

## 2024-2029年我国新风系统行业发展分析及市场趋势研判报告

## 报告简介

新风系统是由送风系统和排风系统组成的一套独立空气处理系统，它分为管道式新风系统和无管道新风系统两种。管道式新风系统由新风机和管道配件组成，通过新风机净化室外空气导入室内，通过管道将室内空气排出；无管道新风系统由新风机和呼吸宝组成，同样由新风机净化室外空气导入室内，同时由呼吸宝将室内污浊空气排出。相对来说管道式新风系统由于工程量大更适合工业或者大面积办公区使用，而无管道新风系统因为安装方便，更适合家庭使用。

在国民经济总量的比例中，产值与发达国家相比仍然较低。原因在于我国存在一个巨大的市场待开发--已装修房的新风市场。传统的吊顶式新风因其特点，需与装修同时进行，难以解决老房装新风的问题，而目前市场上新房占比不足5%，剩余95%的已装修房成为巨大的潜力市场，包括柜式机和壁挂机在内的明装新风系统满足了老房装新风的需求，扩大了新风系统的目标群体，明装新风系统具有以下特点：一、普遍适用于老房和新房，扩大了潜在市场。二、后期维护方便，大大提高了用户使用率。三、安装简便，缩短了工期，提高了厂家和经销商的经营效率。

对于新风系统市场，针对不同地区的气候，消费者特点制定不同的市场战略也是非常重要的一点。弗若斯特沙利文研究发现，目前国内新风行业主要的消费市场可以分为华北及东北，华东，华南，华中，西南市场五个主要区域。从销售情况来看，目前华北和华东是新风系统销售最主要的市场。其中华北由于年温差大，是目前能量回收式新风系统的主要市场，同时部分厂商也根据气候特点更多的引入了加湿的功能；而华东目前新风系统最为重要的市场，许多业内重要公司，包括兰舍、爱迪士、松下、布朗等等也纷纷把其总部设在上海，进一步加剧了华东市场的竞争。随着西部大开发战略的进一步推进，以重庆，成都为代表的西南市场也蓬勃发展，成为了需求增长最为迅速的地区之一。在华南地区，由于年温差小，湿度较大，新风系统市场尚未得到很好的开发。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息技术有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国新风系统市场进行了分析研究。报告在总结中国新风系统行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国新风系统行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为新风系统企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

## 报告目录

## 第一部分 行业运行现状

## 第一章 新风系统行业相关概述 1

## 第一节 新风系统的概念 1

- 一、新风系统行业的定义 1
- 二、新风系统行业的特点 1
- 三、新风系统行业的分类 1
  - 1、按送风方式分类 1
  - 2、按系统类型分类 3
- 四、我国新风系统行业商业地位分析 3
- 第二节 新风系统行业发展成熟度 4
  - 一、行业发展周期分析 4
  - 二、行业中外市场成熟度对比 4
  - 三、新风系统行业及其主要子行业成熟度分析 5
- 第三节 新风系统行业市场特征分析 5
  - 一、市场规模 5
  - 二、产业关联度 6
  - 三、影响需求的关键因素 7
  - 四、国内和国际市场 7
- 第四节 行业产业链分析 7
  - 一、产业链结构分析 7
  - 二、主要环节的增值空间 7
  - 三、与上下游行业之间的关联性 8
- 第二章 2019-2023年新风系统行业发展环境分析 9
  - 第一节 2019-2023年中国经济发展环境分析 9
    - 一、中国GDP增长情况分析 9
    - 二、工业经济发展形势分析 10
    - 三、社会固定资产投资分析 12

