



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国新风系统市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国新风系统市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/279138.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

2014年，除了空气净化器行业持续火热，家用新风系统也趁着空气净化概念的火热势头，悄然进入中国家庭。与早已在日本、美国、德国等发达国家民用住宅得到成熟运用相比，家用新风系统在中国家庭的普及率还很低。不过，行业内不少企业正在密切关注这一领域，认为家用新风系统将是空气净化器的有效补充或者可能成为替代品。相比空气净化器，家用新风系统的特点是可以为室内提供稳定的含氧量，但中国空气污染问题不容小觑，特别是在重度雾霾天气时，引入新风系统意味着将对室内造成持续污染。再考虑装修、装饰、价格等因素，家用新风系统若想在中国市场得到进一步发展，还需要一番改良。

新风系统是根据在密闭的室内一侧用专用设备向室内送新风，再从另一侧由专用设备向室外排出，在室内会形成"新风流动场"，从而满足室内新风换气的需要。实施方案是：采用高风压、大流量风机、依靠机械强力由一侧向室内送风，由另一侧用专门设计的排风风机向室外排出的方式强迫在系统内形成新风流动场。在送风的同时对进入室内的空气进过滤、灭毒、杀菌、增氧、预热（冬天）。 新风系统结构示意图

新风系统生产企业的规模普遍较小受到一定的制约，通风空调末端本身大企业就很少，所以单独做热回收的企业更不会太大。由于新风系统生产企业的规模普遍较小，没有规模优势，难以降低成本，使得新风系统向中低端住宅市场推广步履维艰。不仅是生产规模，在生产工艺上，新风行业也存在着瓶颈。为了降低成本提高利润，新风系统的很多生产企业，都采用代加工的形式加工新风系统，并不具备自己的生产车间。另外，对于新风全热交换器的生产工艺，国内在关键技术(热交换芯体)上还没有取得突破，主要依赖进口，在一定程度上也制约了新风行业的发展速度。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 新风系统产业环境透视

第一章 新风系统产业基本概述

第一节 新风系统产业概述

一、新风系统的技术原理

二、新风系统的技术优势

三、新风系统的技术要点

四、新风系统的技术背景

五、新风系统的技术类型

六、新风系统的技术应用

由于二氧化碳比空气重，因此越接近地面含氧量越低，从节能方面来考虑，将新风系统安装在地面会得到更好的通风效果。从地板或墙底部送风口或上送风口所送冷风在地板表面上扩散开来，形成有组织的气流组织；并且在热源周围形成浮力尾流带走热量。由于风速较低，气流组织紊动平缓，没有大的涡流，因而室内工作区空气温度在水平方向上比较一致，而在垂直方向上分层，层高越大，这种现象越明显。由热源产生向上的尾流不仅可以带走热负荷，也将污浊的空气从工作区带到室内上方，由设在顶部的排风口排出。底部风口送出的新风，余热及污染物在浮力及气流组织的驱动力作用下向上运动，所以地送风新风系统能在室内工作区提供良好的空气品质。 2015年中国新风系统不同应用领域市场份额状况

2014年新风系统在居家建筑领域的市场规模达到20.5亿元，同比增长44.53%，家具建筑领域序曲增长速度快于整个行业增长速度，主要是由于近年出现的儿童与中老年人呼吸道疾病，儿童白血病患者快速增加，经过国家疾病控制中心调查，表明这些病患者，90%都在新装修的房子居住过半年或以上，室内空气污染是儿童白血病的主要原因，而非室外空气污染，中国政府已经开始制订新建住宅的新风配置标准，这些都带动家具建筑领域新风系统需求快速增长。 2010-2014年新风系统在居家建筑领域的市场规模

