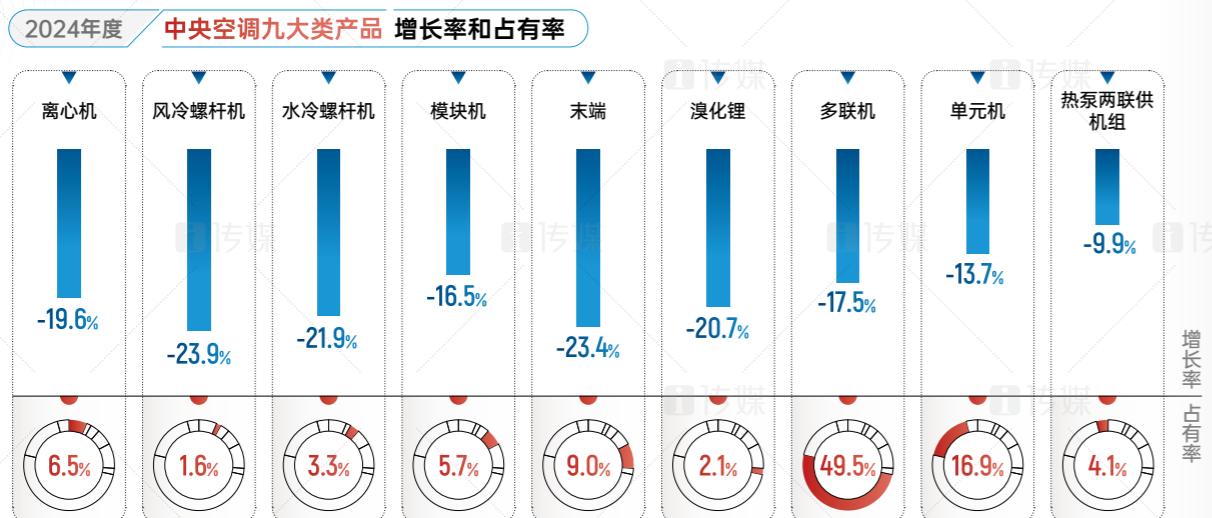
节能改造大势所趋，节能应用趋向细化

如果要评选中国中央空调行业2024年度最热的词，“节能改造”一定榜上有名。而在工程项目市场中，节能的作用更加突出，俨然已经成为当下工程项目为数不多的亮点。

中央空调作为能耗大户，在工程项目总能耗中占据较大比重，因此，绿色高效的中央空调系统配置方案已经成为各大企业在工程项目应用市场赢得战略高地的重要砝码。面对新质生产力以及我国绿色高质量

2024年度 中国中央空调行业 市场结构分析





发展的整体政策引导,中央空调行业也不断谋求在产品升级和场景契合应用上的突破,不少制造企业已能够开发出更具专业性和高效性的产品,以满足工程项目对于空气品质、能耗控制、环保规范等方面的需求。同时,部分制造厂家推出了更加智能化的运维系统,可以实现智能化的温度控制和能源管理,不仅可以有效提高能源利用效率,还可以降低运行成本和维护费用,更加适用于工程项目的需求。

2 家装零售及精装配市场分析

与此同时,国家也在积极出台相关产业政策,有效促进中央空调行业朝着更加节能高效、更加低碳绿色的方向发展。例如,工业和信息化部、国家发展改革委、财政部等七部门就联合印发了《推动工业领域设备更新实施方案》,推动重点用能设备能效升级。政策的支持也为中央空调行业向更高效、更绿色的方向发展提供了有效的助力。

事实上,不管是工业节能改造,还是智慧运维系统的不断升级,乃至工业热泵、高温热泵、水地源热泵等产品的相关应用,都是节能更加重要的具象表现。在用户对于整体中央空调系统的节能要求越来越高,以及不同的节能诉求之下,单纯的产品或设备节能已经无法满足用户的新需求,变频已不再是实现节能的唯一路径。可以预见的是,随着工业化进程的不

断深入,高能效、低能耗的暖通空调系统在工程项目市场中的需求将会不断增长。而随着技术水平的提高以及政策支持的不断加强,高效的中央空调系统也将拥有更加良好的发展前景。

不过,2024年也是房地产市场从“跌跌不休”走向“止跌企稳”的一年。从政策端来看,为了应对房地产市场的困境,国家出台了一系列政策措施,尤以“517政策”及2024年9月政治局会议地产定调对市场影响巨大。随着政策的逐步落地和市场的积极响应,房地产市场开始显现出止跌企稳的迹象,市场预期也在逐步修复。此外,国家明确“市场归市场,保障归保障”的政策,对于房地产市场也起到了一定的

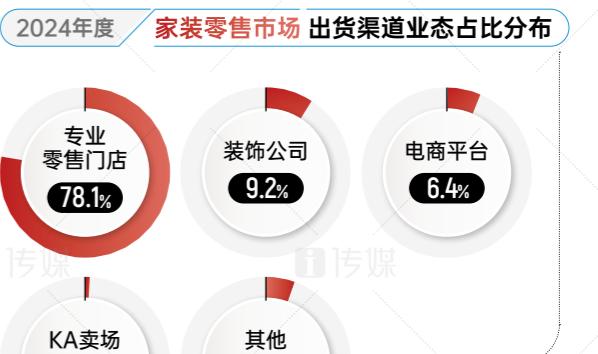
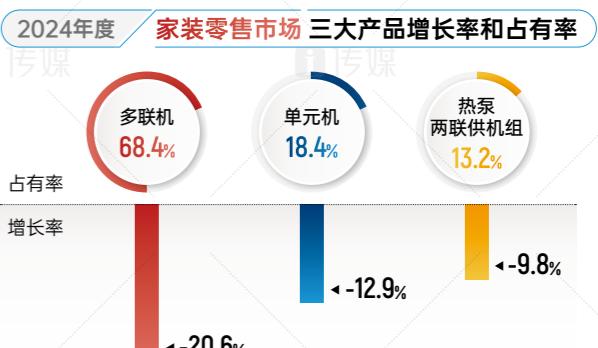
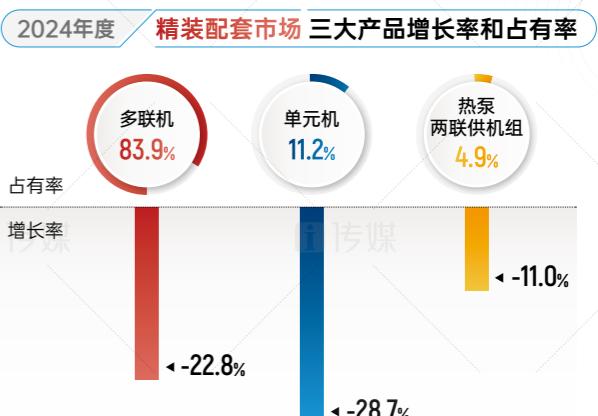
刺激作用。

“失速”,是2024年中央空调家装零售市场最真实的写照。作为中国中央空调行业规模最大、辐射范围最广的应用场景,家装零售市场的发展态势一直备受关注。而当前,终端消费信心不足、房地产市场的低迷以及投资规模的收缩进一步加剧了终端消费者的观望情绪。此外,在多重因素的制约下,零售渠道库存持续高压成为了亟须解决的先导性困局。因此,聚焦于2024年,家装零售市场的发展状况依旧是波澜起伏,整体市场变动不断,最终交出了增幅为-18.0%的答卷。尽管有以旧换新政策的推动,给部分产品和市场带来了些许希望,但是整体市场依然难以摆脱失速的困境,短时间内难有起色。

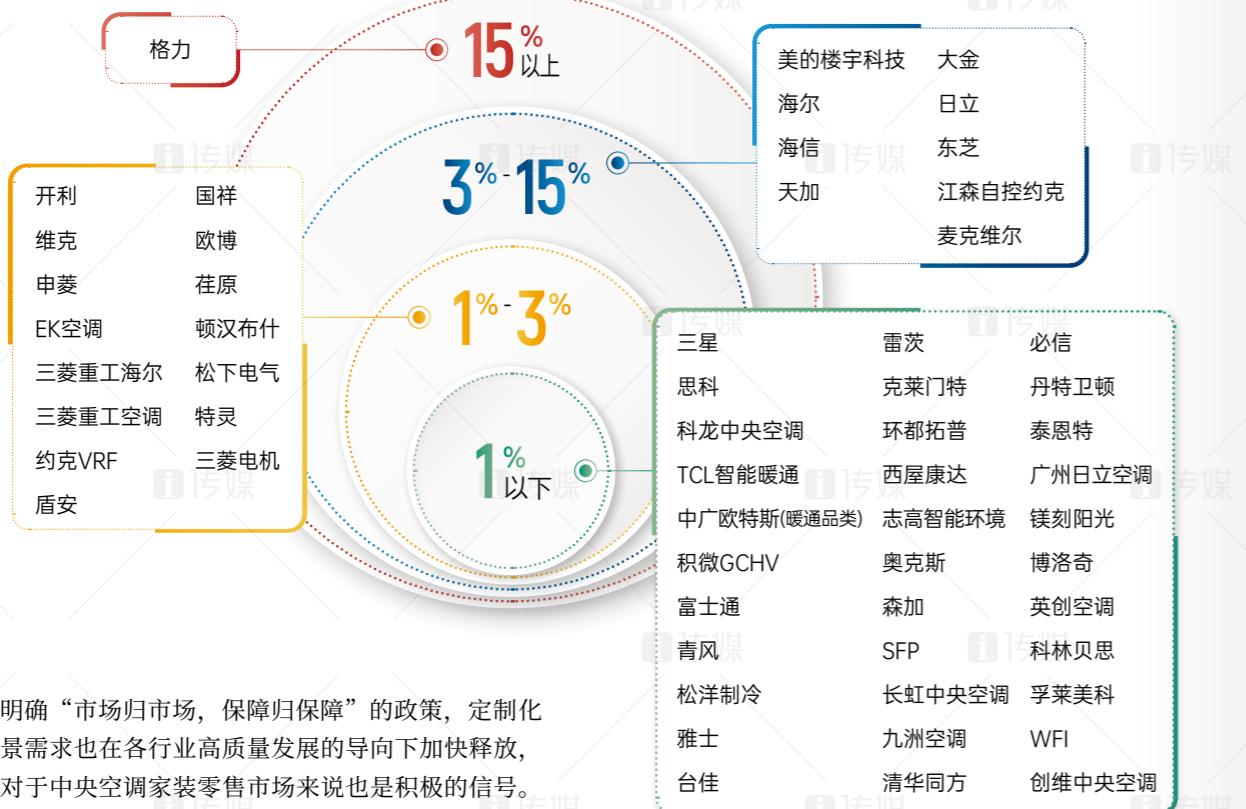
一方面,消费分级趋势更加明显,“平替”成为家装零售市场的关键词之一。在消费者既要节俭也要享受的心态影响下,追求极致性价比成为2024年家装零售刚需市场的主要趋势。因此,“没有最低、只有更低”的定价策略充斥着整个行业。不过在高端市场,消费升级的需求依然持续存在。但即便如此,也不能拯救整体处于下行趋势的家装零售市场,居民收入预期不足、消费信心下滑、消费压力加大,种种因素都在影响着家装零售市场。

另一方面,家装零售市场的“分水岭”形成,存量房导入时代真正开启。从2024年的成交量和装修量来看,二手房的表现均优于新房,真正进入存量房时代。这也意味着家装零售市场的获客方式及服务体系都正在发生变化,获客转化成本将逐步增加,流量竞争也更加激烈。不过,值得一提的是,在“增量市场需求持续减弱,存量市场亟待有效拓展”的发展变革时期,各大品牌纷纷通过更多的渠道网点建设,以及加快推出更高性价比的解决方案来迎合市场的需求,以此来不断延伸品牌的影响,增加自身在家装零售市场的竞争砝码。

当然,家装零售市场并非尽是寒意。首先,“以旧换新”和“国补”政策持续加持,刺激终端需求,倒逼市场活力,给以单元机为代表的标准化产品带来不少利好。其次,在关联行业的深度调整中,保障性住房、城中村改造等新的增长点逐渐显现,以及国



2024年度 中国中央空调行业 主流品牌销售规模占有区间



家明确“市场归市场，保障归保障”的政策，定制化场景需求也在各行业高质量发展的导向下加快释放，这对于中央空调家装零售市场来说也是积极的信号。此外，当一二级市场容量逐渐饱和以及增长动力减弱时，各大品牌也纷纷将目光投向下沉市场，以寻求新的增长点，三四级城市甚至乡镇等广袤的下沉市场，逐渐成为中央空调家装零售市场新的博弈高地，正逐渐显露出其作为各大品牌新增长点的关键地位。

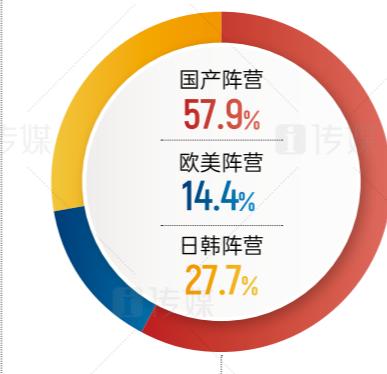
3 品牌格局分析

2024年三大阵营三足鼎立的品牌格局并未发生明显变化，但是在设备更新和以旧换新乃至国补等政策的加持下，国产品牌展现出了十分强势的发展劲头，加速抢占着外（合）资品牌的份额，国产阵营的市场份额正在加速扩容。当然，欧美阵营和日韩阵营凭借着深厚的技术积累和品牌影响力，在部分领域的优势依然存在，依然引领着这部分市场的潮流。

尽管品牌格局变化不大，但市场的“缩量下跌”让行业全面进入洗牌期。一方面，市场降温明显，行业内卷加剧，传统生存空间日益缩减，老业务板块增长变难，新的流量获取更难；另一方面，宏观经济环境的变动与产业经济的压力给中央空调行业带来了不小的冲击，整个行业面临着规模进一步增长的困境、消费需求的变化以及竞争环境的加剧；同时，市场逐渐趋于饱和，逐渐从增量市场转变为存量市场，品牌竞争将全面进入刀刀见血的肉搏战阶段，品牌的集中度将会逐渐加强。

可以确定的是，中国中央空调市场向上增长的态势已经告一段落，下行市场的业绩困局也许是未来几年所有品牌都需要面临并应对的问题。而当竞争空间越来越小，真正的考验也许才真正来临。因此，当前

2024年度 中国中央空调行业 三大阵营占有率



零售渠道：重塑优势，“抢”发展高地

如果说过去零售商对于每年的增长还有所期待，那么2024年“活着”已经成为大多渠道商的基本诉求，“熬”成为越来越多渠道商发展的主旋律。2024年，房地产市场的持续低迷，成交量每况愈下，市场信心严重受挫，作为与其正相关的市场，在房地产“跌跌不休”的影响下，中央空调家装零售市场同样无法幸免。因此，在内卷加剧的背景下，运营成本居高不下、开单率严重不足，甚至是库存的“重仓”、周转率的“低速”等，都大大压缩了经销商的利润空间。基于此，渠道商为了明天的“太阳”，不得不重新塑造自身的竞争优势，并以“抢”字深入市场一线。

渠道变革大势所趋，吹响突围新号角。不可否认，在“K”型消费分化的时代，聚焦于消费升级一端，用户个性化的需求成为渠道商发展的新蓝海。因此，当冷暖风水智为核心的多元化品类早已成为零售商的标配时，以五恒系统为代表的高端定制化系统在2024年可以说成为不少零售商谋求增量和利润的“法宝”。但需要正视的是，一味地扩张经营品类，对于团队、资金等都将提出更高的要求，这对于渠道商来说也是不小的压力。因此，差异化的产品虽然能够帮助渠道商在未来的市场竞争中获得更多的发展机会，但聚焦于需求的定制化能力、安装工艺的细化、团队建设的精进等，也给零售商的转型升级之路提出了更高的要求。

做小规模做大利润，寻找经营最优解。大部分渠道商表示，K型消费的背景下，消费降级的趋势其实远远大于消费升级，面对金字塔底端的消费者，“价格战”更是贯穿全年并愈演愈烈，市场价格的无底线下探进一步压缩着利润空间。因此，在未来发展尚不明朗的局面下，保证资金链成为渠道商面临的首要任务。基于此，越来越多的零售商放慢了对规模追求的步伐，将重心聚焦于利润上，以谋求更有利的生存空间。同时，也有越来越多的零售商从“内卷”的竞争环境中认识到了“内功”的重要性，并纷纷通过各种方式夯实竞争力，加速从“贸易商”到“服务商”转变，以突出的服务能力为利润保驾护航。

“留量”为王，老板下场才有好下场。在门店客流量不理想的当下，许多经销商纷纷入局线上新媒体平台，希望借此扩大自身的流量池，更好地为线下门店引流，从而实现经营业绩的维稳及增长。从2024年来看，“老客户转介绍”依然是流量的主力军，但“短视频矩阵引流”带来的流量拉力相比于2023年同样有所增长，因此“老板下场”的价值进一步凸显，以打造自身IP，

4 渠道格局分析

“急转直下”可以说是形容2024年度暖通空调渠道商发展最贴切的词语。据552份问卷显示，2024年高达88.3%的渠道商都步入了“下滑”的发展窘境。作为直面终端市场的参与者，在行业整体发展步入下行通道的当下，“僧多粥少”的局面促使着行业洗牌加速，所有渠道商都无法逃脱“优胜劣汰”的生存法则，即使在区域市场内属于头部梯队的渠道商，同样未能逃离规模与利润双双失速的困境。

进行产品、技术、服务等多维度内容的传播，从而为“成交”赋能。但不可否认的是，随着获客成本的越来越高，流量为王的时代，“留量”才是正确的经营逻辑。

工程渠道：“挑三拣四”，谋发展出路

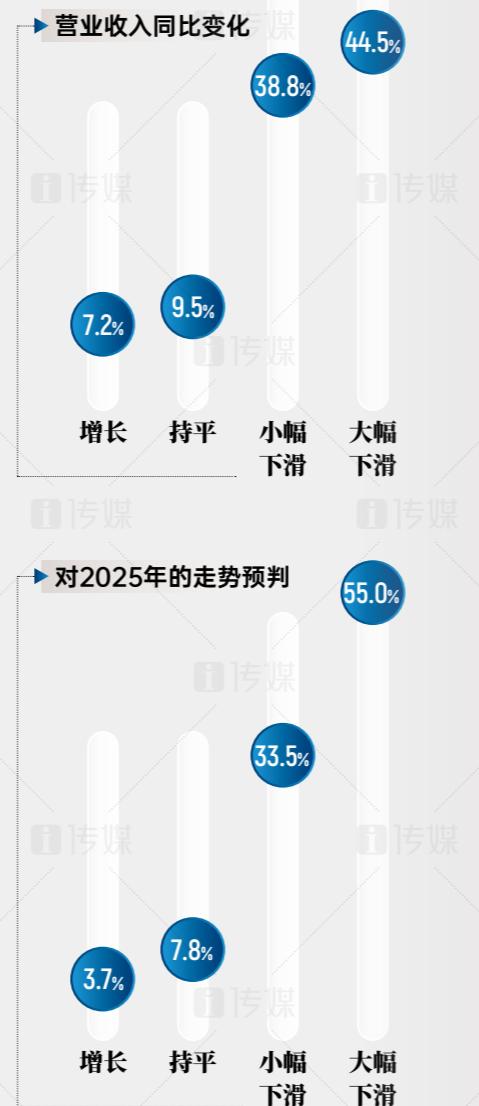
大环境的影响不可避免地传递到了中央空调行业的方方面面，工程市场自然也不例外，不仅传统项目市场所面临的竞争环境和风险日益加剧，以新能源、工业脱碳、能源管理为代表的更高门槛细分市场同样略显颓势。基于此，全面步入下行周期的工程市场，也促使工程商不得不对参与项目进行多维度的筛选，同时寻找新的增长活力，以更好地穿越“寒冬”。