四、全社会消费品零售总额	15
五、城乡居民收入增长分析	17
六、居民消费价格变化分析	19
第二节 社会发展环境分析	21
一、国内社会环境发展现状	21
1、中国人口规模及年龄结构	21
2、中国人口健康状况	22
3、中国人口老龄化进程	23
二、新风系统行业产业发展对社会发展的影响	23
第三节 中国新风系统行业政策环境分析	24
一、新风系统行业监管管理体制	24
二、产业相关政策分析	24
三、上下游产业政策影响	29
四、政策影响分析	29
五、行业“十四五”规划社会环境分析	29
1、“十四五”政府产业扶持重点分析	29
2、“十四五”“一带一路”战略背景	30
3、我国“走出去”战略大环境分析	31
第四节 中国新风系统行业技术环境分析	32
一、新风系统行业技术发展概况	32
二、行业技术水平分析	33
三、行业常见技术解析分析	33
四、行业技术动态分析	35
第三章 全球新风系统行业发展分析	36

第一节 新风系统行业全球市场发展现状	36
一、新风系统行业全球市场发展现状	36
二、新风系统行业全球市场发展特点	36
三、新风系统行业全球市场发展规模	36
四、新风系统行业全球市场格局分析	37
第二节 美国新风系统行业市场发展分析	37
一、美国新风系统行业市场发展现状	37
二、美国新风系统行业市场发展规模	37
三、美国新风系统行业市场竞争分析	38
四、美国新风系统行业市场发展趋势	38
五、美国新风系统行业市场经验启示	38
第三节 欧洲新风系统行业市场发展分析	38
一、欧洲新风系统行业市场发展现状	38
二、欧洲新风系统行业市场发展规模	38
三、欧洲新风系统行业市场竞争分析	38
四、欧洲新风系统行业市场发展趋势	39
五、欧洲新风系统行业市场经验启示	39
第四节 日本新风系统行业市场发展分析	39
一、日本新风系统行业市场发展现状	39
二、日本新风系统行业市场发展规模	39
三、日本新风系统行业市场经验启示	39
第四章 我国新风系统行业运行现状分析	41
第一节 我国新风系统行业发展状况分析	41
一、我国新风系统行业发展阶段	41

- 二、我国新风系统行业发展总体概况 41
- 三、我国新风系统行业发展特点分析 43
- 四、我国新风系统行业商业模式分析 43
- 第二节 2019-2023年新风系统行业发展现状 43
  - 一、2019-2023年我国新风系统行业市场规模 43
  - 二、2019-2023年我国新风系统行业发展分析 43
  - 三、2019-2023年中国新风系统行业企业发展分析 44
- 第三节 2019-2023年新风系统行业市场情况分析 44
  - 一、2019-2023年中国新风系统行业市场总体概况 44
  - 二、2019-2023年中国新风系统行业存在问题分析 44
    - 1、中国新风系统行业化发展发展的主要瓶颈 44
    - 2、我国新风系统行业发展中存在的不足 45
    - 3、制约中国新风系统行业发展的因素 45
    - 4、我国新风系统行业发展面临的挑战 46
- 第四节 2019-2023年新风系统行业市场化运作分析 46
  - 一、新风系统行业市场化运作的基础条件 46
  - 二、新风系统行业的市场化运作的必然性 47
  - 三、新风系统行业市场化的对策建议 47
    - 1、加快我国新风系统行业发展的对策 47
    - 2、促进新风系统行业健康发展的思路 48
    - 3、发展壮大中国新风系统行业的策略简析 49
    - 4、区域新风系统行业发展的政策建议 50
- 第五节 我国新风系统行业整体运行分析 51
  - 一、中国新风系统行业总体规模分析 51

- 二、中国新风系统行业经营规模分析 51
- 三、中国新风系统行业经营情况分析 51
- 第六节 2019-2023年中国建筑节能市场分析 51
  - 一、中国建筑节能背景 51
    - 1、建筑节能在中国发展的重要性 51
    - 2、国家大力支持发展建筑节能 52
    - 3、国内新风系统现状分析 52
    - 4、中国新风系统市场特色 52
  - 二、建筑节能技术发展 53
    - 1、外墙保温技术 53
    - 2、太阳能光电和光热技术 53
    - 3、地源热泵技术 54
    - 4、热管在建筑废热(冷)回收中的应用 54
    - 5、相变蓄热材料的应用 54
  - 三、建筑节能市场潜力 55
- 第二部分 行业深度分析
- 第五章 新风系统行业细分产品情况 56
  - 第一节 无管道新风系统 56
    - 一、无管道新风系统发展分析 56
    - 二、无管道新风系统技术现状 56
    - 三、无管道新风系统市场占比 57
    - 四、无管道新风系统发展趋势 57
  - 第二节 单体新风系统 58
    - 一、单体新风系统发展分析 58