2010-2014年新风系统在公共建筑领域的市场规模

2010-2015年新风系统在工业建筑领域的市场规模

第二节 新风系统的相关概述

一、开窗通风

二、排气扇通风

三、空气净化

四、中央管道新风系统

五、单体新风系统

六、机房节能新风系统

七、单向流新风系统

单向流系统是基于机械式通风系统三大原则的中央机械式排风与自然进风结合而形成的多元化通风系统，由风机、进风口、排风口及各种管道和接头组成的。安装在吊顶内的风机通过管道与一系列的排风口相连，风机启动，室内混浊的空气经安装在室内的吸风口通过风机排出室外，在室内形成几个有效的负压区，室内空气持续不断的向负压区流动并排出室外，室外新鲜空气由安装在窗框上方（窗框与墙体之间）的进风口不断的向室内补充，从而一直呼吸到高品质的新鲜空气。该新风系统的送风系统，但无须送风管道的连接，而排风管道一般安装于过道、卫生间等通常有吊顶的地方，基本上不额外占用空间。

八、双向流新风系统

双向流新风系统是基于机械式通风系统三大原则的中央机械式送、排风系统，并且是对单向流新风系统有效的补充。在双向流系统的设计中排风主机与室内排风口的位置与单向流分布基本一致，不同的是双向流系统中的新风是由新风主机送入。新风主机通过管道与室内的空气分布器相连接，新风主机不断的把室外新风通过管道送入室内，以满足人们日常生活所需新鲜、有质量的空气。排风口与新风口都带有风量调节阀，通过主机的动力排与送来实现室内通风换气。

九、地送风系统

由于二氧化碳比空气重，因此越接近地面含氧量越低，从节能方面来考虑，将新风系统安装在地面会得到更好的通风效果。从地板或墙底部送风口或上送风口所送冷风在地板表面上扩散开来，形成有组织的气流组织；并且在热源周围形成浮力尾流带走热量。由于风速较低，气流组织紊动平缓，没有大的涡流，因而室内工作区空气温度在水平方向上比较一致，而在垂直方向上分层，层高越大，这种现象越明显。由热源产生向上的尾流不仅可以带走热负荷，也将污浊的空气从工作区带到室内上方，由设在顶部的排风口排出。底部风口送出的新风，余热及污染物在浮力及气流组织的驱动力作用下向上运动，所以地送风新风系统能在室内工作区提供良好的空气品质。

第二章 2015年中国建筑节能市场透析

第一节 国外建筑节能发展情况

一、美国全面推进建筑节能发展

二、德国利用技术降低建筑耗能

三、比利时节能环保推动建筑业

第二节 中国建筑节能背景

一、建筑节能在中国发展的重要性

二、国家大力支持发展建筑节能

三、国内新风系统现状分析

在我国新风系统企业中，年销售额突破一亿大关的品牌仅占总数的2%，销量在5000万元到1亿元的品牌占比5%，2000万-5000万元的品牌占比为17%，1000万元-2000万元的品牌占比44%，1000万元以下品牌则占比32%。随着中国新风市场的增速发展，品牌数量还将继续增加，在面对快速扩张的中国新风市场，“新风行业标准欠缺，亟需规范”的呼声将越来越高。我们清晰地看到，2015年我国新风市场的增速虽可圈可点，但是，粗放式的发展应尽快引起大家的重视和改善，尤其在家装市场的问题表现尤为突出。 2010 - 2014年我国国新风系统销售额及增速走势图

我国国新风系统销量预测（亿元）

四、中国新风系统市场特色

第三节 建筑节能技术发展

一、外墙保温技术

二、太阳能光电和光热技术

三、地源热泵技术

四、热管在建筑废热（冷）回收中的应用

五、相变蓄热材料的应用

第四节 建筑节能市场潜力

第二部分 新风系统行业深度分析

第三章 2015年中国新风系统行业市场发展环境分析

第一节 2015年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

第二节 2015年中国新风系统行业政策环境分析

一、新风系统产品标准分析

二、新风系统相关政策分析

三、健康室内空气的标准

第三节 2015年中国新风系统行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四节 2015年中国新风系统行业技术环境分析