工程项目“挑三拣四”，现金流才是王道。当下工程市场不仅竞争激烈，工期拖延和款项拖欠等问题更是“老生常谈”，因此工程商更加关注项目能否“变现”。“现金流”始终是保证企业稳健发展的重要因素，因此工程商不仅要考虑表面的金额效益，更要注重长期的价值和潜在风险。基于此，在项目选择上，工程商“挑三拣四”更为明显，即使是较为稳定的市政项目，但因为项目周期长、甲方资金短缺、回款难等问题被大多工程商所摒弃。反而体量不大、周期短的中小型商业项目成为“热点”，这类项目不仅数量众多，且金额涉及不高，回款也较为顺利，为工程商的长期发展奠定了坚实的基础。

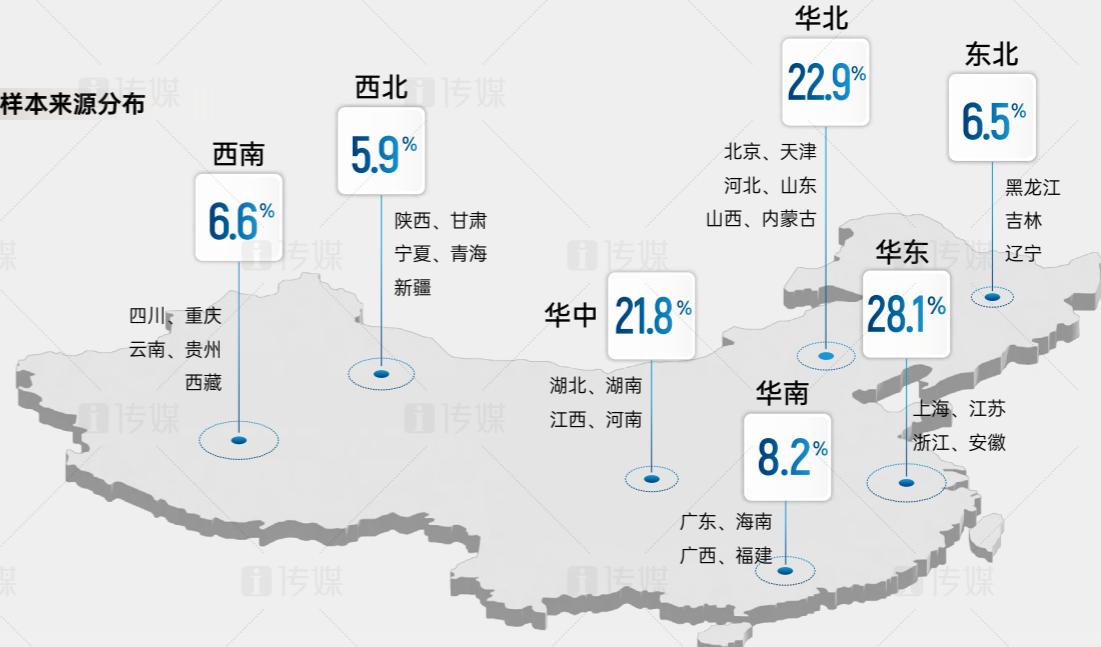
加码旧改，节能改造已成“现在进行时”。对于当下的暖通空调行业厂商而言，在失去了地产这个基本盘的支撑之后，“旧改”像极了一场及时雨，为“生存日益艰难”的暖通空调厂商带来了新的希望，特别是对于工程商而言，有着极大的操作空间。当然，“旧改”虽然为暖通空调行业带来了新的机遇，但仍需一段时间的过渡，且对方案设计、落地施工、后期运维等都提出了更高的要求，因此参与其中的工程商相应综合实力的提升也应“优先考虑”。

“运维商”的角色定位，工程商的新出路。一直以来，中央空调行业工程市场普遍重制造轻运维，但要发挥中央空调设备整个生命周期最大的效益，要通过良好的运行维护才可实现。特别是在国家“双碳”政策的持续贯彻下，拉开了新一轮绿色低碳发展的大幕。同时，中国中央空调市场经过十余年的高速发展，由“旧改”延伸出来的更新市场有着很大的空间，以及高效机房、能源管理等都有着大量的设备管理需求和智慧化运维需求。在这一市场背景下，更快实现“能源运营服务商”标签打造的工程商，也将更快把握住市场需求，从而找到市场持续下行下的新出路。

2024 渠道商生存状况 调查报告



样本来源分布



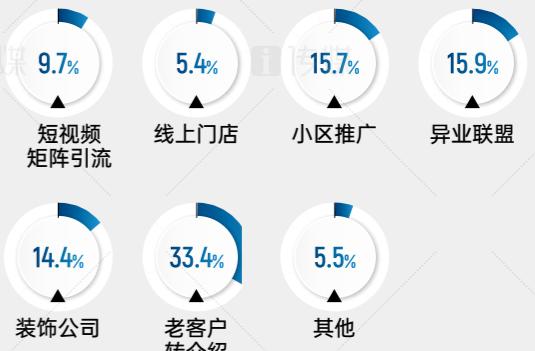
工程商

表现最突出的项目类型

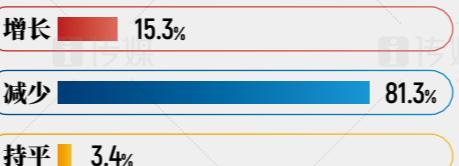


零售商

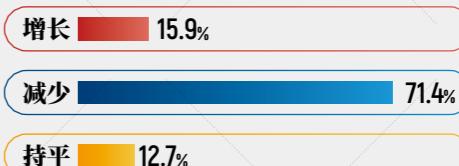
最主要的获客方式



所处地区工程项目数量同比变化



所处地区家装用户需求同比变化



2025年度渠道商活动规划

1 场全国大会

6 场区域大会

6 次专题沙龙

覆盖
18+ 核心城市

线下流量
7500+

线上曝光
数十万

暖通空调、热泵、冷链及宅配机电产业渠道类活动

区域大会

3月11日	重庆
4月11日	上海
5月16日	西安
6月20日	宁波
8月8日	南昌
9月5日	佛山

每场预计流量 400+

主题沙龙

2月25日	贵阳
3月28日	南通
4月29日	郑州
6月6日	温州
7月25日	长沙
8月22日	深圳

每场预计流量 100+

第9届暖通空调、热泵、冷链及宅配机电产业渠道商生态大会

12月初

华东

预计流量 1200+

交付有标准

品质有保障

沟通更直接

服务全方位

合作咨询：
胡永健 13915010682



报名咨询：
周 逸 18112886378



Part 3

产品发展及趋势分析

冷水机
氟系统
热泵两联供机组

末端
更新改造

冷水机

市场报告

在宏观经济整体仍处于缩量下行趋势之际，冷水机市场中所常见的离心机、螺杆机、模块机以及溴化锂四大类产品，也难以幸免，最终齐齐以两位数的下滑交上了2024年的成绩单，“过苦日子”仍将会成为未来相当长一段时间内行业的主旋律。值得一提的是，当冷水机市场正式步入深水区，各产品应用全无增量可言，通过纵深化发展拉高竞争门槛就成为更多品牌不约而同的选择。

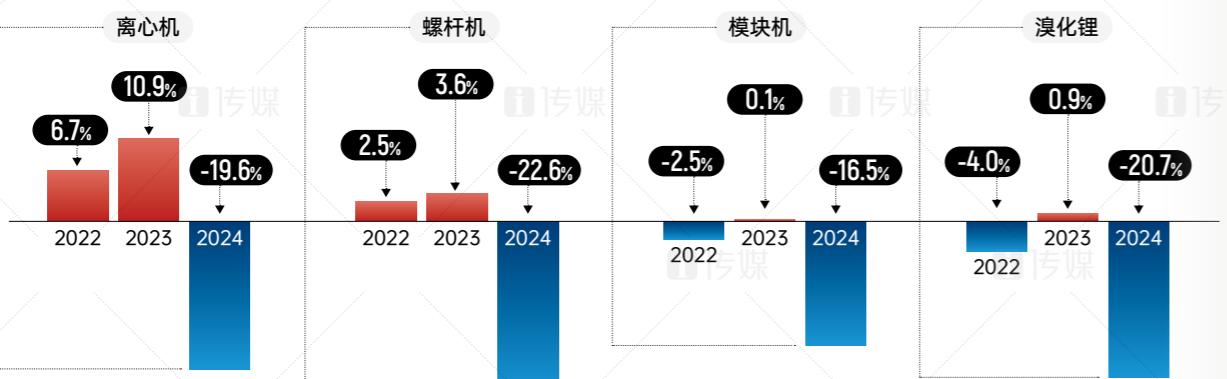
传统应用全面告急，工程市场阻碍重重。如2024年1月发布的《国务院办公厅关于印发<重点省份分类加强政府投资项目管理办法(试行)>的通知》，要求包括12个债务高风险重点省份，在地方债务风险降低至中低水平之前，严格控制新建政府投资项目。这一规定直接限制了除供暖等基本民生工程外，政府投资项目的新增和扩建，而更严格的审批和监管也让相配套的冷水机市场在2024年初就遭遇重创。

商业项目持续低迷，工业应用急转直下。在房地产暴雷、地方政府债务的挤压下，各地已开工商业项目的推进步伐缓慢迟滞。全国破产重组网的数据亦可为此佐证，2024年1-11月，全国有2400多家建筑企业破产重整，同比往年翻倍增长。而此前作为冷水机市场支柱的工业应用，也在经历了连续几年的欣欣向荣之后，颓势渐显。以其中最为典型的新能源汽车产业及锂电池产业为例，随着渗透率增加、基数扩大，甚至内卷加剧，部分新势力的落寞退场，新能源汽车产业链也已然进入全面降温时代。

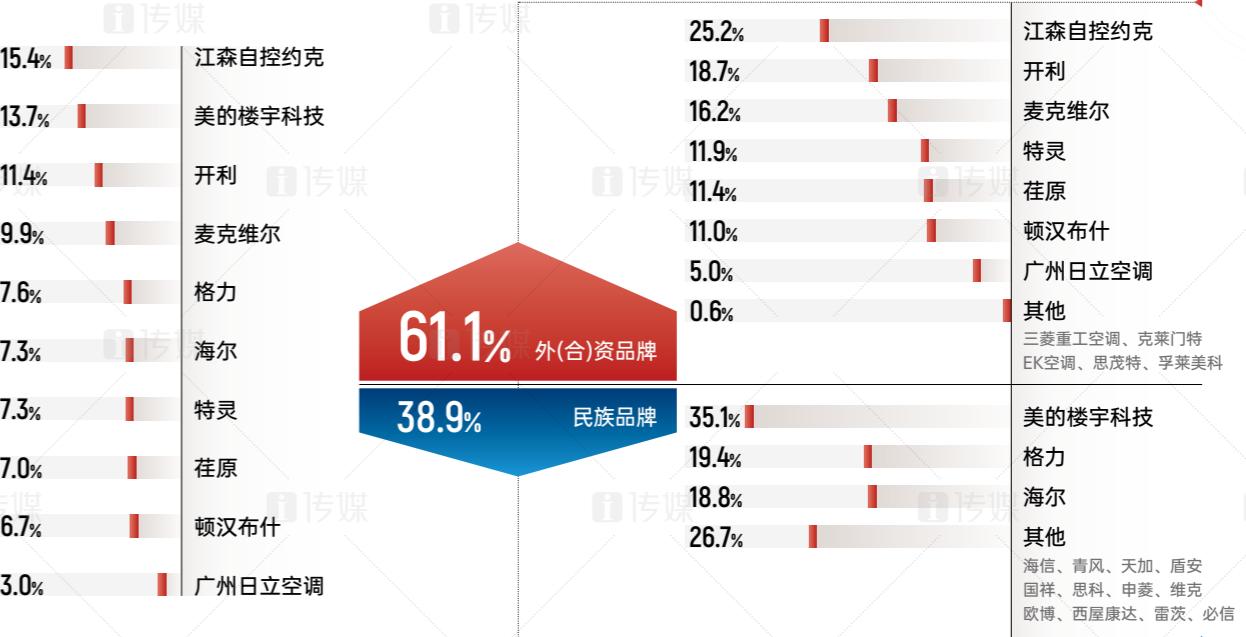
强制国标正式发布，节能应用全面升级

2024年4月29日，GB19577-2024《热泵和冷水机组能效限定值及能效等级》正式发布，该标准将于

2022-2024年度 冷水机市场 部分产品增长率对比



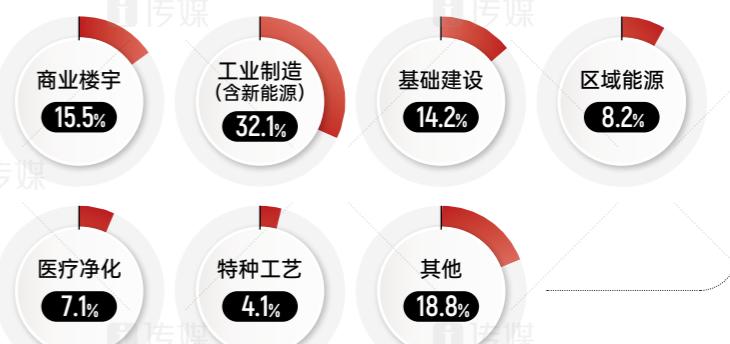
2024年度 离心机市场 主流品牌占有率



2025年2月1日起实施。相比现行标准，此次标准中相对应的产品能效指标从IPLV更改为APF，同时，对热泵和冷水机组能效标准的能效指标要求提高幅度较大，从整体来看，达到了国际领先水平。特别要提出的是，该标准实施后，不同品类的产品淘汰率有所不同，将达到20%~40%。

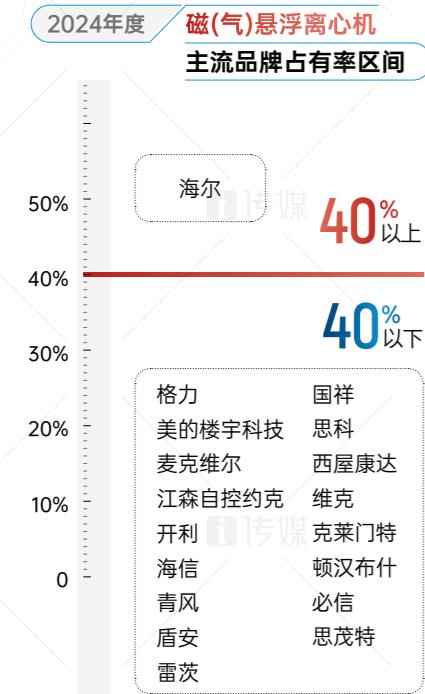
事实上，双碳的持续引导以及强制性政策的加码，不仅推动了冷水机市场中以变频为主的节能型产品技术和以智慧化为代表的节能型应用的普及，同时也让相关建筑业主及行业从业者对节能的理解产生了深刻的变化。其中，更多超高能效机组的面世，变频、热回收等技术的应用，以及气悬浮离心机、装配式机房、集成式冷冻站和智慧运维在2024年度的

2024年度 冷水机产品 应用市场规模分布



“畅销”也正是基于此。

更为重要的是，在整个社会节能意识和节能认知全面提升的过程中，越来越多的企业和用户对于节能的关注也逐渐从节能单品转向节能系统、节能



楼宇，甚至是智慧运维，冷水机市场对于节能的定义在制造企业、工程企业、运维企业，以及设计企业的共同推动下，正在发生着快速的变化，进而也全面推动了冷水机产品和系统在各大应用场景节能方案的进步和完善。

存量需求亟需释放，改造市场全面激活

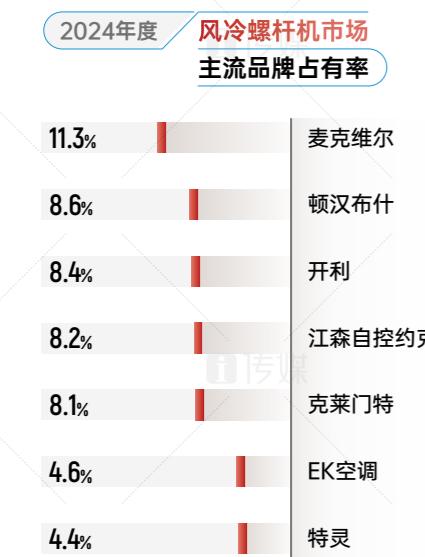
节能改造并非新应用，在国内外市场已经发展多年，有诸多成熟案例和模式。但在整体经济持续下行、增量市场寥寥无几，且国家不遗余力地推动“两新”政策和落实相关补贴的东风鼓荡下，基数庞大的存量市场的“救市”意义显然更为突出。事实上，目前亟待焕新的运行二十年以上的办公楼和商业建筑，多数采用冷水机设备，而在“超期服役、效率衰减、安全隐患、环保性差”等典型问题和国家对建筑能耗的关注下，节能改造也为冷水机市场的发展带来了更多的生机，弥补了暖通空调工程市场的乏力现状。

为了抓住市场中有限的增量，冷水机市场中头部企业和工程商已然在积极探索，甚至积累出了多样的解决方案。无论是合同能源管理的商务模式，还是研发出可分批投资与安装，后期系统增容灵活，更适合老旧建筑运输安装的结构紧凑，或装配式、模块化的设备，亦或是提升对全面评估建筑的功能区域划分、负荷变化情况、既有系统能耗情况等多方面的综合诊断，以及对多种技术方案经济性的评估，对建筑自身制约因素的考量等等专业服务实力，都是其做出的有益尝试。

值得一提的是，“蛰伏”中国市场多年的集成冷冻站市场在这一波“设备更新”的东风下，也迎来了全新的发展局面，相关企业在这一年的发展都呈现出了相当不错的势头，尤其是在一些改造周期相对较短的商用项目中，集成冷冻站在交付时间上的优势被进一步体现了出来。因此，集成冷冻站的快速发展，对于相关冷水机产品的销量也起到了很好的拉动作用。