二、单体新风系统技术现状	58
三、单体新风系统市场占比	58
四、单体新风系统发展趋势	59
第六章 新风系统行业产业重点地区比较分析	60
第一节 长三角地区新风系统发展	60
一、长三角地区新风系统发展环境	60
二、长三角地区新风系统发展现状	62
三、长三角地区新风系统竞争格局	62
第二节 珠三角地区新风系统发展	63
一、珠三角地区新风系统发展环境	63
二、珠三角地区新风系统发展现状	67
三、珠三角地区新风系统竞争格局	67
第三节 京津冀区域新风系统发展	70
一、京津冀区域新风系统发展环境	70
二、京津冀区域新风系统发展现状	72
三、京津冀区域新风系统竞争格局	72
第七章 新风系统行业“十四五”规划调整方向	74
第一节 企业发展基本原则	74
一、长远规划原则	74
二、重视人才原则	74
三、核心价值原则	74
四、稳中求胜原则	74
五、风险控制原则	75
六、紧抓机遇原则	75

七、节俭原则 75

八、沟通人和原则 75

第二节 行业发展总体目标 76

一、行业发展短期目标 76

二、行业发展长期目标 76

三、行业发展综合预期 76

第三节 行业“十四五”国家战略定位 77

一、行业自身发展定位方向 77

二、行业在国家战略中定位 77

第四节 行业“十四五”重点领域调整 78

一、行业发展重点领域一---住宅领域 78

1、住宅领域“十三五”发展现状 78

2、住宅领域“十三五”市场规模 79

3、住宅领域“十四五”促进因素 79

4、住宅领域“十四五”市场预测 79

5、住宅领域“十四五”投资前景 79

二、行业发展重点领域二---公共建筑领域 80

1、公共建筑领域“十三五”发展现状 80

2、公共建筑领域“十三五”市场规模 81

3、公共建筑领域“十三五”阻碍因素 81

4、公共建筑领域“十四五”促进因素 81

5、公共建筑领域“十四五”市场预测 82

第五节 行业“十四五”企业发展调整 82

一、同等规模企业间发展差距 82



- 二、不同规模企业间发展差距 82
- 三、不同所有制企业发展差距 83
- 四、“十四五”企业重点发展领域分析 83
- 五、“十四五”重点企业发展策略分析 84
- 第六节 行业“十四五”区域发展调整 84
  - 一、不同区域间行业发展差距 84
  - 二、发达区域内部间发展差距 85
  - 三、行业国内外发展程度差距 85
  - 四、“十四五”区域发展策略 85
- 第七节 行业“十四五”技术改进方向 86
  - 一、行业主要技术问题 86
  - 二、行业最新技术前沿 86
  - 三、行业技术改进方向 88
- 第八章 新风系统行业“十四五”细分市场前景 89
  - 第一节 新风换气机“十四五”发展前景 89
    - 一、新风换气机发展现状 89
    - 二、新风换气机发展特点 89
    - 三、新风换气机市场规模 90
    - 四、新风换气机经营效益 90
    - 五、新风换气机“十四五”发展潜力 90
  - 第二节 住宅房地产“十四五”发展前景 91
    - 一、住宅房地产发展现状 91
    - 二、住宅房地产发展特点 91
    - 三、住宅房地产市场规模 92

