

2024-2030 年中国商用空调行业市场供需态势及发展趋向研判报告

一、市场概述

1.1 市场规模及增长趋势

(1) 近年来，我国商用空调行业市场规模持续扩大，随着城市化进程的加快和商业地产的蓬勃发展，商用空调需求不断上升。根据市场调研数据，2019 年我国商用空调市场规模已超过 1000 亿元，同比增长率保持在 10% 以上。预计在未来几年，随着我国经济的稳定增长和消费升级，商用空调市场将保持良好的增长态势，市场规模有望在 2024 年达到 1500 亿元以上。

(2) 从细分市场来看，商用空调市场主要分为中央空调和分体空调两大类。中央空调以其高效、节能、舒适的特点在大型商业综合体、公共建筑等领域占据主导地位，市场份额逐年上升。而分体空调则凭借其安装简便、价格亲民等优势，在中小型商业和住宅市场占据重要位置。随着消费者对空调产品性能要求的提高，未来中央空调在整体市场中的占比有望进一步提升。

(3)

在全球范围内，我国商用空调行业也呈现出良好的发展态势。随着“一带一路”倡议的深入推进，我国商用空调产品逐渐走向国际市场，出口量逐年增加。此外，随着我国环保政策的加强，节能环保型商用空调产品市场需求旺盛，为行业提供了新的增长点。未来，我国商用空调行业将继续保持快速增长，市场规模有望在全球范围内占据更加重要的地位。

1.2 市场结构分析

(1) 我国商用空调市场结构呈现出多元化的特点，主要包括中央空调、分体空调和特种空调三大类。其中，中央空调市场以大型商场、办公楼、酒店等公共建筑为主，其市场规模和增长速度均领先于其他两类产品。分体空调市场则以其灵活的安装方式和亲民的价格优势，在中小型商业和住宅市场中占据重要地位。特种空调则针对特殊环境或需求设计，如数据中心空调、冷冻冷藏空调等，其市场增长潜力巨大。

(2) 在市场结构中，品牌竞争也是一大亮点。国内外知名品牌如格力、美的、海尔等在市场上具有较高的知名度和市场份额。这些品牌凭借其技术创新、品牌效应和完善的售后服务体系，赢得了消费者的信赖。同时，随着市场竞争的加剧，一些新兴品牌也在逐步崛起，通过差异化的产品定位和精准的市场策略，在细分市场中占据一席之地。

(3)

从地域分布来看，我国商用空调市场呈现东强西弱的特点。东部沿海地区由于经济发展水平较高，商用空调市场需求旺盛，市场规模较大。而西部地区受限于经济发展水平和基础设施建设，商用空调市场发展相对滞后。然而，随着西部大开发战略的深入推进，西部地区商用空调市场有望迎来快速发展期，未来市场结构将更加均衡。

1.3 市场竞争格局

(1) 我国商用空调市场竞争格局呈现出多元化、激烈化的特点。一方面，国内外品牌纷纷进入中国市场，如格力、美的、海尔等国内知名品牌，以及国际巨头如大金、三菱电机等。这些品牌在技术研发、产品质量、品牌影响力等方面具有较强的竞争力。另一方面，随着新进入者和初创企业的增多，市场竞争进一步加剧。

(2) 在市场竞争中，价格战和技术战成为两大主要竞争手段。部分企业通过降低成本、提高性价比来抢占市场份额，而另一些企业则专注于技术创新，推出节能、环保、智能化的高端产品。这种竞争格局促使行业整体技术水平不断提升，但也加剧了市场的无序竞争。

(3) 此外，市场竞争格局还受到产业链上下游企业的影响。上游原材料供应商、下游渠道商和终端用户都在市场竞争中扮演着重要角色。上游企业通过控制原材料成本和质量，影响下游企业的产品价格和竞争力；下游渠道商则通过扩大销售网络和提升服务质量，增强品牌影响力。在这种复杂的

市场竞争中，企业需要综合考虑产业链各环节的协同效应，以实现持续发展。

二、供需态势分析

2.1 供给分析

(1)

我国商用空调行业的供给能力不断增强，随着生产技术的进步和产业规模的扩大，产能逐步提升。根据行业报告，2019 年我国商用空调产能已达到 6000 万台以上，年产量超过 5000 万台，产能利用率保持在较高水平。在供给结构上，中央空调和分体空调是主要的供给产品，特种空调等其他类型产品占比相对较小。