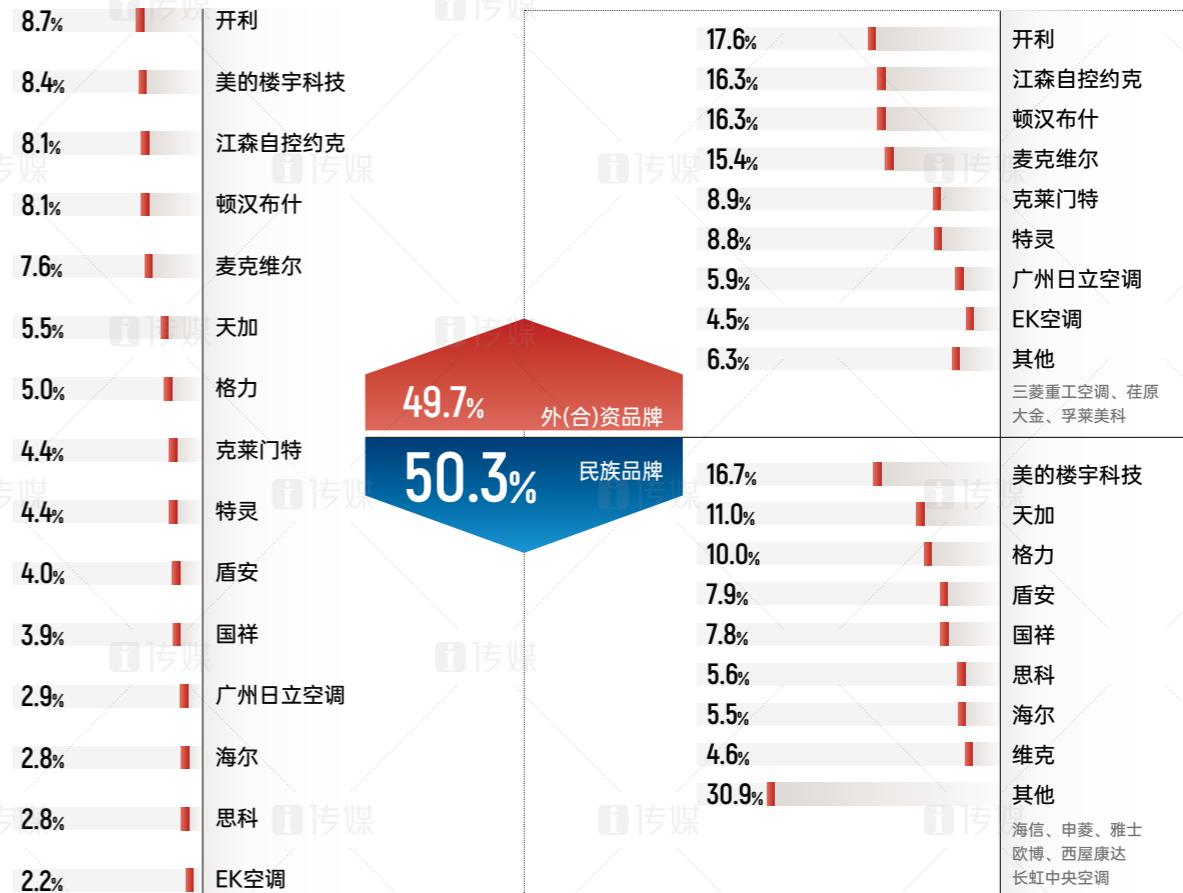
气悬浮异军突起，产品向纵深发展

尽管离心机市场中，磁悬浮、气悬浮，或者陶瓷轴承等无油技术产品，都不是2024年刚面世的产物，但相较以往，气悬浮除了在能效上突破了既往枷锁，在冷量的两端纵向深拓，尤



尽管离心机市场中，磁悬浮、气悬浮，或者陶瓷轴承等无油技术产品，都不是2024年刚面世的产物，但相较以往，气悬浮除了在能效上突破了既往枷锁，在冷量的两端纵向深拓，尤

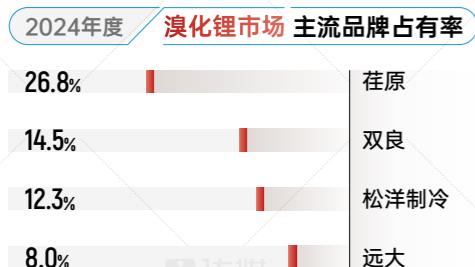
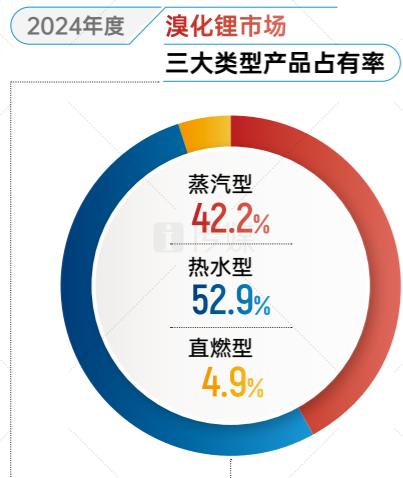
2024年度 **水冷螺杆机市场** 主流品牌占有率



其是中小冷量段表现斐然之外，整体机组的尺寸以及组合方式上也更为紧凑，能广泛的适用于节能改造项目。此外，诸多工业、商业和农业场景，以及区域能源站、各类有高温出水工艺需求的场景，也是离心机和离心式热泵重点发力的应用市场。就参与品牌来看，离心机市场的参与品牌已经从原来仅有的几家，到现在超过50家，同时民族品牌在无油领域、正压液浮、多级压缩和新冷媒等核心技术的突破以及相关应用领域的攻城略地，也在深度影响着离心机市场品牌格局的变化。

在以气悬浮为代表的离心机冷量的不断小型

化，以及涡旋压缩机冷量的进一步扩大和更具性价比的优势夹击下，2024年的螺杆机依旧处境尴尬。但在工艺性应用和舒适性应用的纵深发展中，螺杆机也找到了自己的定位，比如在一些热门细分市场如工业、数据中心、医疗、农业、节能改造等领域应用，其一直保持了独特的优势和价值。值得一提的是，因为AI发展对于算力和存储的要求，促进了既往已经饱和的数据中心焕发出全新的需求，但需要强调的是，国内的数据中心目前大趋势采用的是液冷技术，且设备能效要求极高，所以能否分得一杯羹要看各个品牌的硬实力。



区域发展打破均衡，品牌格局加速震荡

政策差异加大，直接影响各地区冷水机市场的发展进程。《关于优化完善地方政府专项债券管理机制的意见》（国办发〔2024〕52号）中表示专项债券额度分配向项目准备充分、投资效率较高的地区倾斜，支持经济大省重大项目建设。地方专项债恰恰是基建资金的大头，尤其文件中提到的，大湾区、长三角的“四省一市”和四川，2025年势必会卯足劲儿进行基建投资。结合上文中《国务院办公厅关于印发<重点省份分类加强政府投资项目管理办法(试行)>的通知》来看，政策以及投资的巨大差异，势必将进一步加剧冷水机市场区域发展的不均衡。

而在整体应用偏向于商用和采暖的模块机市场，尽管价格乱战仍在持续，但产品升级和系统优化等性能的纵深化发展也是相关品牌极力为模块机赋能的举措。具体而言，低温、变频、四管制、新冷媒替换等为主的更高能效技术的加持依旧是市场的主流发展趋势，而工艺型模块机应用领域的进一步拓展，也为模块机在未来市场的发展带来了更多的可能。

冷水机品牌格局中强者恒强的马太效应进一步加剧。更具供应链优势、强大的规模效应和渠道优势、更高的毛利溢价空间、更强的产品研发和成本控制能力，以及对于细分市场更强的探索和覆盖能力等等，都让市场资源向冷水机市场的头部企业集中，尤其是国产头部品牌。具体而言，在以无油为代表的更高技术门槛的市场，以及相对更为闭塞的工艺应用市场，头部品牌的跑马圈地正催化市场集中度的急剧攀升。

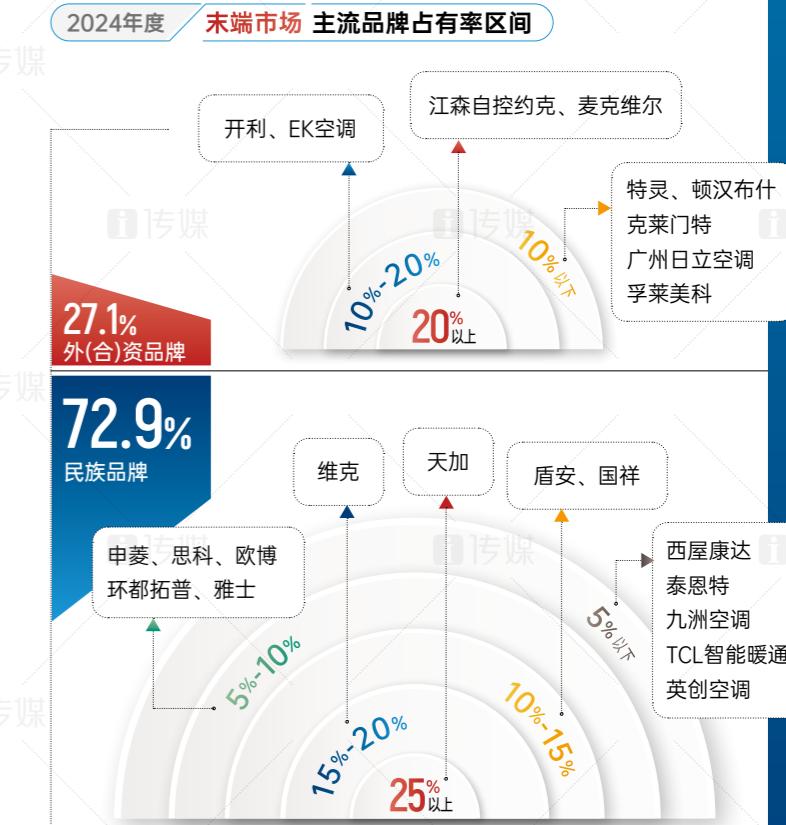
末端 市场报告

面对中央空调市场的多重负面因素冲击，尤其是以新能源、锂电池为代表的工业市场和公建市场的显著萎缩，加之冷水机的整体下滑，致使末端市场在2024年持续承压，最终终结多年增长态势，以23.4%的降幅收官。而伴随中国经济增速趋缓，政府对基础设施及工业制造领域的支持力度大幅减弱，市场结构性调整对末端市场形成直接冲击。过往数年，在政策扶持、大规模投资以及市场高需求的驱动下，曾一度推动了末端市场的增长。然而，随着投资周期结束、财政支撑减少，市场规模步入下行周期已成必然趋势。

支柱市场增长乏力，新兴市场方兴未艾。工业应用作为近两年末端市场的重要支柱应用，新增项目在2024年出现大幅下滑。市场需求明显不足，导致末端产品出现较大幅度下滑。据国家统计局数据显示，因有效需求匮乏，工程项目新建投资放缓，市场增



量进一步减少。而在更新改造市场，由于“两新”政策推动和企业对节能减排需求的逐步显现，末端产品更新项目增速加快。此外，在家用市场，以热泵两联供为代表的舒适产品的快速发展，也为末端产品开辟了更为多元的发展路径。值得注意的是，更新改造市场和家用市场由于基数较小，尽管发展迅速，但市场规模和数量还难以弥补新建项目减少所带来的冲击。

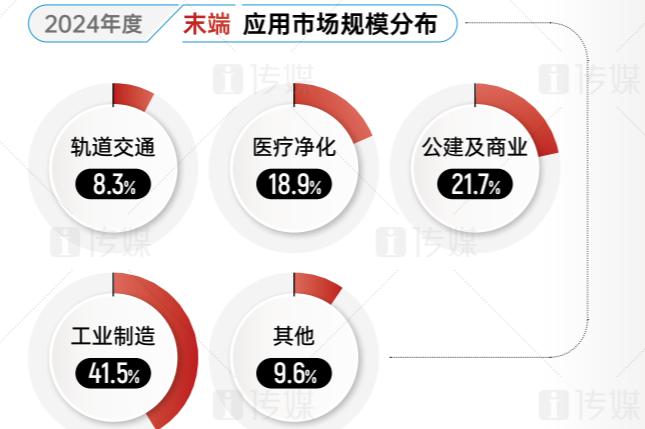


标准市场竞争白热化，利润进一步压缩。风机盘管、吊柜等标准化产品仍然是末端市场的权重产品，受标准化程度高、技术门槛低和参与品牌众多等因素影响，市场竞争激烈。尤其是当下市场投资趋于谨慎，对初投资成本要求严格，市场几乎沦为价低者得的红海市场，利润愈发微薄。这样的市场环境对于身处其中的末端企业而言，淘汰洗牌无疑是必然的，如何寻找到发展增量成为了不得不思考的问题。可以看到，在国家新质生产力的引导下，有相当数量的项目对于采用的设备要求更为严格、规范，追求系统全生命周期的节能性，而标准化产品往往难以满足其需求，非标定制产品的潜力正逐步释放。

产品升级加速，定制化需求提升。随着企业节能减排和定制化需求不断增加，市场正逐步从追求单一产品性能到追求系统整体性能转变。这就要求末端产品不仅在单一产品上实现节能优化，还需针对特定工况提供适配产品，以满足用户需求。例如，风机采用永磁同步电机的比例提升，以满足客户对风速、冷量等的灵活调控。为适应能源站、商业体等项目中不同位置的供回水温度，大温差、非标水温风机盘管成为项目首选，甚至为更好地控制系统能耗，对产品风阻、水阻也有了更高层次的定制需求。可见，为满足客户对末端产品日益增长的新需求，高能效、高定制

化的产品发展不断加速。

综合来看，2024年对末端市场而言，既是调整的一年，也是变革的起点。虽然市场发展面临多重挑战，但节能减排需求的增加，也为末端企业提供了新的发展机遇，末端市场正进入结构调整的关键时期。在市场从标准化、低门槛向定制化、高门槛转变的过程中，末端企业需要通过技术突破、模式创新，不断提升核心竞争力，从而在新周期中抢占发展先机。比如：针对不同应用场景，通过多产品组合，并结合智控系统实现按需调控，满足客户定制化需求，从而实现产品价值提升和经营升维。



2024年度 末端市场 各区域增长率和占有率

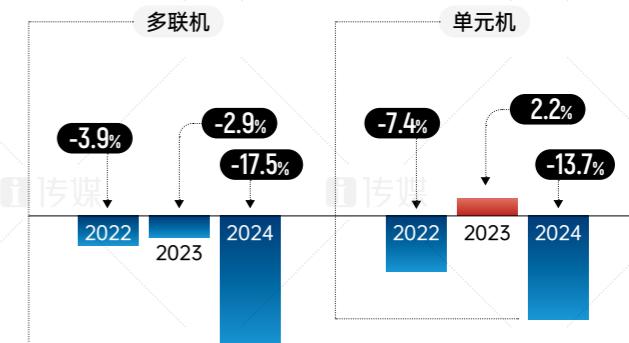


氟系统

市场报告

2022-2024年度

氟系统市场 增长率对比



由于多联机和单元机同属于渠道型产品，在应用领域也有着很多相似之处，所以本次年度报告将二者归为氟系统进行统一解读。

2024年，氟系统正在迎来一场前所未有的激烈洗牌。零售难、工程难、转化难……每一个环节都在房地产持续低迷、行业内卷、消费需求坠底的重压下被进一步撕裂。作为中国中央空调权重最大的核心板块，氟系统亦是渠道数量最密集的市场，如今却在各个应用端都暴露出了明显的发展“疲态”。

与之高度关联的房地产市场的低迷仍然是氟系统市场萎缩的主因。根据国家统计局公布的数据显示，2023年，房地产开发企业房屋施工面积838364万平方米，比上年下降7.2%。其中，房屋新开工面积95376万平方米，下降20.4%。显然，这一趋势的延续也直接压缩了2024年项目市场的供需空间。作为与房产行业几乎直接关联的产品，当下的渠道库存高企，受困于终端消费需求疲软以及供大于需两个方面。与此同时，家装零售和精装配套在不断下降的消费预期中进一步陷入颓势，零售端的价格战也让终端利润逐步触底，工程端则在冗长的交付周期和高悬的应收账款之间苦苦挣扎。

厂商合力多维度加速“自救”

在所有环节都被压缩到极限的不利局面下，我们依旧能看到相关制造企业并未“被动挨打”，而是凭借持续的渠道革新、营销焕新以及产品创新，积极探寻“自救”解困之道。

渠道革新，资源整合拓展市场版图。在当前市场环境下，“城市展厅”于2024年成为众多厂家重点发力的方向。作为连接厂家与用户的关键桥梁，城市

展厅不仅能够彰显品牌的高端形象，提升品牌在市场中的认知度与影响力，更是一种高效的销售工具，能够有效吸引潜在客户，助力品牌与消费者建立起深厚的情感联系。此外，鉴于“大单品时代”已然落幕，且氟系统尤其是多联机在近年来利润持续触底，为了帮助渠道商扩大单值保利润，部分厂家着手整合新风、净水等具有较高利润空间的多品类产品，赋能渠道商开展连单销售。值得一提的是，在“渠道革新”进程中，除了能够看到厂家在积极地与行业协会、地产商进行深度捆绑资源整合，精准为渠道商进行导流之外，商家自身也在不断探索自救路径，如与设计渠道、装企等达成常态化运营合作机制，合力开拓更为广阔的市场。

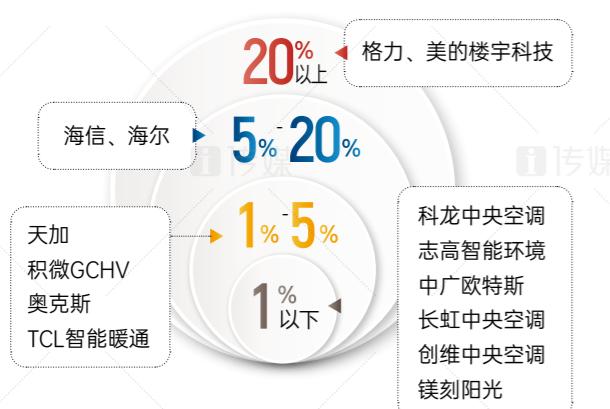
产品创新，聚焦趋势升级抢先机。产品作为与消费者的直接触点，自始至终都是品牌的立身之本。所以即便是在如此环境之下，制造企业仍在积极地根据市场需求进行产品创新。2024年，以5G、AI、物联网等为代表的前沿技术成为氟系统产品更新迭代的主

导方向，频繁出现在新品的命名及介绍中。此外，融合直流变频、光储直柔、热回收技术，以及单机冷量上限不断拓展的多联机，也为其自身的场景应用拓展了更多可能性。还有一点值得关注的是，在“设备更新”政策东风的推动下，以“焕新”“更新”为名的氟系统频频亮相于存量更新的角力场中，其中，针对更新产品在安装上的难点，“任意