四、住宅房地产“十四五”发展潜力 93

第三节 写字楼“十四五”发展前景 94

一、写字楼发展现状 94

二、写字楼发展特点 94

三、写字楼市场规模 95

四、写字楼经营效益 95

五、写字楼“十四五”发展潜力 95

第四节 购物中心“十四五”发展前景 95

一、购物中心发展现状 95

二、购物中心发展特点 96

三、购物中心市场规模 96

四、购物中心“十四五”发展潜力 96

第五节 2019-2023年中国新风系统竞争现状分析 97

一、竞争者分析 97

二、行业潜在进入者威胁 97

三、行业供应商议价能力 98

四、行业购买商议价能力 98

五、行业替代品威胁分析 99

第三部分 竞争格局分析

第九章 新风系统行业竞争格局分析 100

第一节 新风系统行业竞争结构分析 100

一、现有企业间竞争 100

二、潜在进入者分析 100

三、替代品威胁分析 101

- 四、客户的议价能力分析 101
- 五、供应商议价能力分析 101
- 第二节 新风系统行业集中度分析 102
  - 一、市场集中度分析 102
  - 二、企业集中度分析 102
  - 三、区域集中度分析 102
- 第三节 新风系统行业国际竞争力比较 103
  - 一、新风系统行业竞争程度分析 103
  - 二、新风系统技术竞争分析 104
- 第十章 新风系统行业企业竞争策略分析 106
  - 第一节 新风系统行业市场竞争策略分析 106
    - 一、2019-2023年新风系统行业市场增长潜力分析 106
    - 二、2019-2023年新风系统行业主要潜力品种分析 106
    - 三、现有新风系统行业产品竞争策略分析 107
    - 四、典型企业产品竞争策略分析 107
  - 第二节 新风系统行业竞争策略分析 107
- 第十一章 主要新风系统行业企业竞争分析 109
  - 第一节 松下电器(中国)有限公司 109
    - 一、企业概况 109
    - 二、企业主要经济指标分析 109
    - 三、企业发展优势 110
    - 四、企业发展战略 110
  - 第二节 森德(中国)暖通设备有限公司 110
    - 一、企业概况 110

- 二、企业运行形势分析 111
- 三、企业产品在华市场分析 112
- 四、企业未来发展规划 113
- 第三节 远大洁净空气有限公司 113
  - 一、企业概况 113
  - 二、竞争优势分析 113
  - 三、2019-2023年经营状况 113
  - 四、2024-2029年发展战略 113
- 第四节 爱迪士(上海)室内空气技术有限公司 114
  - 一、企业概况 114
  - 二、竞争优势分析 114
  - 三、2019-2023年经营状况 114
  - 四、2024-2029年发展战略 115
- 第五节 上海兰舍空气技术有限公司 115
  - 一、企业概况 115
  - 二、企业运行形势分析 115
  - 三、企业产品在华市场分析 116
  - 四、企业未来发展规划 117
- 第六节 法国奥特雷格中央新风系统公司 118
  - 一、企业概况 118
  - 二、企业运行形势分析 118
  - 三、企业产品在华市场分析 118
  - 四、企业未来发展规划 119
- 第七节 奥得奥科技(厦门)有限公司 119

- 一、企业概况 119
- 二、企业主要经济指标分析 119
- 三、企业发展规划 120
- 第八节 广东美的环境电器制造有限公司 120
  - 一、企业概况 120
  - 二、企业主要经济指标分析 121
  - 三、企业优势 121
  - 四、企业发展战略 122
- 第四部分 行业发展趋势
- 第十二章 新风系统行业“十四五”市场发展机遇 123
  - 第一节 “一带一路”战略下行业发展机遇 123
    - 一、“一带一路”战略基本概况 123
    - 二、“一带一路”战略实施进度 123
    - 三、“一带一路”战略预期目标 124
    - 四、“一带一路”战略对行业影响分析 126
    - 五、“一带一路”战略下行业机遇分析 126
    - 六、赛菲“一带一路”新战略分析 126
  - 第二节 “互联网+”战略下行业发展机遇 128
    - 一、“互联网+”战略基本定义概念 128
    - 二、“互联网+”战略基本特点分析 128
    - 三、“互联网+”战略行业应用领域 129
    - 四、“互联网+”战略行业运营模式 129
    - 五、“互联网+”战略对行业影响分析 130
  - 第三节 “新常态”背景下行业发展机遇 130