(2) 供给端竞争日益激烈，企业间通过技术创新、产品升级、品牌建设等手段提升竞争力。部分企业加大研发投入，推出节能、环保、智能化的商用空调产品，以满足市场对高品质产品的需求。同时，随着产业链的完善，供应链管理和服务水平也有所提升，为消费者提供更加优质的产品和服务。

(3) 在地区分布上，商用空调的供给主要集中在沿海地区和部分经济发达的内陆城市。这些地区拥有较为完善的产业链和产业集群，有利于降低生产成本和提高生产效率。然而，随着西部大开发等国家战略的推进，中西部地区商用空调的供给能力也在逐步提升，市场供需结构有望进一步优化。

2.2 需求分析

(1) 我国商用空调市场需求持续增长，主要得益于城市化进程的加快、商业地产的快速发展以及消费者对舒适生活品质的追求。特别是在大型商场、办公楼、酒店、学校等公共建筑领域，商用空调的需求量逐年上升。此外，随着环保意识的增强，节能型商用空调产品越来越受到市场的青睐。

(2)

从行业细分来看，商用空调市场需求呈现出多元化趋势。中央空调因其高效、节能的特点，在大型公共建筑中占据主导地位；分体空调则因其安装灵活、价格亲民，在中小型商业和住宅市场中具有广泛的市场基础。此外，随着智能化、网络化技术的融入，智能商用空调市场需求也在不断增长。

(3) 地域分布上，商用空调市场需求呈现出东部沿海地区领先、中西部地区追赶的格局。东部沿海地区经济发达，消费能力强，商用空调市场需求旺盛。而中西部地区受限于经济发展水平和基础设施建设，市场需求相对较小。但随着国家西部大开发战略的实施，以及中西部地区城市化进程的加快，中西部商用空调市场需求有望得到快速提升。

2.3 供需平衡状况

(1) 目前，我国商用空调市场的供需平衡状况总体良好。随着产能的持续提升和市场需求的高速增长，市场供应能力与需求规模之间基本保持同步。尤其是在东部沿海地区，由于产业集中度和消费能力较高，供需关系相对稳定。

(2) 然而，在区域分布上，供需平衡状况存在一定差异。东部沿海地区由于市场需求旺盛，供应能力相对充足，供需平衡状况较好。而在中西部地区，由于经济发展水平和基础设施建设相对滞后，市场需求尚未完全释放，供应能力也相对不足，供需平衡面临一定压力。

(3)

在产品结构方面，商用空调市场的供需平衡状况也呈现出多样化特点。节能型、智能型商用空调产品由于符合市场发展趋势，供需相对平衡，甚至出现供不应求的情况。而传统型、高能耗的商用空调产品则面临较大的市场压力，供需矛盾较为突出。因此，行业需要进一步调整产品结构，以满足市场需求。

三、主要产品类型分析

3.1 常规商用空调产品

(1) 常规商用空调产品主要包括中央空调和分体空调两大类。中央空调以其高效、稳定和模块化的特点，广泛应用于大型公共建筑和商业综合体。常见的中央空调系统有风管式、水冷式和地源热泵式等，其中风管式中央空调因其安装灵活、适用范围广而受到市场青睐。

(2) 分体空调则因其结构简单、安装便捷、使用灵活而广受中小型商业和住宅市场的欢迎。分体空调主要包括壁挂式、立柜式和吊顶式等类型，不同类型的分体空调适用于不同的空间环境和用户需求。随着技术的进步，分体空调的能效比和智能化水平也在不断提升。

(3) 常规商用空调产品在市场中的应用主要体现在以下几个方面：一是提高室内环境舒适度，二是满足大型公共建筑的能耗需求，三是适应不同地域气候特点的空调解决方案。在产品设计和制造过程中，企业需考虑节能环保、噪音控制、智能化等要素，以提升产品的市场竞争力。同时，随

着消费者对节能和环保意识的增强，常规商用空调产品在未来的市场发展中将面临更多的挑战和机遇。

3.2 新型节能环保商用空调

(1) 新型节能环保商用空调产品以高效节能、环保低碳为设计理念，广泛应用于商业建筑、办公楼、酒店等场所。这些产品采用先进的节能技术和环保材料，如变频技术、高效压缩机、节能电机等，显著降低了空调系统的能耗。

(2) 在新型节能环保商用空调中，地源热泵空调系统因其利用地下恒定温度进行能量交换的特点，成为市场关注的焦点。地源热泵系统不仅节能效果显著，而且对环境友好，减少了二氧化碳的排放。此外，空气源热泵空调和水源热泵空调也是市场上较为流行的新型节能产品。