拓扑技术”因无需重复走线，降低安装施工难度与安装时间成为头部制造企业研发的重点。

营销焕新，突破传统只为“流量”。在传统营销“失灵”、价格混战加剧、成本高利润低的现状之下，为缓解传统零售渠道的低迷，“老板亲自下场”成为各大厂商应对当前市场困境的破局策略之一。渠道商老板深度参与公司的线上运营，充分发挥自身影响力，以更亲民的方式获取流量。厂家则通过“总裁下场”直播带货的形式，提升品牌曝光度，为渠道商引流。同时，厂家也在积极加码天猫、京东等线上平台的营销力度，但实际数据显示，线上引流的转化率却远低于预期，当下收效甚微。某头部品牌反馈其通过电商平台导流的实际转化率不过3%，这背后所反映的则是渠道商需持续提升的销售与安装服务端的硬实力。

2024年度 多联机市场 主流民族品牌占有率区间



2024年度 多联机市场 主流外(合)资品牌占有率区间



“两新”与“国补”拉动内需

在房产“跌跌不休”的现状之下，与暖通制造企业的“自救”相伴，国家层面也在不断推出“两新”“国补”等一揽子增量政策试图拉动市场经济，间接缓解了暖通行业的失速之殇并提供新的增长动能。

一是“两新”。2024年，国家针对能效标准、更新改造、建筑节能以及能源监管等多个方面纷纷发布政策，将聚焦的目标更进一步地瞄准了存量市场。而作为暖通空调行业的权重板块，从2003年至今，氟系统市场便拥有大批的老旧项目急需设备焕新。其中，除常规存量市场外，也有制造企业关注到水源多联机在存量市场中高层建筑里的可观成长空间：数据显示，我国目前超高层建筑存量位居全球第一，针对超高层建筑功能分区复杂多元、部分负荷运转时间长等痛点，水源多联机可有效满足项目方的使用需求，并产生可观的节能效益。也正因此，部分制造企业在发展期间也在持续致力于对该产品技术进行革新，以迎合存量市场的设备换新需求。

另外值得关注的还有公建市场。据2024年政

府工作报告显示，到2027年教育、医疗等领域的社会投资规模将比2023年增长25%。所以，公建领域或将成为近年来少数具备确定性增长的方向，其中的新建项目和“旧改”项目均蕴藏着大量潜在需求。然而，这并非轻松的“救命稻草”：公建项目的竞争同样残酷，对制造企业而言，其需以超强的渠道能力、政策资源以及对价格的灵活把控抢占先机，否则这块蛋糕只会被头部企业瓜分殆尽。

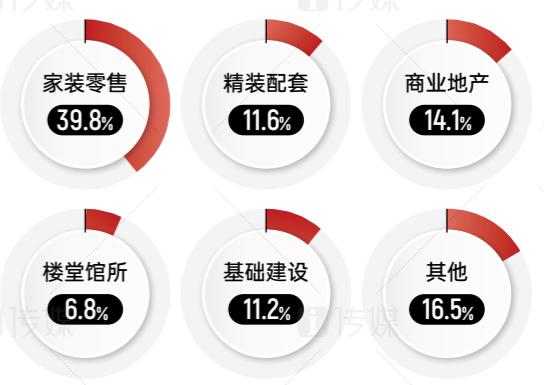
二是国补。在“以旧换新”国补政策的红利刺激下，这次单元机的势头好似更盛。众多品牌在多联机和单元机的产品占比上，因国补的出现和单元机低价、好囤货的特性，其天平的倒向出现了摇摆甚至是反转。之所以如此，某行业人士透露，作为家电化最为彻底的品类，单元机凭借能效标识优势，几乎每台设备都可享受补贴，补贴力度远高于多联机的内机单次补贴，所以渠道商也更愿意推单元机产品。

虽然当前的国补政策在一定程度上加速了未来需求的释放，但这并非完全是对市场的透支，而是为行业“解燃眉之急”的同时注入了一剂强心针，最重要的是给渠道商的资金周转带来了一个可以喘息的机会。不难发现，在多地政策中，也有考虑到部分消费者有购新需求、没有老旧产品的实际情况，可以对直接购买新产品的消费者同样按照以旧换新的标准开展补贴。换言之，国补所撬动的“以旧换新”需求，虽然主要集中在存量市场，但又不限于既有需求。或许

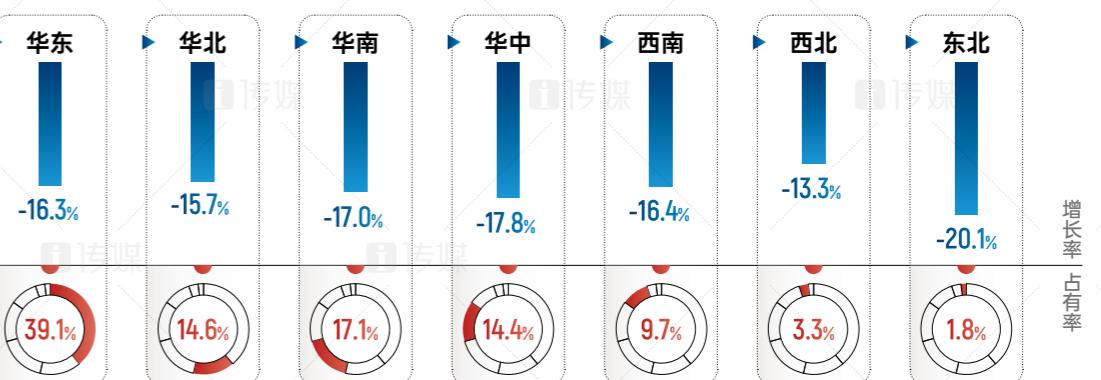
当补贴逐步退出之际，市场会经历短暂的调整，但透过眼前的波动，可以发现行业变革正在发生：技术升级、品牌竞争力提升，这些都为未来的市场发展夯实了基础。另外需要关注的是，为了谋取短暂利益，市场中不乏出现“套补”“骗补”等行为，因而国家层面也亟须加强监管与处罚，维护暖通行业良性竞争秩序。

综上而言，面对房地产持续低谷的既定事实，从渠道模式、产品技术、营销方式的创新，再到对国家政策机遇的把握，这场洗牌正在以最残酷的方式淘汰那些缺乏韧性和洞察力的氟系统玩家。若其不能快速调整定位、聚焦核心市场、深化产品力，等待他们的或许只有出局。

2024年度 氟系统 应用市场规模分布

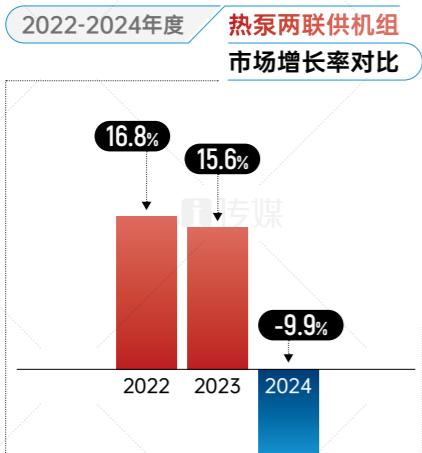


2024年度 氟系统市场 各区域增长率和占有率



热泵两联供机组

市场报告

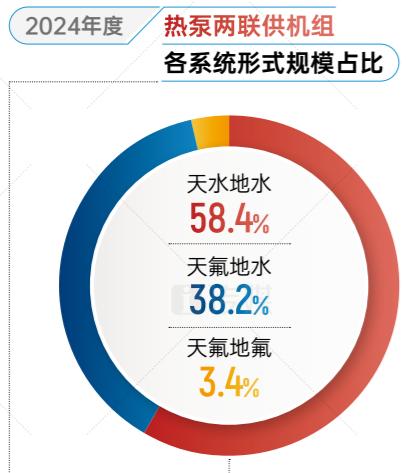


自2018年首次将热泵两联供机组市场报告作为单独的报告章节进行阐述以来，直至2023年均保持两位数的正增幅。然而在消费降级、需求低迷、渠道库存高位运行等因素的影响下，2024年热泵两联供市场也开始表现出了一定的疲态，并最终以-9.9%的跌幅收官。市场走向的颠覆性变化，意味着行业相关厂商也开始面临生存压力，整个市场也逐渐步入深水区。

头部品牌纷纷入局，系统形式深度变革。伴随着两联供市场的进一步内卷，如何在这片市场中塑造差异化，成为头部品牌亟须解决的问题。这其中在2023年系统占比仅有1.1%的“天氟地氟”成为了突破口，可以发现伴随着行业头部品牌的强势入局，在两联供市场整体低迷的情况下，“天氟地氟”市场成为为数不多的亮点，2024年系统占比迅速提升至3.4%。“天水地水”作为占比最高的系统形式，虽然出现小幅下降，但依然占据着两联供市场的“半壁江山”。而“天氟地氟”系统由于起步较晚，并且主流品牌均为行业的流量型品牌，渠道库存蓄水尚有余力，因此市场占比仍在提升。

渠道库存高位运行，终端乏力难以为继。持续性的库存消化力弱于提货压力，导致渠道库存水位高涨，提货能力也在随之下降。因此，2024年两联供品牌代理权的变更成为市场常态。正因有新增库存统计于数据之内，2024年两联供市场方才保住个位数的下滑幅度，数据背后潜藏的风险不言而喻。值得一提的是，由于新旧代理商的库存同时存在，导致两联供市场的价格体系难以维稳，利润率持续下探。显然，在此背景下只会“卖产品”已经无法很好地适应市场，拥有核心竞争力的两联供渠道商正通过“卷工艺”的方式，靠服务价值赋能维持利润空间和市场竞争力。

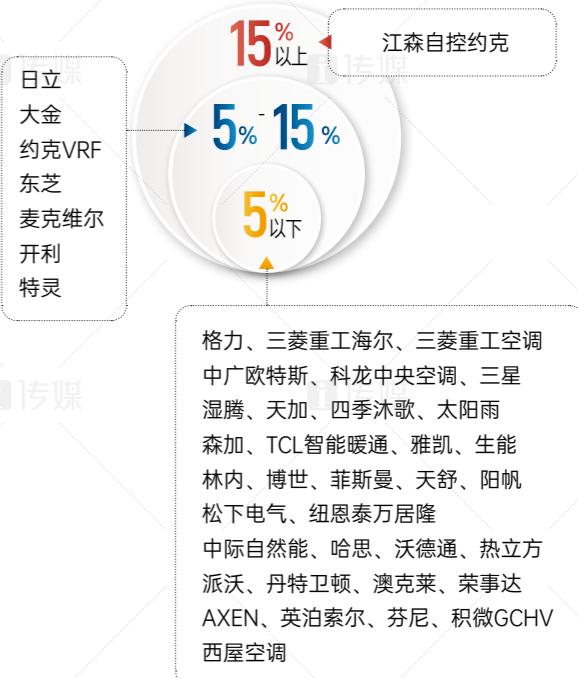
区域发展差异加大，南北东西各不相同。通过2024年两联供市场的一系列变化，区域市场之间的差异持续放大。



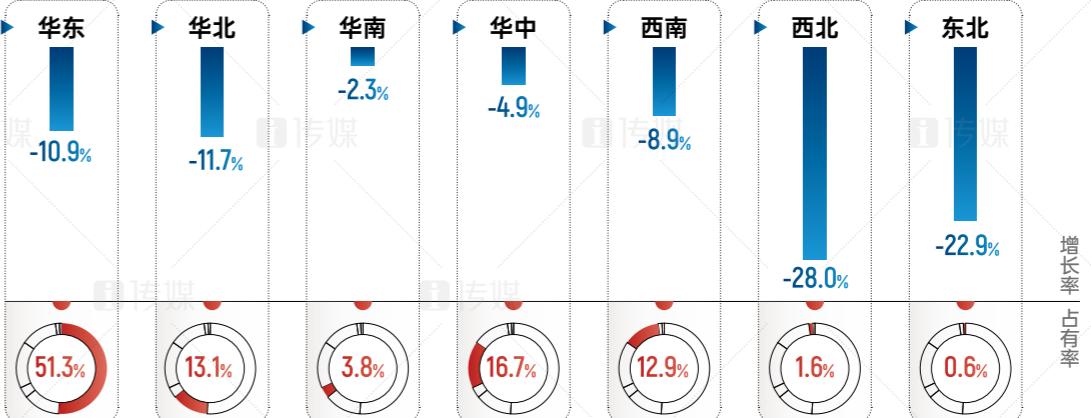
华东作为两联供市场最为权重的区域市场，供大于求已成尾大不掉之势，提前步入“后两联供”时代，将“多恒”作为发展重心。而中西部区域虽然“多恒”市场亦在起步，但两联供系统的市场地位依旧，尤其是地级市，仍有新渠道在加入其中。南方市场气候炎热，鲜有采暖需求，更多以户式水机的冷需求为主。而北方市场则更加关注“暖”的需求。

但即便出现下滑，两联供市场的长期发展依然被看好。一方面，通过国家经济政策的出台以及银行降低利率等举措，2024年房价逐渐趋向于平稳，被延迟的市场需求将随着房价回升逐步释放，客源的补充将提升两联供渠道库存的消化能力，无论是厂家还是商家，生存压力都将得到缓解；另一方面，无论是精装还是家装市场，在政策驱使下均呈现出不错的未来发展趋势，以舒适节能为核心竞争力的两联供系统在高端市场依旧具备竞争力，并且拥有“多恒”趋势的红利的加持。而家电系头部品牌开始向两联供市场发力，也将为市场全面倾注活力，这同时也意味着两联供市场在营销、技术、工艺等方面比拼也将进入一个全新的局面。

2024年度 热泵两联供机组
主流品牌销售规模占有区间



2024年度 热泵两联供机组 市场各区域增长率和占有率



更新改造

市场报告

在《2024年度中国中央空调行业发展报告》中，增设“更新改造市场报告”章节，不仅是对当下这一社会趋势的积极响应，同样也是i传媒在过去20余年所积累的行业数据的一次检验以及价值呈现。在一如既往坚持调研数据严谨性的前提下，为了更精准了解中国中央空调行业更新改造市场的情况，我们调取了从2005年开始连续十五年中国中央空调行业的整体规模数据、产品数据，以及区域数据，并进行汇总分析，以“2005-2009年”“2010-2014年”以及“2015-2019年”这三个五年作为时间节点进行归纳，最终得出本报告中相关分析的基准数据。

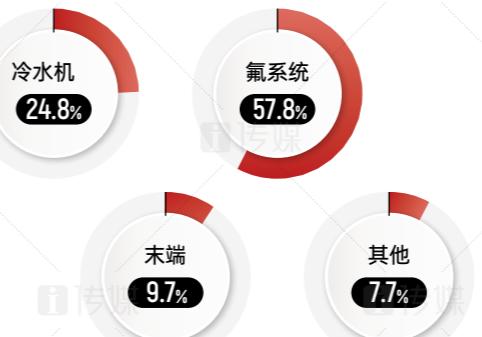
需要说明的是，这三个五年的时间节点的选择，是依据相关设备更新改造的迫切性进行划分，基于此，这三组时间可以分别指向“急需关注的设备更新市场”“重点关注的设备更新市场”以及“极具潜力的设备更新市场”这三个方向，而从目前的数据来看，这十五年的行业累计规模已经达到9000多亿，而如果从2005年再向更早的年份追溯，据不完全数据统计，依然还有千亿左右的累计规模。所以可以得出一个很明确的结论，在2020年之

前的时间里，整个中国中央空调行业累计设备规模超万亿，更新改造市场潜力巨大。

既有设备结构分析

在过去的20余年时间里，中国中央空调行业所覆盖的相关产品也在发生着迭代和变化，所以在本次报告中，仅以“冷水机”“氟系统”“末端”和“其他”这四大类进行产品格局的划分。先看向冷水机产品，根据住建部及中国建科院等平台数据显示，目前中国拥有超过600亿m³的既有建筑，为了有效撬动这一更新改造需求市场，2024年3月起，国务院发布关于印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》的通知。其中，针对“推进重点行业设备更新改造”和“加快建筑和市政基础设施领域

中国中央空调行业 更新改造市场主要产品规模占比

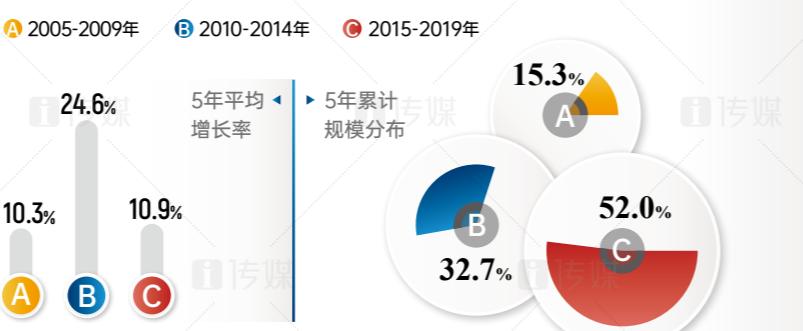


设备更新”更是做出了明确的指示，而政策及资金的推动，则是拉动冷水机产品落地更新改造的重要前提。

具体来看，包括以办公楼、购物中心、酒店为代表的商业建筑，以医院医疗、教育领域、图书馆等在内的公共建筑，以轨道交通、机场、区域能源站为代表的基础设施以及工业市场等，都已经形成规模化，而伴随着对于舒适、节能、净化以及各类工艺生产的需求的提升，无论是舒适型空调还是工艺型空调，都有着极具潜力的更新空间，包括更适配于大型公建需求的离心机、螺杆机产品，满足工业节能转型需求的溴化锂产品以及广泛应用于中小项目市场的模块机产品都将迎来大量的改造需求，更不要提配套的末端产品，同样需求广阔。

作为建筑楼宇环境中的耗能大户，中央空调行业在多年间的发展赛道上，始终聚焦于能效提升、新冷媒适应等思路精益求精，并凭借着产品和系统解决方案的优化升级，为建筑节能目标的不断突破创造了可能。正因此，早年间的冷水机产品，由于设备老化、保养不当等问题带来的能耗高，以及维护成本高，经济负担较大等问题，都成为了建筑节能趋势下迫切需要更新改造的重点目标。可以发现，在2024年诸多企业都纷纷推出围绕能效提升的更新产品解决方案，并从产品能效、系统解决方案

2005-2019年度 中国中央空调行业 平均增幅及规模分布



优化、运维管理平台升级以及适应于不同应用场景下应对方案等多方面进行展示，恰恰也验证了在节能改造趋势下，制造企业对于冷水机产品更新改造市场深挖的积极行动。

此外，在多年发展的过程中，由多联机和单元机组的氟系统产品阵营，其市场既有设备规模占据着整体的半壁江山，拥有近60%的份额，足以诱惑着每一名依然活跃在市场一线的氟系统制造企业，而这其中，多联机产品的份额又占据着更大的比例，这也解释了为什么在“节能改造”的号召下，多联机企业纵深向更新改造市场布局的行动最为积极的原因。不过，这份极高的份额也有值得推敲的地方，因为2014年其实才是氟系统产品发展的重要分水岭，而以多联机为代表的氟系统，其规模的急剧增加发生在2015-2019年这个区间，还处于“极具潜力的设备更新市场”的阶段。