- 一、“新常态”经济下基本内涵定义 130
- 二、“新常态”经济下发展特点分析 131
- 三、“新常态”经济对行业影响分析 132
- 四、“新常态”经济下行业机遇分析 132
- 五、“新常态”经济下行业趋势分析 132
- 第四节 “工业4.0”背景下行业发展机遇 133
  - 一、“工业4.0”基本内涵定义 133
  - 二、“工业4.0”经济发展整体目标 133
  - 三、“工业4.0”战略对行业影响分析 134
  - 四、“工业4.0”背景下行业机遇分析 134
  - 五、“工业4.0”背景下行业趋势分析 135
- 第五节 新风系统行业“十四五”发展其他机遇分析 135
- 第十三章 新风系统行业发展趋势分析 136
  - 第一节 2019-2023年发展环境展望 136
    - 一、2019-2023年宏观经济形势展望 136
    - 二、2019-2023年政策走势 138
    - 三、2019-2023年国际宏观经济走势展望 139
  - 第二节 2019-2023年新风系统行业发展趋势分析 142
    - 一、行业“十三五”技术现状分析 142
    - 二、行业“十四五”技术发展趋势 142
    - 三、技术环境对行业“十四五”的影响 143
  - 第三节 2024-2029年中国新风系统行业市场趋势分析 144
    - 一、2024-2029年新风系统市场趋势分析 144
    - 二、2024-2029年新风系统市场发展空间 146

三、新风系统行业发展驱动因素分析	146
第十四章 未来新风系统行业发展预测	147
第一节 未来新风系统需求与消费预测	147
一、2024-2029年新风系统产品消费预测	147
二、2024-2029年新风系统市场规模预测	147
第二节 2024-2029年中国新风系统行业供需预测	147
一、2024-2029年中国新风系统供需平衡预测	147
二、2024-2029年中国新风系统产品价格预测	148
第三节 影响企业生产与经营的关键趋势	148
一、市场整合成长趋势	148
二、需求变化趋势及新的商业机遇预测	149
三、企业区域市场拓展的趋势	149
四、科研开发趋势及替代技术进展	149
第五部分 行业投资分析	
第十五章 新风系统行业投资机会与风险	151
第一节 新风系统行业投资建议分析	151
一、2024-2029年新风系统行业投资的建议	151
二、新进入者应注意的障碍因素分析	153
第二节 影响新风系统行业新风系统行业发展的主要因素	153
一、2024-2029年影响新风系统行业运行的有利因素分析	153
二、2024-2029年影响新风系统行业运行的不利因素分析	153
三、2024-2029年我国新风系统行业发展面临的挑战分析	153
四、2024-2029年我国新风系统行业发展面临的机遇分析	154
第三节 中国新风系统行业存在的问题及对策	154

- 一、中国新风系统行业存在的问题 154
- 二、新风系统行业发展的建议对策 154
- 三、市场的重点客户战略实施 155
- 第四节 新风系统行业投资风险及控制策略分析 155
  - 一、2024-2029年新风系统行业市场风险及控制策略 155
  - 二、2024-2029年新风系统行业政策风险及控制策略 156
  - 三、2024-2029年新风系统行业经营风险及控制策略 157
  - 四、2024-2029年新风系统行业技术风险及控制策略 160
  - 五、2024-2029年新风系统行业同业竞争风险及控制策略 160
  - 六、2024-2029年新风系统行业其他风险及控制策略 162
- 第十六章 新风系统行业投资战略研究 168
  - 第一节 新风系统行业发展战略研究 168
    - 一、战略综合规划 168
    - 二、技术开发战略 168
    - 三、业务组合战略 172
    - 四、区域战略规划 174
    - 五、产业战略规划 184
    - 六、营销品牌战略 185
    - 七、竞争战略规划 189
  - 第二节 新风系统企业发展战略规划背景意义 192
    - 一、企业转型升级的需要 192
    - 二、企业强做大做的需要 194
    - 三、企业可持续发展需要 196
  - 第三节 对我国新风系统行业品牌的战略思考 198