第四章 2015年中国新风系统行业发展概述及重要性分析

第一节 2015年中国新风系统行业发展概述

一、新风系统行业特点分析

二、新风系统-家居健康新“风”尚

三、抗菌管道在新风系统中的重要性

第二节 2015年中国新风系统行业重要性

一、空气品质与生命

二、空气品质与健康

三、空气品质与生活

第三节 2015年中国新风系统行业发展存在问题分析

第五章 2015年中国新风系统行业运行态势分析

第一节 2015年中国新风系统行业运行动态

一、新风系统已是高档住宅的品质象征

二、中央空调新风系统设计规范深入分析

三、新风系统掀起室内空气治理“革命”

第二节 2015年中国新风系统行业运行走势分析

- 一、古耐新风系统引领中国城市家庭进入健康呼吸时代
 - 二、三菱电机在星河湾空调新风系统中的应用
 - 三、新风系统设计趋势分析
- 第三节 2015年中国新风系统行业市场销售模式分析

第六章 2015年中国新风系统行业运行重点品牌走势分析

第一节 2015年森德新风系统行业运行动态

- 一、森德新风系统引爆室内空气战争
- 二、森德新风系统：节能将是环保的主要趋势
- 三、森德新风系统：健康来源于生活的态度

第二节 2015年招商嘉铭珑原新风系统解析

- 一、智能新风，节约能源
- 二、不必开窗，静享自然新风
- 三、便于维护，长效使用

第七章 2015年中国新风系统行业市场供需形势分析

第一节 2015年中国新风系统行业市场供需分析

- 一、新风系统供给情况分析
- 二、新风系统需求分析
- 三、新风系统消费者调研分析

第二节 2015年不同规格的中央新风系统原理优势分析

- 一、自平衡式新风系统原理及特点
- 二、湿控式新风系统原理及特点
- 三、感应式新风系统原理及特点

第三节 2015年中国新风系统主要产品市场分析

第八章 2015年中国风机行业发展走势分析

第一节 2015年中国风机行业发展概况

- 一、中国风机行业发展的历程
- 二、国内风机产品需求概况
- 三、我国风机制造呼唤质量过硬的“自主品牌”
- 四、新风系统细分市场发展

第二节 2011-2015年中国风机产量数据统计分析（按季度更新）

一、2011-2014年中国风机产量数据分析

二、2015年中国风机产量数据分析

三、2015年年中国风机产量增长性分析

第三节 2015年中国风机行业发展面临的问题

第九章 2014-2015年中国风机进出口数据监测分析

第一节 2014-2015年中国风机进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2011-2015年中国风机出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2014-2015年中国风机进出口平均单价分析

第四节 2014-2015年中国风机进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第三部分 新风系统行业竞争格局分析