当然，从改造成本、改造难度等多方面综合来看，氟系统产品的优势更加明显，而各品牌也纷纷推出了自身适用于更新改造需求的产品，大大降低了更新改造的复杂程度和投入成本水平，而备受市场的欢迎。同时，需要关注的一点是，如今的氟系统制造企业，特别是多联机制造企业，所瞄准的更新改造市场，并非仅有自身此前建立起的一片自留地，伴随着设备的性能提升，其所能构建起的整体解决方案，也同样期待能够抢占原本属于冷水机产品的市场份额，其对于更新改造市场的挖掘工作已经蓄势待发。

既有应用结构分析

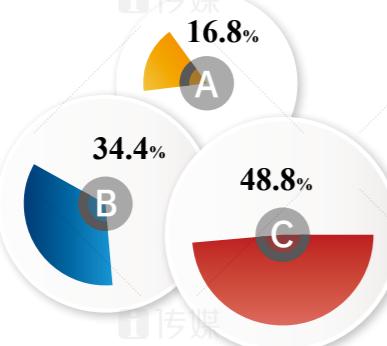
由于中国中央空调行业在多年的发展过程中，各区域所占据的份额变化不是很大，因此本报告中不再对各区域的更新改造市场规模进行赘述。但在本报告中，我们特别将2005年-2019年这十五年的时间里，中国中央空调行业更新改造市场结构进行了简单的数据拆分，并最终整理出

中国中央空调行业 更新改造市场结构分析



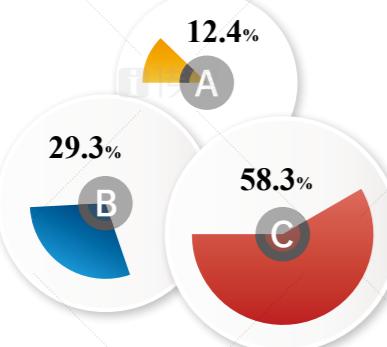
2005-2019年度 工程项目市场 规模分布

A 2005-2009年 B 2010-2014年 C 2015-2019年



2005-2019年度 家装(含配套)市场 规模分布

A 2005-2009年 B 2010-2014年 C 2015-2019年



工程项目市场和家装零售市场的占比和权重。

从数据结果上来看，工程市场改造需求多，规模大，前景可观，这是目前节能改造工作重心聚焦于工程市场的客观依据。特别要强调的是，加上各级政府和相关部门陆续出台了对设备更新的支持力度，包括专项资金补贴、税费减免、优化审批流程等，一定程度上也降低了企业选择设备更新的门槛和成本，以此也实现了对工程市场改造需求的激活。另外，在“碳中和”“碳达峰”的核心方针之下，工程市场同样也是推进这一目标实现的主力，特别是在耗能大的产业中，建筑节能和工艺节能等市场，都在向中央空调企业提出更多更新的需求。当然，零售市场也伴随着消费者对于室内环境的需求，从单一制冷热走向湿度管理、舒适采暖、空气净化等多元化功能需求，这份升级潜力同样令人期待。

不过，虽然工程市场改造前景可观，机遇巨大，但在执行层面，依然面临着一系列挑战，其中政策的落地和补贴的执行情况是最为直接的阻力。另外，受到经济环境的颓势带来的压力以及投资回报周期较长的客观因素，往往会影响用户的更新选择。再者，目前节能改造尚处于启动阶段，用户的认知度并不高，特别是对于缺少环保意识和可持续发展压力的中小企业来说，更高效节能的新产品、新技术并不足以成为打动其做出节能选择的根本动力。当然，应用于更新和改造的设备或解决方案，在与现有建筑机电设备环境的兼容性，安装施工的复杂性等问题，同样也是必须要面临的客观挑战。所以总体来说，虽然改造市场潜力可观，规模巨大，但挑战同样不小。

另外看向零售及配套市场。实际上，21世纪以来，房地产发展的不断加速，中国商品房规模也在波动中呈现出了激进的上升态势，而经济环境的变化同样也在驱动着消费能力的提升，特别是诸多企业在此期间通过门店开设、活动等品牌推广的方式，强化了家用中央空调概念的普及，最终导致在2005-2019的这十五年间，开启了多轮中国中央空调行业零售及配套市场的爆发，平均增长率更是在多年间持续突破新高。2024年，国家在以旧换新和节能补贴相关政策的刺激，为激活更新改造市场的更新改造潜力创造了条件，同样的，这一政策在未来是否能够持续释放，才是打开零售更新改造市场发展通路的关键条件。

2024

Part 4

区域能源图解

华北 (北京、山东、天津、河北、山西(含内蒙古))

华东 (江苏、浙江、上海、安徽)

西南 (四川、重庆、云贵)

西北

华中 (河南、湖北、湖南、江西)

东北

华南 (广东(含海南)、福建、广西)