- 一、企业品牌的重要性 198
- 二、实施品牌战略的意义 199
- 三、企业品牌的现状分析 200
- 四、中国企业的品牌战略 201
- 五、品牌战略管理的策略 203
- 第四节 市场的重点客户战略实施 207
  - 一、实施重点客户战略的必要性 207
  - 二、合理确立重点客户 208
  - 三、对重点客户的营销策略 208
  - 四、强化重点客户的管理 215
  - 五、实施重点客户战略要重点解决的问题 217
- 第五节 新风系统行业投资战略研究 217
  - 一、2019-2023年新风系统行业投资战略研究 217
  - 二、2024-2029年新风系统行业投资形势 218

#### 图表目录

- 图表：行业周期判断标准 4
- 图表：2019-2023年9月国新风系统市场规模 6
- 图表：规模以上工业增加值同比增长速度 9
- 图表：2019-2023年全国固定资产投资(不含农户)同比增速 13
- 图表：2019-2023年全国固定资产投资到位资金同比增速 14
- 图表：2019-2023年社会消费品零售总额分月同比增长速度 15
- 图表：2019-2023年9月份社会消费品零售总额主要数据 16
- 图表：2019-2023年前三季度居民人均可支配收入平均数与中位数 17
- 图表：2019-2023年前三季度居民人均消费支出及构成 18

- 图表：2019-2023年全国居民消费价格涨跌幅 19
- 图表：2019-2023年9月份居民消费价格分类别同比涨跌幅 20
- 图表：2019-2023年9月份居民消费价格分类别环比涨跌幅 21
- 图表：2019-2023年年末人口数及其构成 22
- 图表：2019-2023年65岁及以上人口数量及增速 23
- 图表：噪声要求 26
- 图表：换气次数要求 26
- 图表：新风机热交换效率要求 26
- 图表：检测仪器仪表类型及要求 27
- 图表：检验项目 28
- 图表：新风系统滤网等级与净化效率 34
- 图表：2019-2023年全球新风系统销售规模 36
- 图表：全球新风系统应用领域格局 37
- 图表：2019-2023年我国新风系统行业市场规模 43
- 图表：“十四五”期间长江经济带新风系统行业容量预测 62
- 图表：“十四五”期间珠江-西江经济带新风系统市场容量预测 67
- 图表：“十四五”期间京津冀地区新风系统行业市场容量预测 72
- 图表：2019-2023年9月住宅领域新风系统市场规模分析 79
- 图表：中国新风系统行业公共建筑领域统计 80
- 图表：公共建筑领域“十三五”新风系统市场规模 81
- 图表：2019-2023年全国商品房销售面积及销售额增速 93
- 图表：我国风机市场竞争分析 97
- 图表：潜在进入者威胁 98
- 图表：行业供应商议价能力 98

- 图表：行业购买商议价能力 99
- 图表：我国风机市场竞争分析 100
- 图表：潜在进入者威胁 100
- 图表：行业购买商议价能力 101
- 图表：行业供应商议价能力 102
- 图表：未来中国新风系统市场主要存以下三方面的机遇 106
- 图表：2019-2023年广东松下环境系统有限公司主要经济指标 109
- 图表：2019-2023年爱迪士(上海)室内空气技术有限公司主要经济指标 114
- 图表：2019-2023年奥得奥科技(厦门)有限公司主要经济指标 119
- 图表：2019-2023年广东美的环境电器制造有限公司经营分析 121
- 图表：区域发展战略咨询流程图 181
- 图表：区域SWOT战略分析图 182
- 图表：四种基本的品牌战略 206

**把握投资 决策经营！**

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : [kf@51baogao.cn](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20180103/96966.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)