第十章 2015年中国新风系统行业市场竞争格局分析

第一节 2015年中国新风系统行业竞争现状分析

一、新风系统行业竞争程度分析

二、新风系统技术竞争分析

第二节 2015年中国新风系统行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

第三节 2015年中国新风系统企业提升竞争力策略分析

第十一章 2015年世界新风系统行业优势企业在华市场分析

第一节 森德（中国）暖通设备有限公司

一、企业基本概述

二、企业运行形势分析

三、企业产品在华市场分析

四、企业未来发展规划

第二节 兰舍（NATHER）集团

一、企业基本概述

二、企业运行形势分析

三、企业产品在华市场分析

四、企业未来发展规划

第三节 美国闻森新风系统

一、企业基本概述

二、企业运行形势分析

三、企业产品在华市场分析

四、企业未来发展规划

第四节 法国奥特雷格中央新风系统公司

一、企业基本概述

二、企业运行形势分析

三、企业产品在华市场分析

四、企业未来发展规划

第十二章 2015年中国新风系统行业知名企业竞争力分析

第一节 广东美的环境电器制造有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

第二节 广东松下环境系统有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

第三节 奥得奥科技（厦门）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业发展规划

第四节 其它企业分析

一、北京金辉伟业新风系统有限公司

二、爱迪士（上海）室内空气技术有限公司

三、大金（中国）投资有限公司

第四部分 新风系统行业发展前景展望

第十三章 2016-2022年中国新风系统行业发展前景预测分析

第一节 2016-2022年中国新风系统产品发展趋势预测分析

一、风机制造行业预测分析

1、竞争者分析

2、行业潜在进入者威胁

3、行业供应商议价能力

4、行业购买商议价能力

5、行业替代品威胁分析

二、新风系统技术方向分析

三、新风系统市场规模预测分析

第二节 2016-2022年中国新风系统行业市场发展前景预测分析

一、新风系统需求规模预测分析

二、新风系统市场需求预测分析

第三节 2016-2022年中国新风系统行业市场盈利能力预测分析

第四节 “十三五”新风系统规划发展分析

一、“十三五”期间新风系统发展机遇分析

二、我国节能环保“十三五”规划纲要

第十四章 2016-2022年中国新风系统产业投资机会与风险研究

第一节 2016-2022年中国新风系统产业投资机会分析

一、地区投资机会研究

二、行业投资机会研究

第二节 2016-2022年中国新风系统产业投资风险分析

一、政策法律风险分析

二、市场风险分析

三、技术风险分析

四、经营风险分析

第三节 新风系统行业品牌战略

一、品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第四节 新风系统行业重点客户战略

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、实施重点客户战略要重点解决的问题

四、重点客户管理功能

五、对重点客户的营销策略

第五节 新风系统行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第六节 专家建议

一、政策保障是新风系统产业发展的重要基础

二、标准规范是新风系统产业发展的重要基石

三、资本参与是新风系统产业发展的重要推力

图表目录:

图表：2011-2015年中国GDP变动轨迹

图表：2011-2015年中国CPI波动情况

图表：2011-2015年中国PPI波动情况

图表：2011-2015年全国居民人均可支配收入情况

图表：我国恩格尔系数变化

图表：2011-2015年全部工业增加值及增长速度

图表：2011-2015年中国固定资产投资历史变动轨迹

图表：2015年全国居民人均消费支出及其构成

图表：新风系统应用领域占比分析

图表：新风系统在家庭建筑领域的应用需求

图表：新风系统在公共建筑方面应用需求

图表：2011-2014年我国风机产量数据

图表：2015年1-10月我国风机产量数据

图表：2014-2015年中国风机进口数量分析

图表：2014-2015年中国风机进口金额分析

图表：2014-2015年中国风机出口数量分析

图表：2014-2015年中国风机出口金额分析

图表：2014-2015年中国风机进口平均单价分析

图表：2014-2015年中国风机出口平均单价分析

图表：2014年我国风机进口国家及地区分析

图表：2015年我国风机进口国家及地区分析

图表：2014年中国风机出口国家和地区分析

图表：2015年中国风机出口国家和地区分析

图表：中国新风系统企业集中度

图表：广东美的环境电器制造有限公司经营分析

图表：广东松下环境系统有限公司主要经济指标

图表：奥得奥科技（厦门）有限公司主要经济指标

图表：爱迪士（上海）室内空气技术有限公司主要经济指标

图表：大金公司主要经济数据

图表：我国风机市场竞争分析

图表：行业供应商议价能力

图表：行业购买商议价能力

图表：2016-2022年我国新风系统市场规模预测

图表：2016-2022年我国家庭建筑行业新风系统规模

图表：2016-2022年我国公共建筑行业新风系统规模

图表：2016-2022年我国工业建筑行业新风系统规模

图表：2011-2015年我国建筑业增加值及其增长速度

图表：2015年分行业固定资产投资及其增长速度

图表：四种基本的品牌战略

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域SWOT战略分析图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/279138.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。