江苏市场

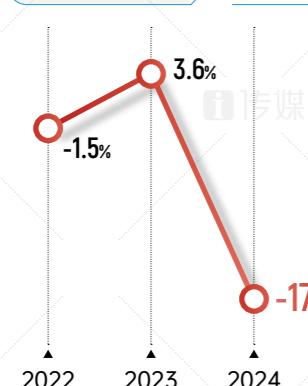
华东

更多江苏市场数据及分析
“码”上有人解答

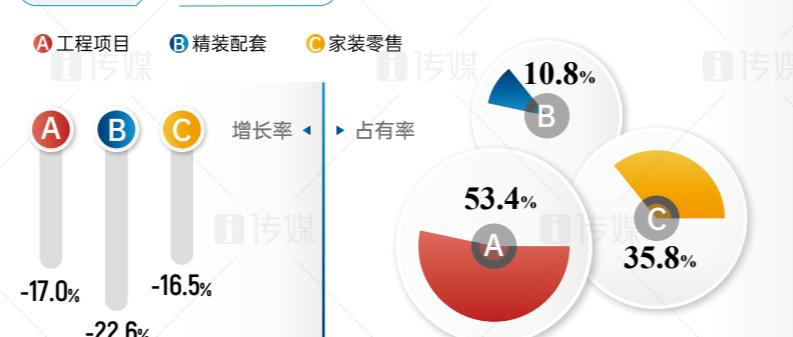
2024年度 家装零售市场 各产品增长率和占有率



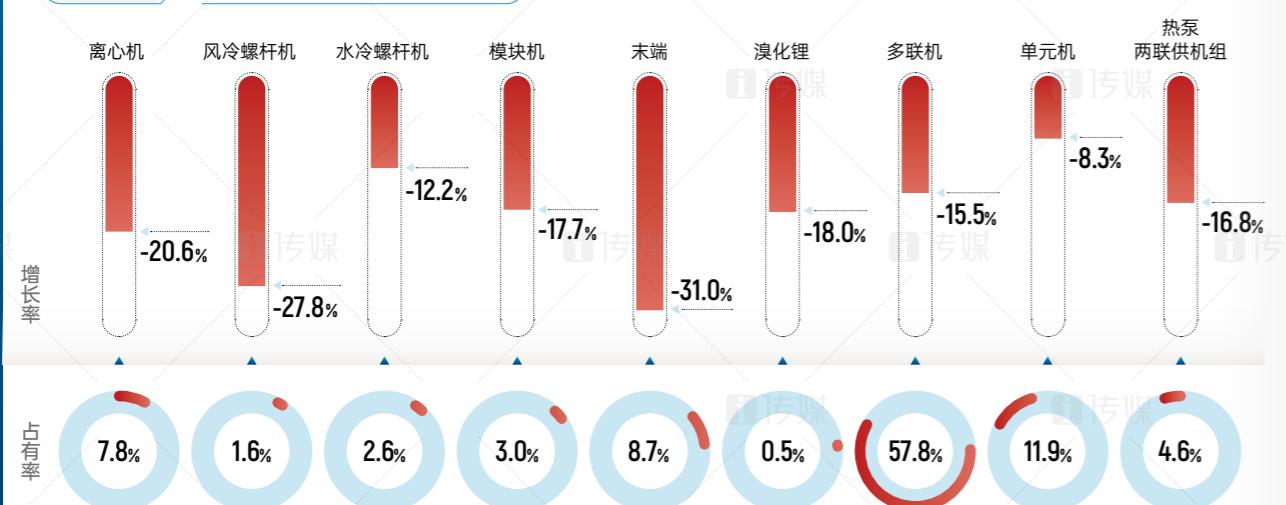
2022-2024年度 增长率对比



2024年度 市场结构分析



2024年度 九大类产品 增长率和占有率



2024年度 家装零售市场 各产品增长率和占有率

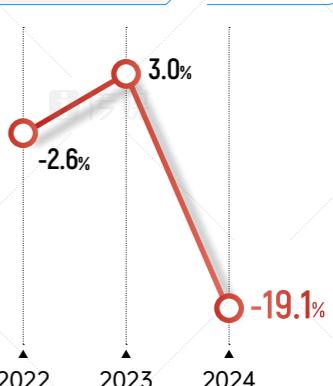


浙江市场

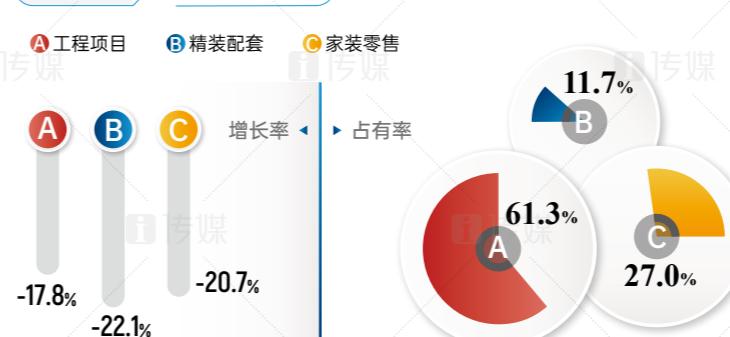
华东

更多浙江市场数据及分析
“码”上有人解答

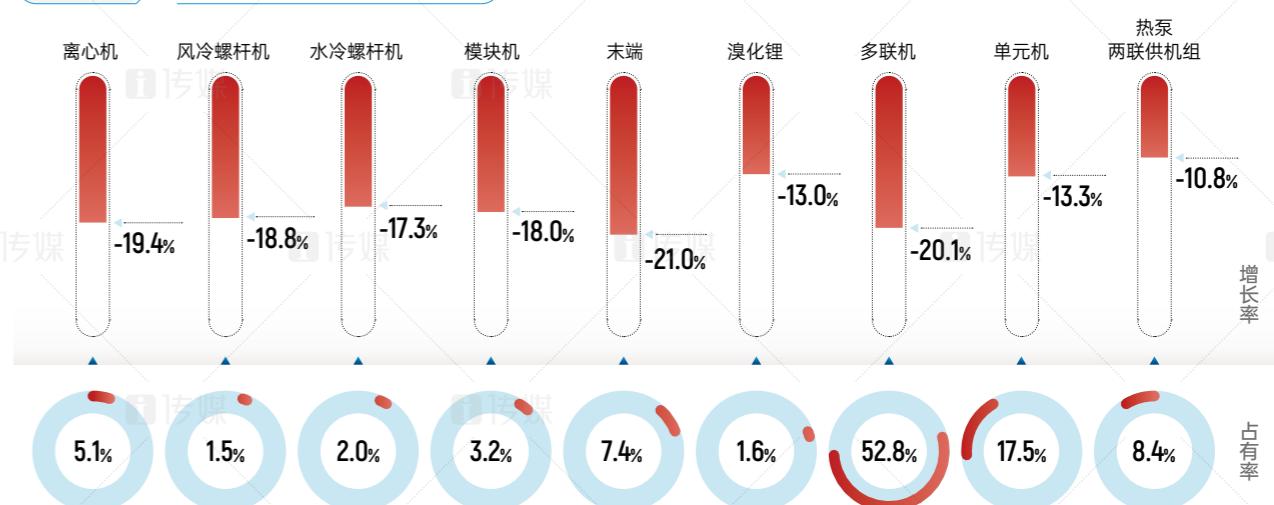
2022-2024年度 增长率对比



2024年度 市场结构分析



2024年度 九大类产品 增长率和占有率



上海市场

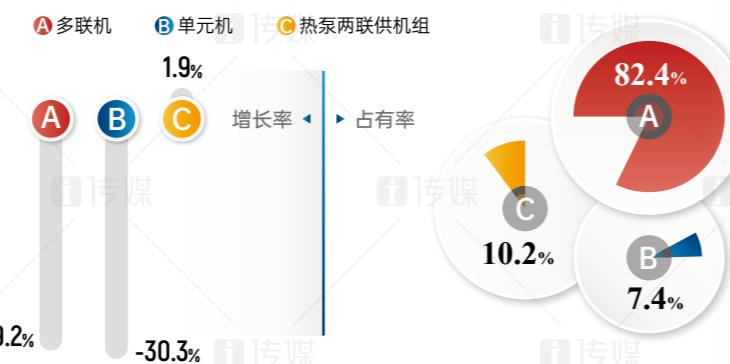
华东

更多上海市场数据及分析
“码”上有人解答

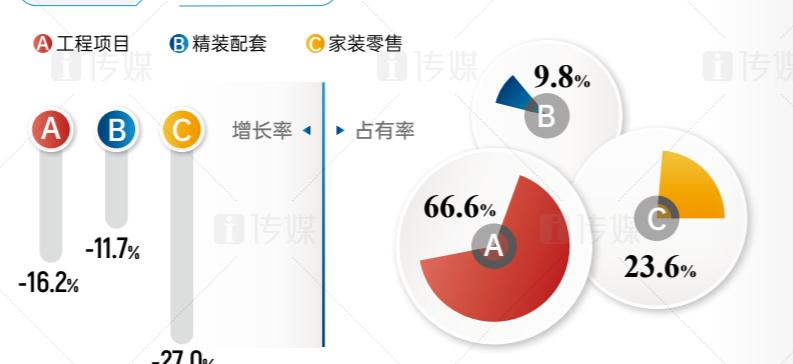
2022-2024年度 增长率对比



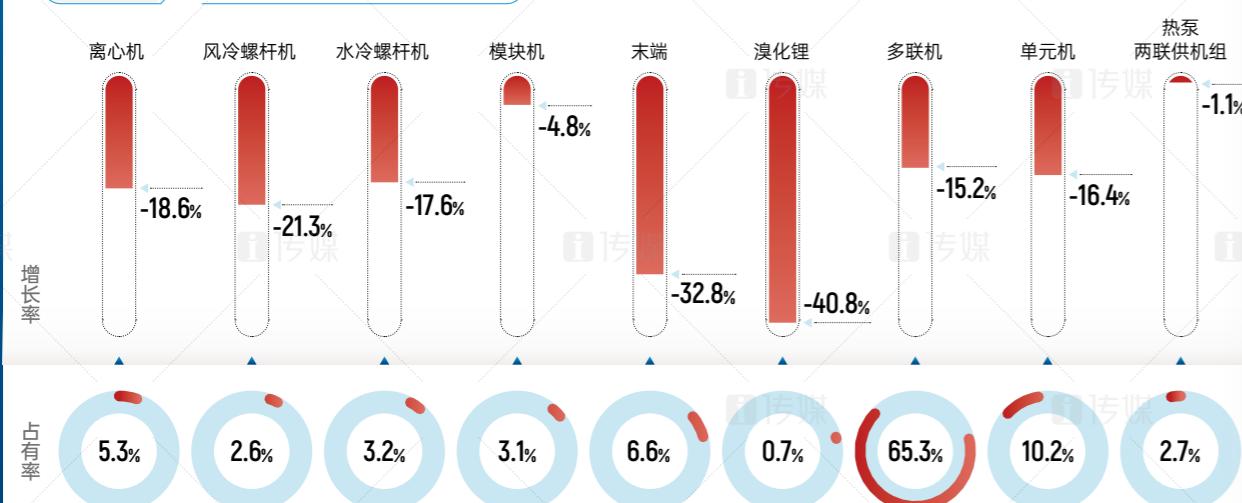
2024年度 家装零售市场 各产品增长率和占有率



2024年度 市场结构分析



2024年度 九大类产品 增长率和占有率



安徽市场

华东

更多安徽市场数据及分析
“码”上有人解答

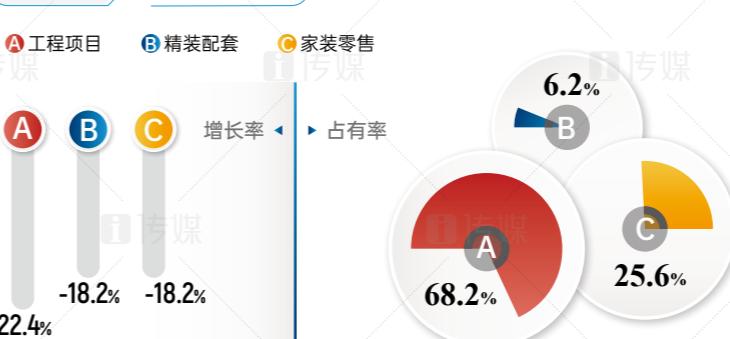
2022-2024年度 增长率对比



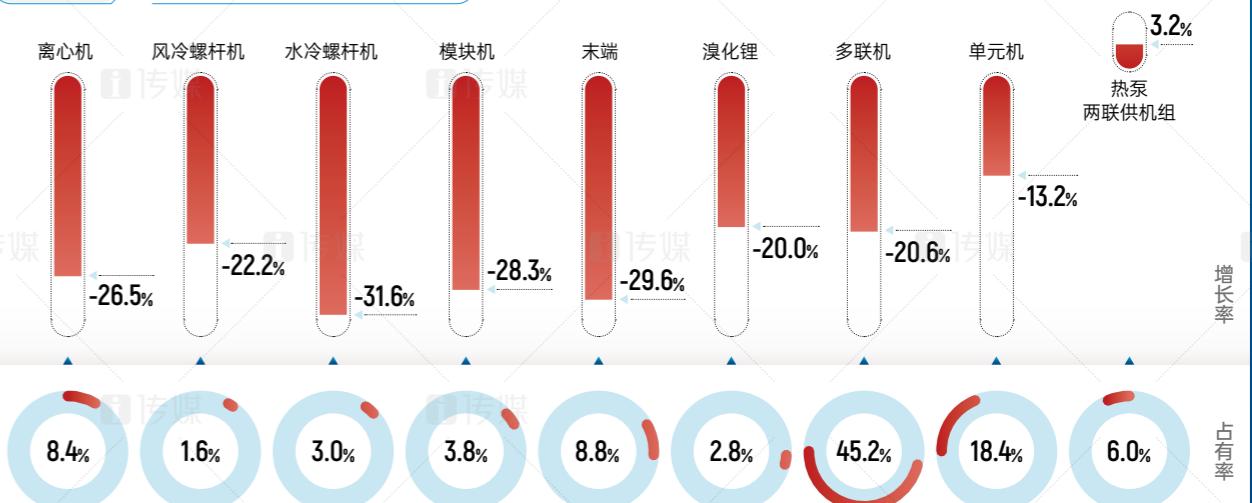
2024年度 家装零售市场 各产品增长率和占有率



2024年度 市场结构分析



2024年度 九大类产品 增长率和占有率



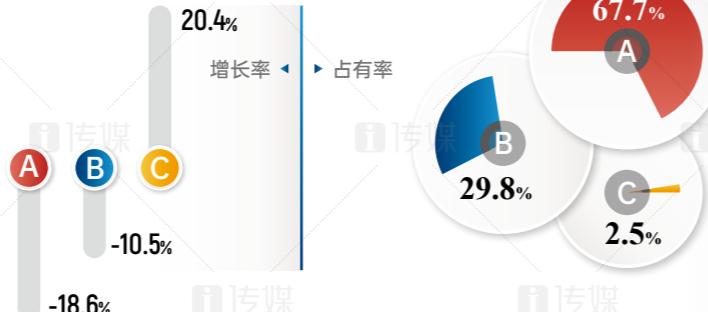
广东市场 含海南



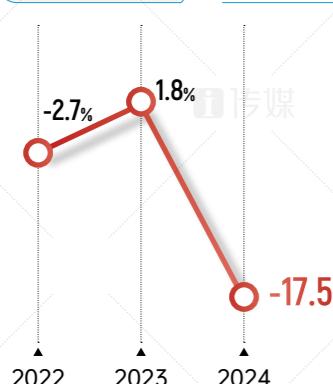
更多广东(含海南)市场数据及分析
“码”上有人解答

2024年度 家装零售市场 各产品增长率和占有率

A 多联机 B 单元机 C 热泵两联供机组



2022-2024年度 增长率对比

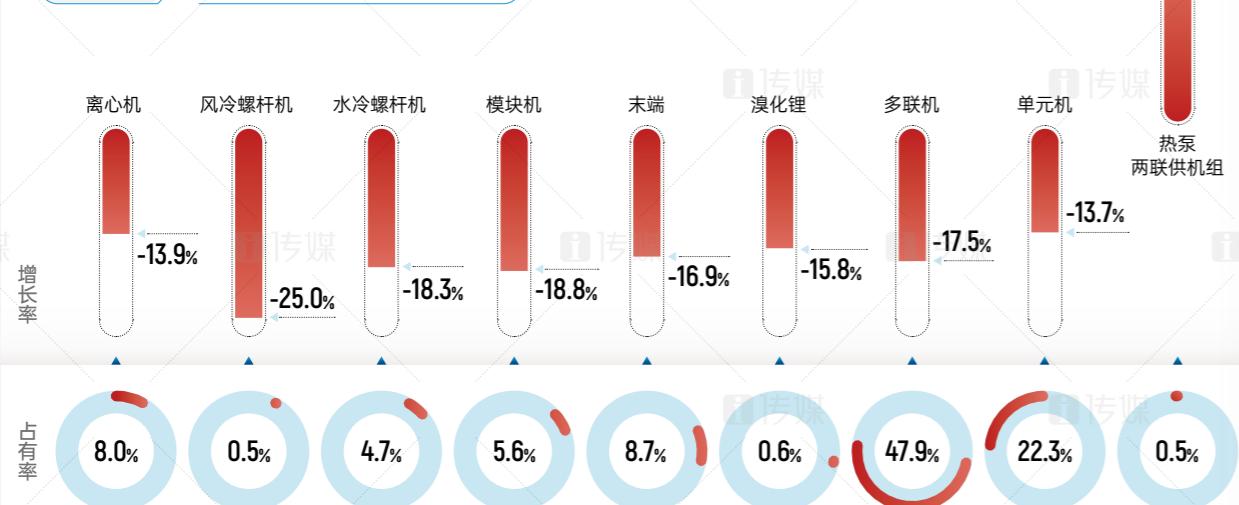


2024年度 市场结构分析

A 工程项目 B 精装配套 C 家装零售



2024年度 九大类产品 增长率和占有率



2024年度 家装零售市场 各产品增长率和占有率

A 多联机 B 单元机 C 热泵两联供机组



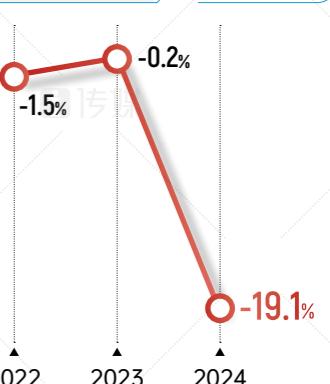
福建市场

华南



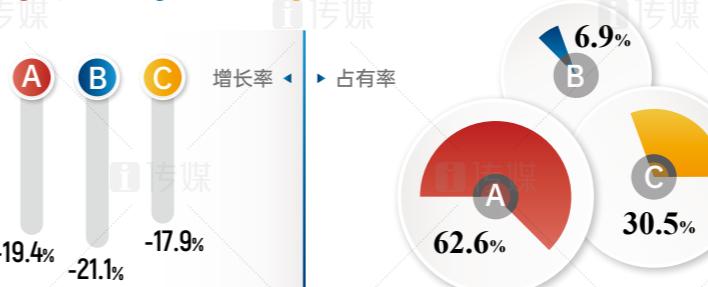
更多福建市场数据及分析
“码”上有人解答

2022-2024年度 增长率对比

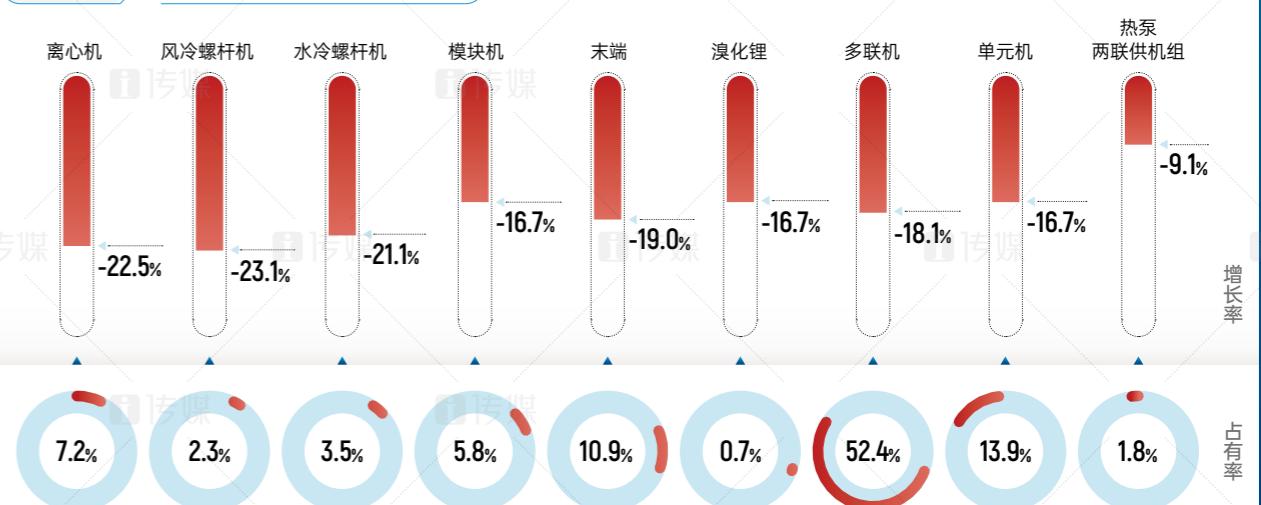


2024年度 市场结构分析

A 工程项目 B 精装配套 C 家装零售



2024年度 九大类产品 增长率和占有率



广西市场

华南

更多广西市场数据及分析
“码”上有人解答

2024年度 家装零售市场 各产品增长率和占有率

A多联机 B单元机 C热泵两联供机组

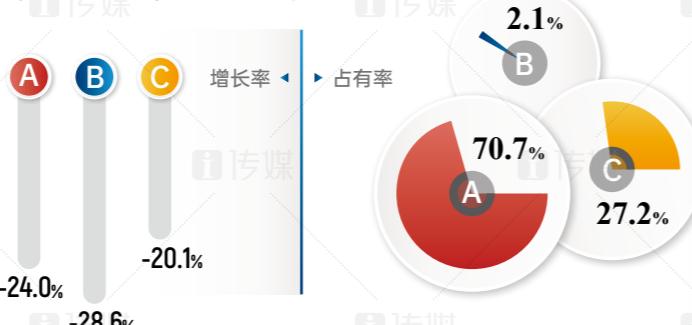


2022-2024年度 增长率对比

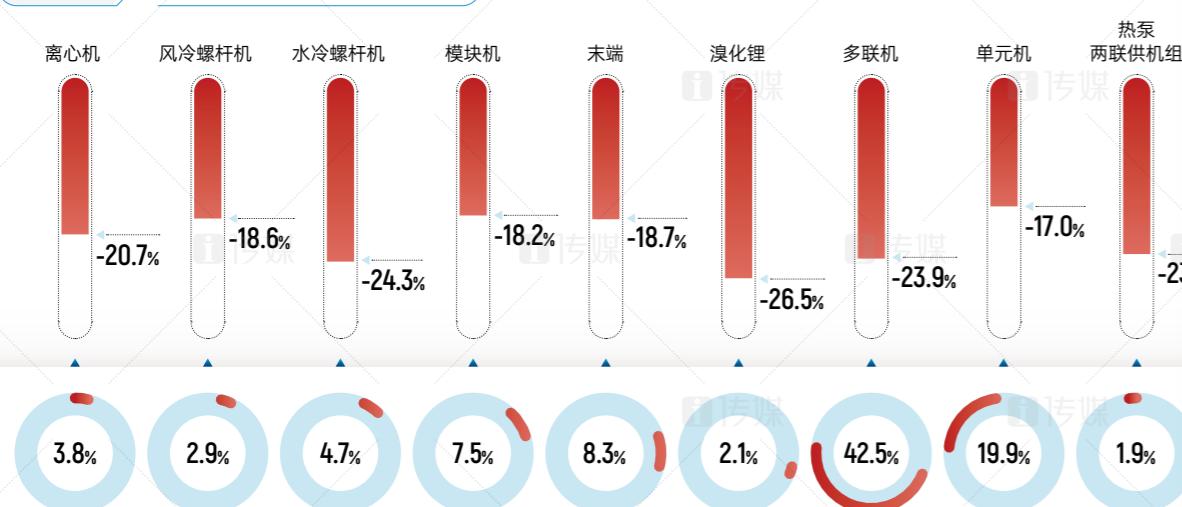


2024年度 市场结构分析

A工程项目 B精装配套 C家装零售



2024年度 九大类产品 增长率和占有率



2024年度 家装零售市场 各产品增长率和占有率

A多联机 B单元机 C热泵两联供机组



北京市场

华北

更多北京市场数据及分析
“码”上有人解答

2022-2024年度 增长率对比

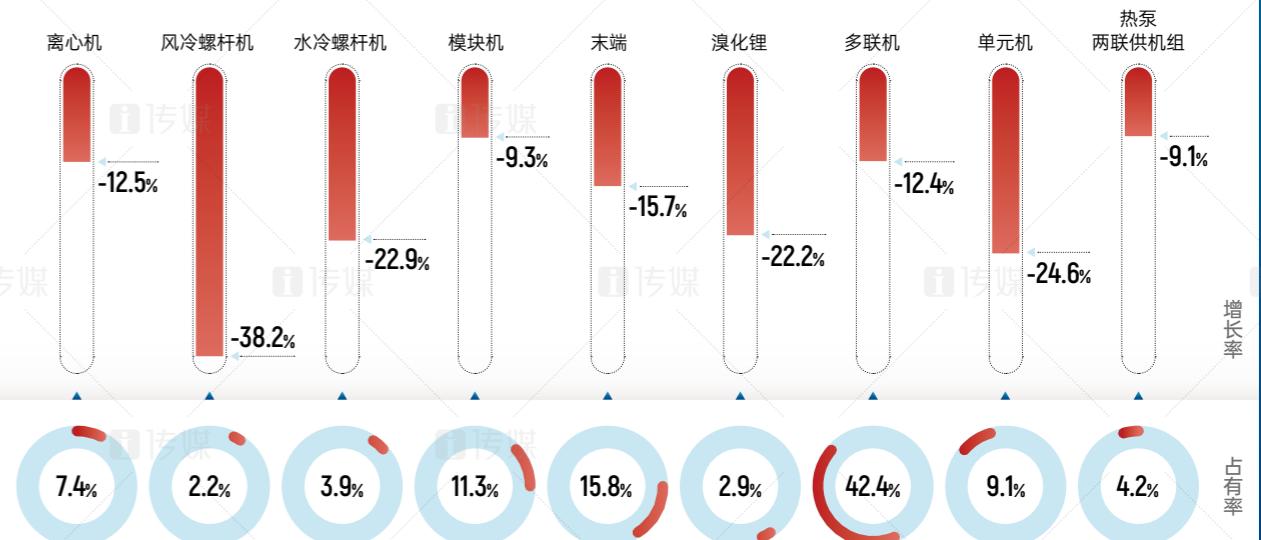


2024年度 市场结构分析

A工程项目 B精装配套 C家装零售



2024年度 九大类产品 增长率和占有率



山东市场

华北

更多山东市场数据及分析
“码”上有人解答

2024年度 家装零售市场 各产品增长率和占有率

A 多联机 B 单元机 C 热泵两联供机组

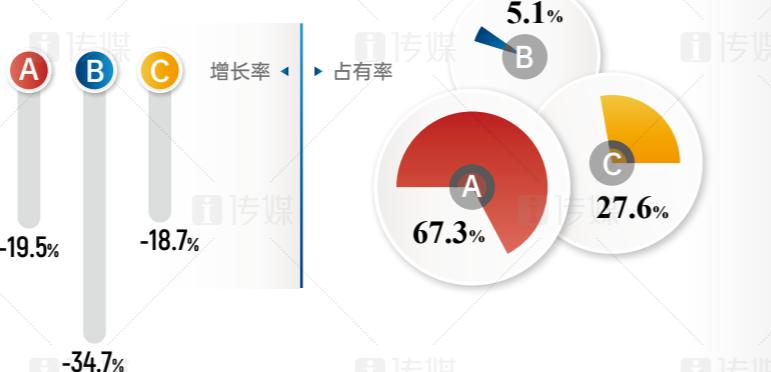


2022-2024年度 增长率对比



2024年度 市场结构分析

A 工程项目 B 精装配套 C 家装零售



2024年度 家装零售市场 各产品增长率和占有率

A 多联机 B 单元机 C 热泵两联供机组



天津市场

华北

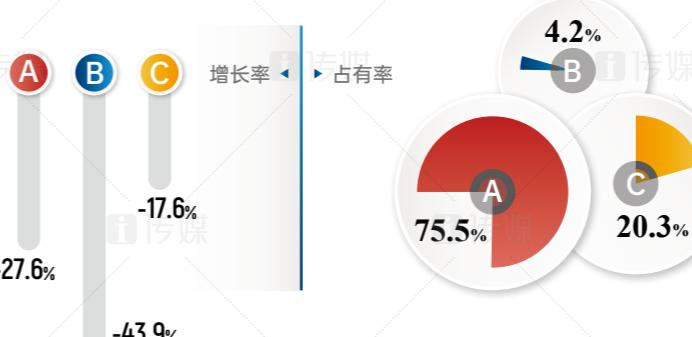
更多天津市场数据及分析
“码”上有人解答

2022-2024年度 增长率对比

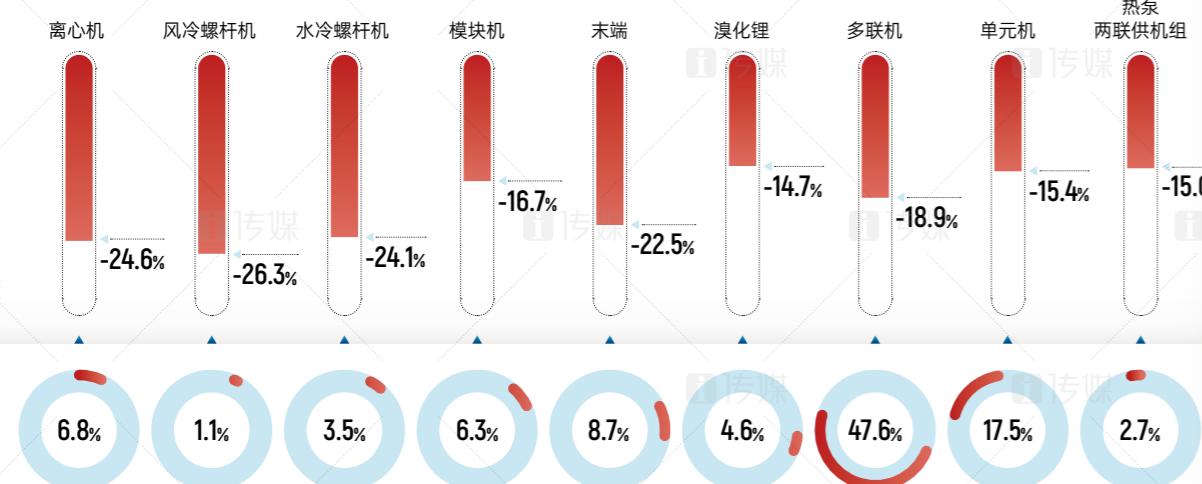


2024年度 市场结构分析

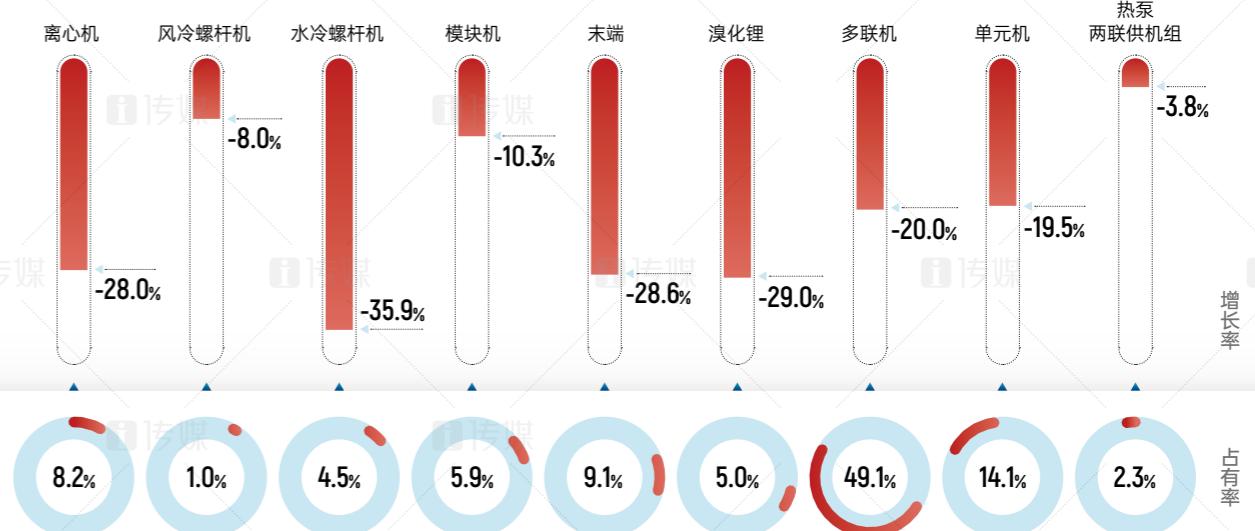
A 工程项目 B 精装配套 C 家装零售



2024年度 九大类产品 增长率和占有率



2024年度 九大类产品 增长率和占有率



河北市场

华北

更多河北市场数据及分析
“码”上有人解答

2024年度 家装零售市场 各产品增长率和占有率

A 多联机 B 单元机 C 热泵两联供机组

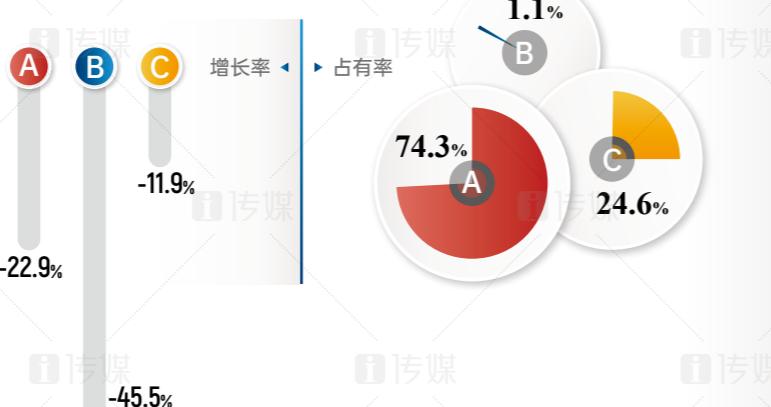


2022-2024年度 增长率对比

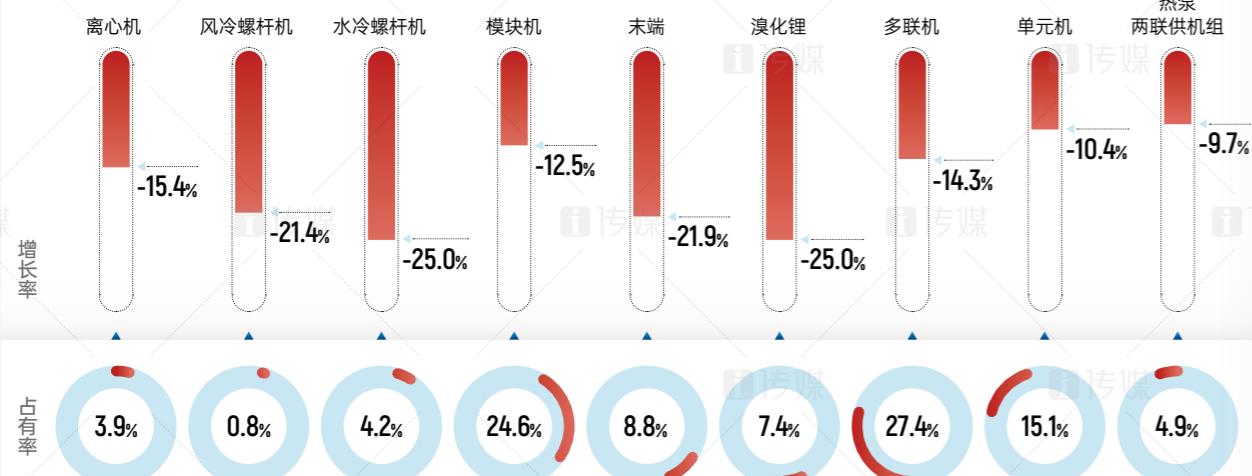


2024年度 市场结构分析

A 工程项目 B 精装配套 C 家装零售



2024年度 九大类产品 增长率和占有率



2024年度 家装零售市场 各产品增长率和占有率

A 多联机 B 单元机 C 热泵两联供机组

山西市场
含内蒙古

华北

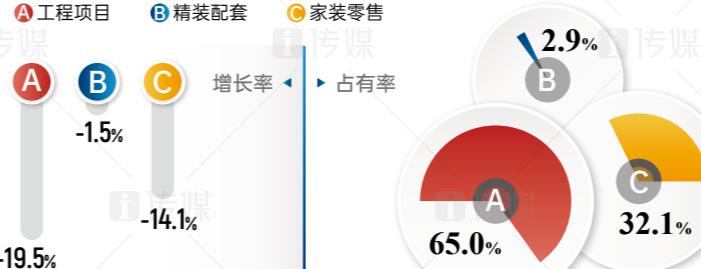
更多山西(含内蒙古)市场数据及分析
“码”上有人解答

2022-2024年度 增长率对比

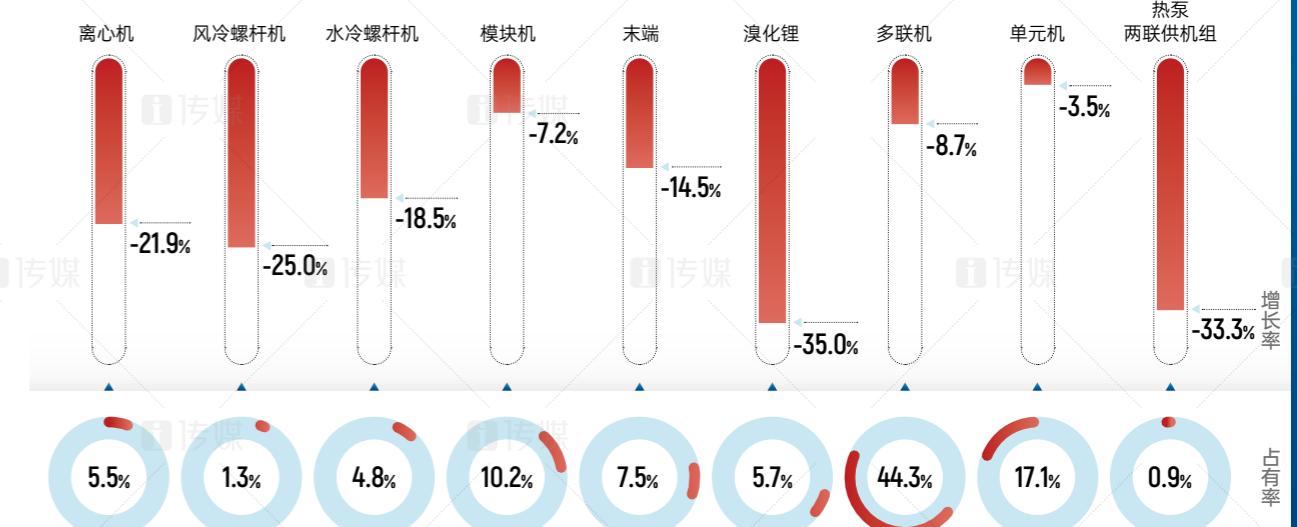


2024年度 市场结构分析

A 工程项目 B 精装配套 C 家装零售



2024年度 九大类产品 增长率和占有率



河南市场



更多河南市场数据及分析
“码”上有人解答

2024年度 家装零售市场 各产品增长率和占有率

①多联机 ②单元机 ③热泵两联供机组

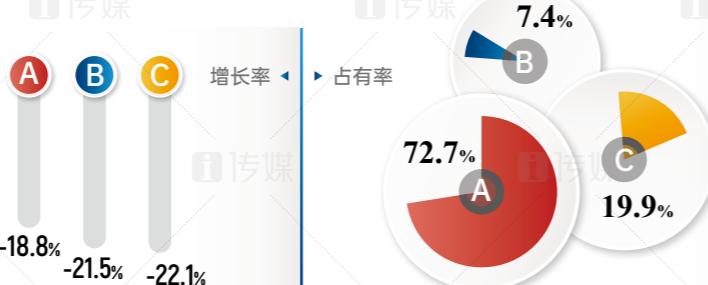


2022-2024年度 增长率对比

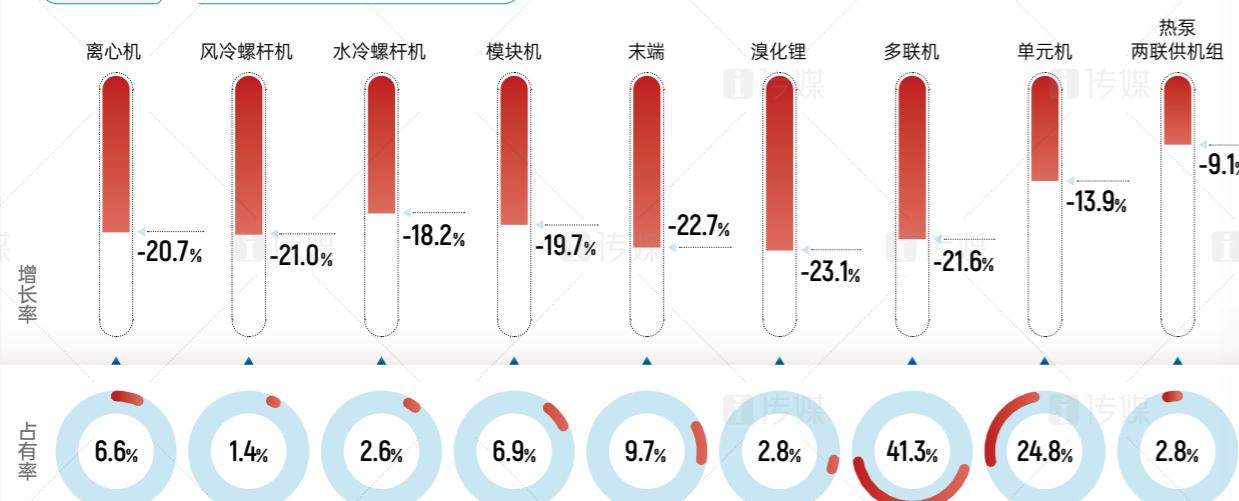


2024年度 市场结构分析

①工程项目 ②精装配套 ③家装零售



2024年度 九大类产品 增长率和占有率



2024年度 家装零售市场 各产品增长率和占有率

①多联机 ②单元机 ③热泵两联供机组



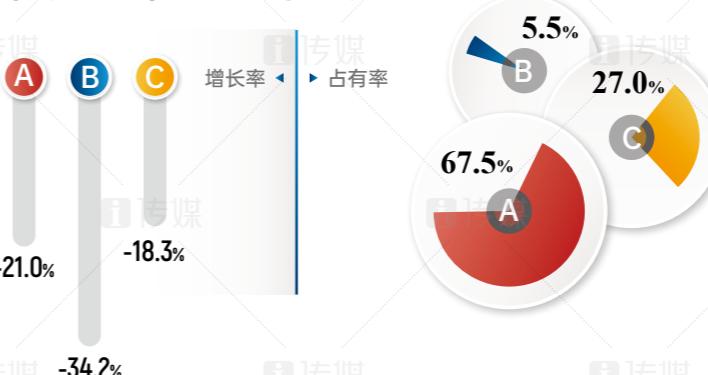
湖北市场



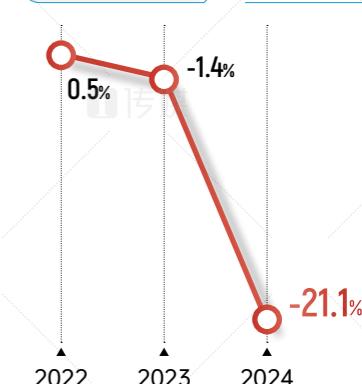
更多湖北市场数据及分析
“码”上有人解答

2024年度 市场结构分析

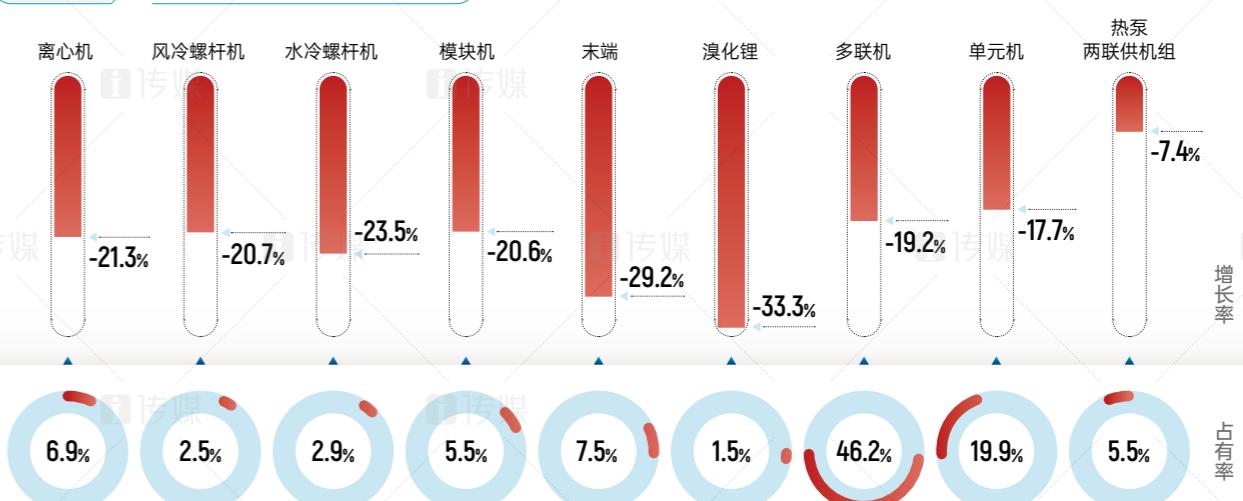
①工程项目 ②精装配套 ③家装零售



2022-2024年度 增长率对比



2024年度 九大类产品 增长率和占有率



湖南市场

华中

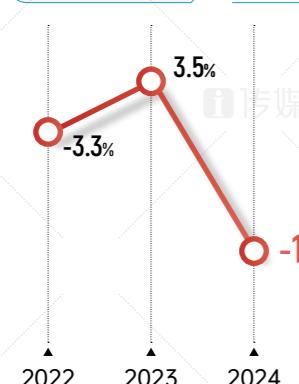
更多湖南市场数据及分析
“码”上有人解答

2024年度 家装零售市场 各产品增长率和占有率

A多联机 B单元机 C热泵两联供机组

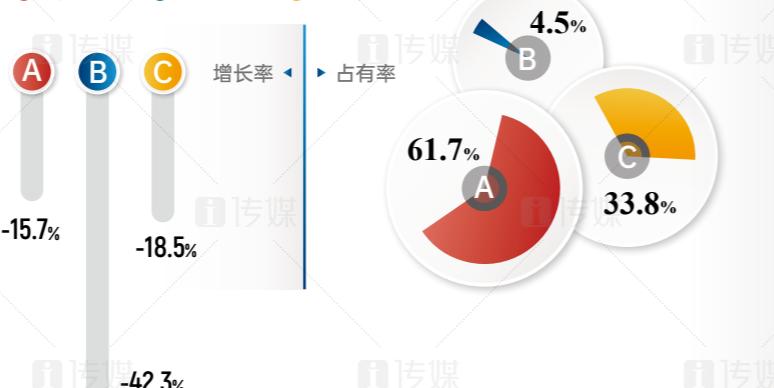


2022-2024年度 增长率对比

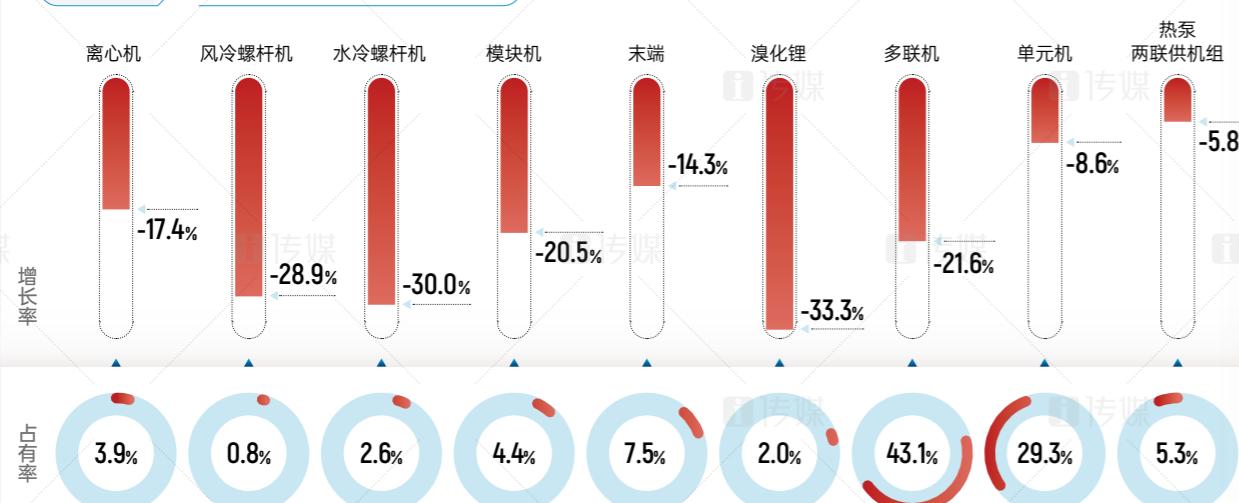


2024年度 市场结构分析

A工程项目 B精装配套 C家装零售



2024年度 九大类产品 增长率和占有率



2024年度 家装零售市场 各产品增长率和占有率

A多联机 B单元机 C热泵两联供机组



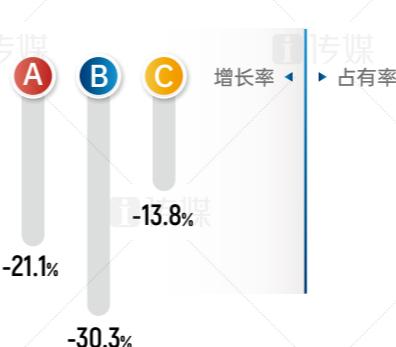
江西市场

华中

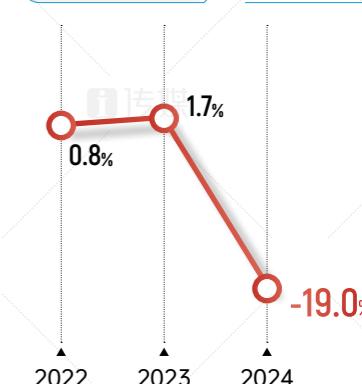
更多江西市场数据及分析
“码”上有人解答

2024年度 市场结构分析

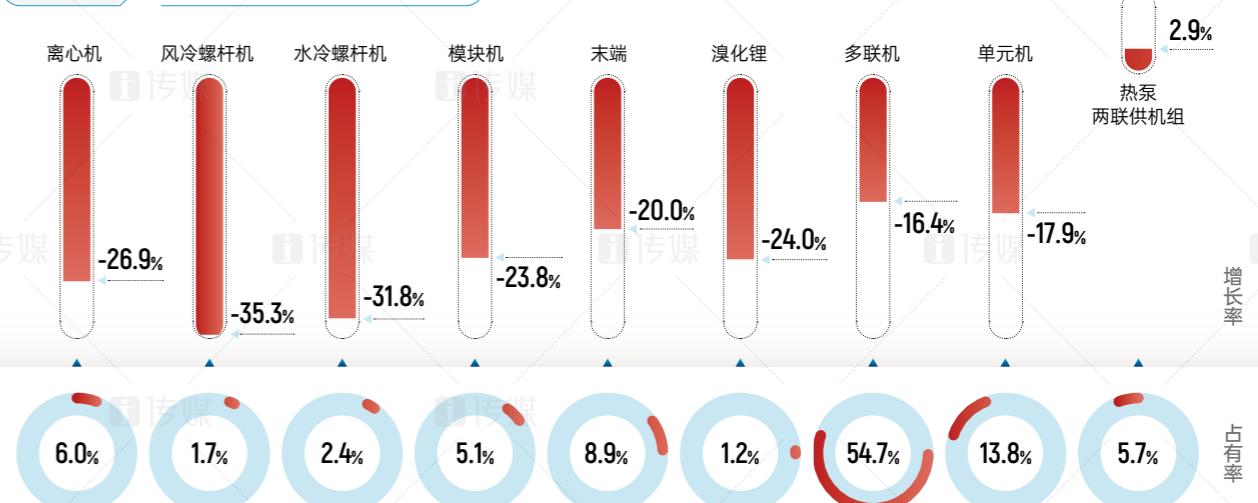
A工程项目 B精装配套 C家装零售



2022-2024年度 增长率对比



2024年度 九大类产品 增长率和占有率



四川市场

西南

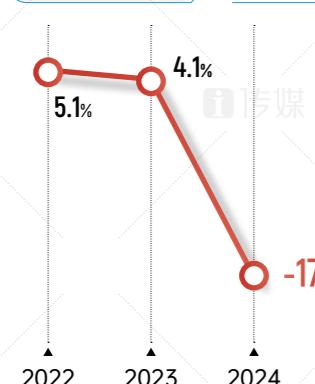
更多四川市场数据及分析
“码”上有人解答

2024年度 家装零售市场 各产品增长率和占有率

A 多联机 B 单元机 C 热泵两联供机组

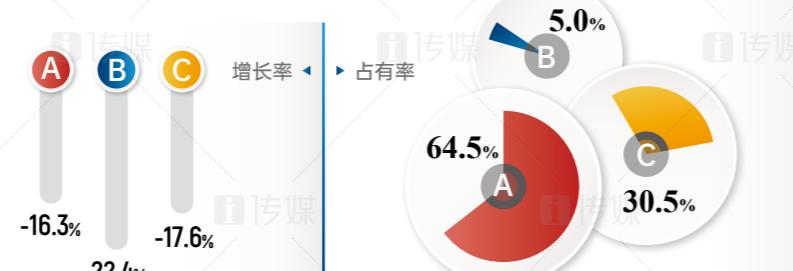


2022-2024年度 增长率对比



2024年度 市场结构分析

A 工程项目 B 精装配套 C 家装零售



2024年度 家装零售市场 各产品增长率和占有率

A 多联机 B 单元机 C 热泵两联供机组

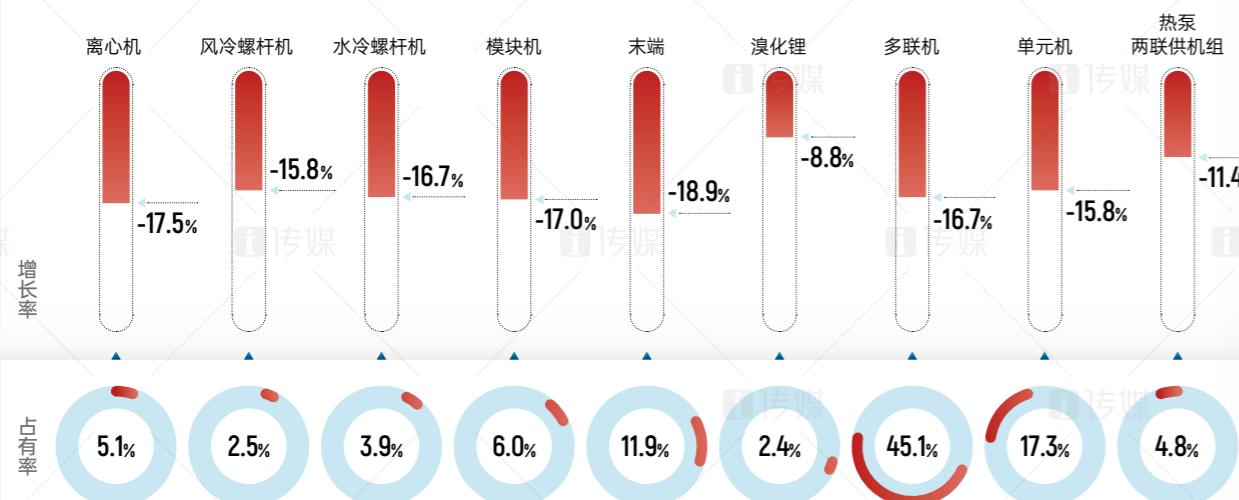


重庆市场

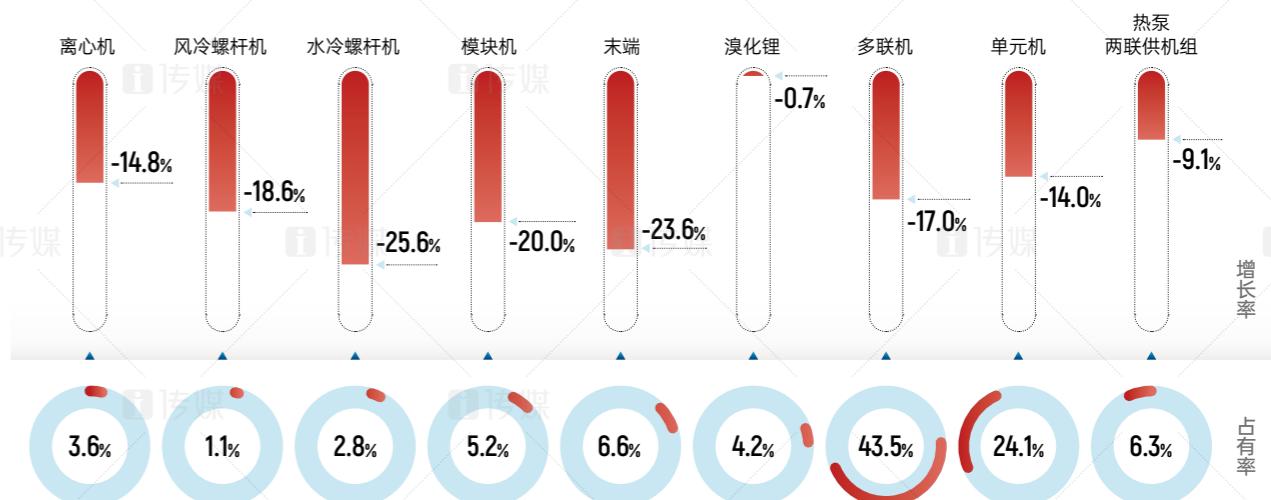
西南

更多重庆市场数据及分析
“码”上有人解答

2024年度 九大类产品 增长率和占有率



2024年度 九大类产品 增长率和占有率



云贵市场

西南

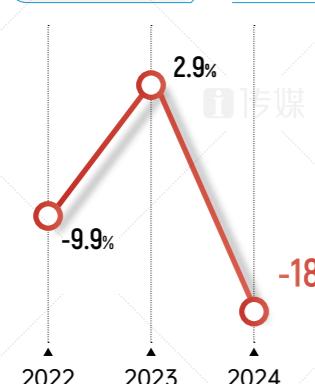
更多云贵市场数据及分析
“码”上有人解答

2024年度 家装零售市场 各产品增长率和占有率

A 多联机 B 单元机 C 热泵两联供机组

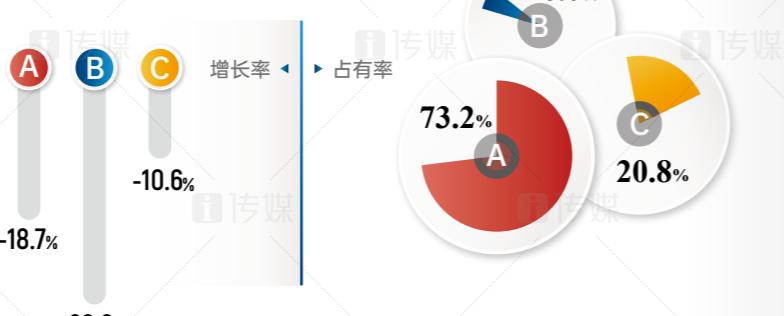


2022-2024年度 增长率对比

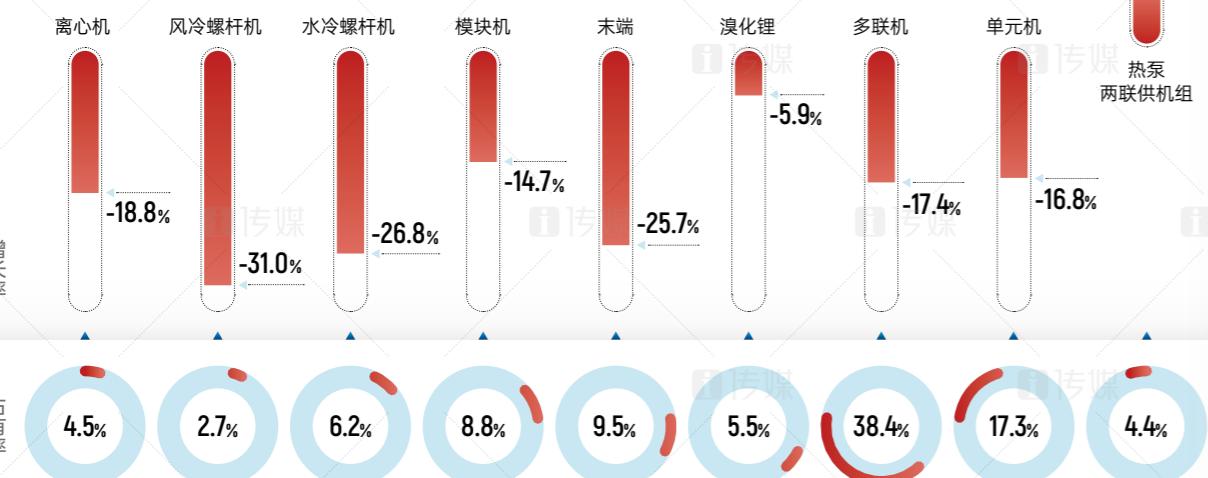


2024年度 市场结构分析

A 工程项目 B 精装配套 C 家装零售



2024年度 九大类产品 增长率和占有率



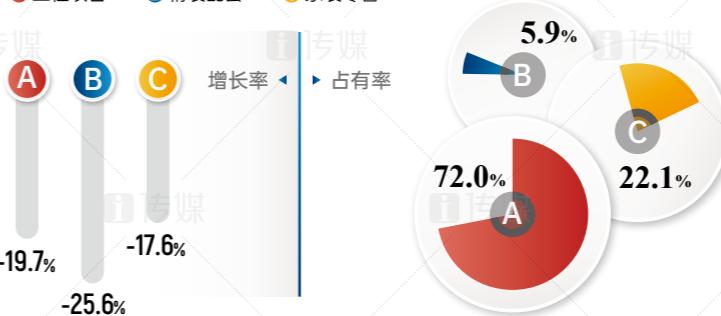
2024年度 家装零售市场 各产品增长率和占有率

A 多联机 B 单元机 C 热泵两联供机组



2024年度 市场结构分析

A 工程项目 B 精装配套 C 家装零售

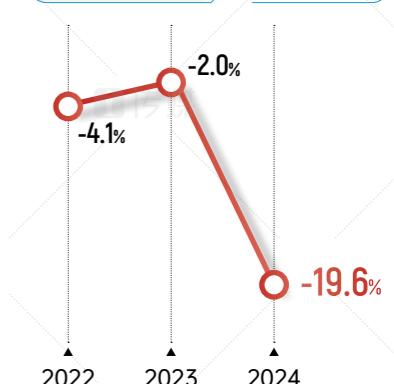


西北市场

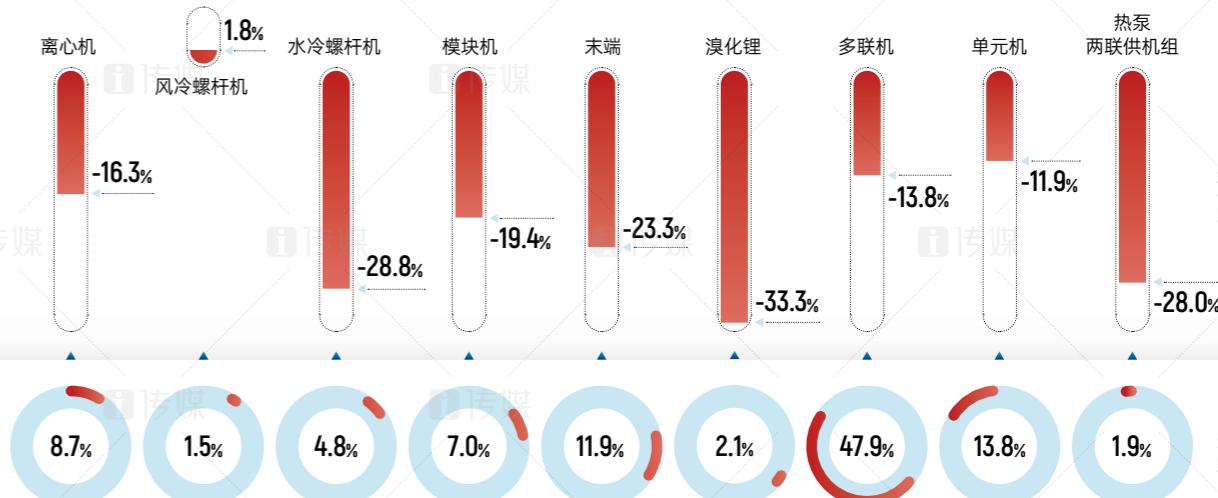
西北

更多西北市场数据及分析
“码”上有人解答

2022-2024年度 增长率对比



2024年度 九大类产品 增长率和占有率



东北市场

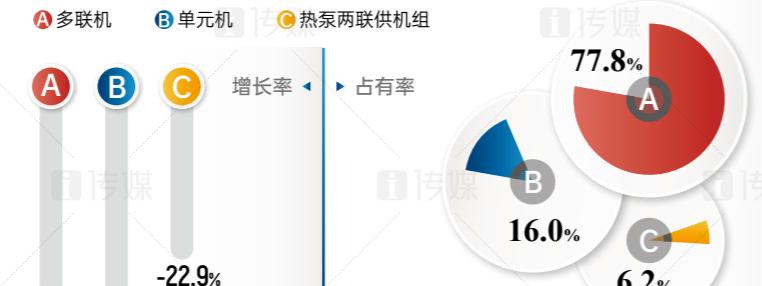
东北

更多东北市场数据及分析
“码”上有人解答

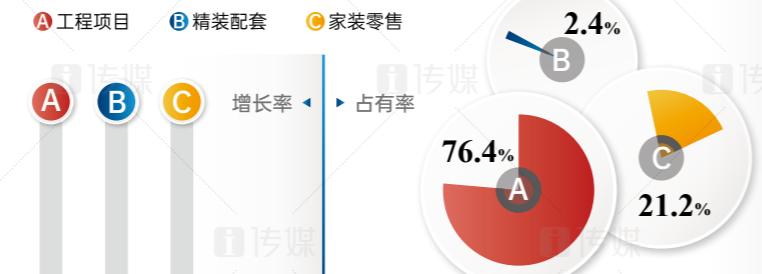
2022-2024年度 增长率对比



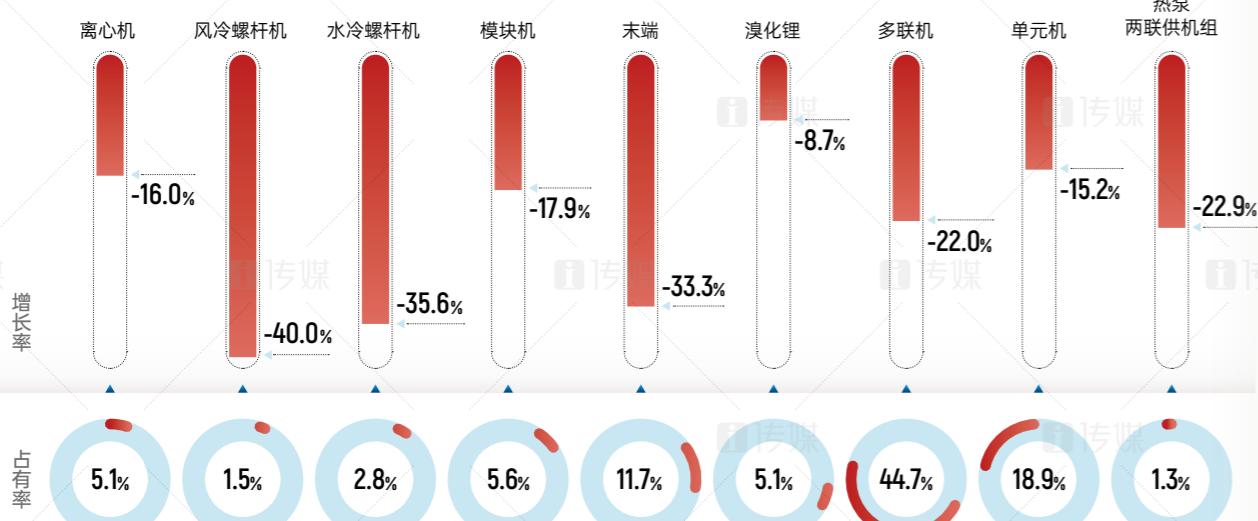
2024年度 家装零售市场 各产品增长率和占有率



2024年度 市场结构分析



2024年度 九大类产品 增长率和占有率



做视频 就找 i 传媒

我们懂行业 更懂你！



视频业务总监：仇胤 联系电话：13776853693 (微信同号)



“码”上咨询

查看视频案例