(3) 随着智能化技术的融入，新型节能环保商用空调产品在智能化控制、远程监控等方面取得了显著进步。智能化的空调系统可以根据室内外温度、湿度、光照等环境因素自动调节制冷或制热模式，提高能源利用效率，同时为用户带来更加舒适、便捷的使用体验。未来，随着技术的不断成熟和成本的降低，新型节能环保商用空调将在市场上占据越来越重要的地位。

3.3 智能化商用空调

(1) 智能化商用空调产品集成了现代信息技术和物联网技术，通过智能化控制系统实现空调系统的远程监控、自动调节和能源管理。这些产品通常配备有智能传感器、触摸屏操作界面和无线通讯模块，能够实时获取室内外环境数据，并根据用户设定自动调整温度、湿度等参数。

(2)

智能化商用空调的一大优势在于节能降耗。通过智能算法优化空调运行模式，减少不必要的能源浪费，有效降低空调系统的能耗。此外，智能空调还可以根据用户习惯和需求进行个性化设置，提供更加舒适的室内环境，提高用户满意度。

(3) 随着智能家居概念的普及，智能化商用空调产品在集成性、兼容性和用户体验方面不断升级。例如，智能化商用空调可以与智能家居系统无缝连接，实现家庭和办公环境的联动控制。同时，随着 5G、物联网等技术的发展，智能化商用空调产品的应用场景将进一步拓展，为用户提供更加便捷、智能的空调使用体验。

四、区域市场分析

4.1 东部沿海地区

(1) 东部沿海地区是我国商用空调市场的主要消费区域之一，这里经济发达，城市化进程快，商业地产和公共建筑数量众多。由于气候条件复杂，从温带季风气候到亚热带湿润气候，东部沿海地区对商用空调产品的需求多样化，对产品的性能和可靠性要求较高。

(2) 东部沿海地区的商用空调市场以中央空调为主，特别是在大型商场、办公楼、酒店等场所，中央空调因其高效、稳定的特性而成为首选。此外，随着节能减排意识的提升，节能环保型商用空调产品在东部沿海地区的市场份额也在不断扩大。

(3)

东部沿海地区的商用空调市场具有明显的品牌集中效应，格力、美的、海尔等国内知名品牌以及大金、三菱电机等国际品牌在此区域市场占据重要地位。这些品牌在技术创新、产品研发、售后服务等方面具有较强的竞争力，为区域市场提供了高质量的产品和服务。

4.2 中部地区

(1) 中部地区作为我国经济转型和产业升级的重要区域，商用空调市场需求正在逐步增长。随着中部地区城市化进程的加快和基础设施建设的完善，商用空调在办公楼、商场、酒店等公共建筑中的应用越来越广泛。

(2) 中部地区的商用空调市场以中央空调和分体空调为主，其中中央空调因其高效节能的特点在大型公共建筑中较为常见。分体空调则因其安装便捷和价格亲民，在中小型商业和住宅市场中占据一定份额。随着消费者对舒适生活品质的追求，中部地区对高端商用空调产品的需求也在逐渐增加。

(3) 中部地区商用空调市场的发展受到地方政府政策和区域经济发展的影响。近年来，中部地区政府出台了一系列政策鼓励节能减排和绿色建筑的发展，这为商用空调行业提供了良好的市场环境。同时，中部地区经济的持续增长也为商用空调市场带来了新的增长点。然而，由于区域经济发展不平衡，中部地区商用空调市场的竞争格局与东部沿海地区存在一定差异。

4.3 西部地区

(1) 西部地区作为我国经济发展的重要支撑区域，商用空调市场需求正逐步释放。随着西部大开发战略的深入推进，西部地区的基础设施建设不断加强，城市化进程加快，商用空调在办公楼、商场、酒店等公共建筑中的应用日益增多。

(2) 西部地区的商用空调市场以分体空调为主，由于气候条件复杂，分体空调的安装灵活性和适应多种环境的特点使其成为市场首选。同时，随着区域经济的提升和消费能力的增强，西部地区对中央空调产品的需求也在逐步上升。

(3) 西部地区商用空调市场的发展面临着一些挑战，如气候条件多变、基础设施建设相对滞后等。但同时也存在机遇，随着国家对西部地区的大力支持，以及区域经济的快速发展，商用空调市场有望实现快速增长。此外，西部地区商用空调市场在品牌竞争方面相对分散，国内品牌和部分国际品牌在此区域市场占有一席之地，市场竞争格局有待进一步优化。

五、关键影响因素

5.1 政策法规

(1) 政策法规对商用空调行业的发展具有重要的引导和规范作用。近年来，我国政府出台了一系列政策法规，旨在推动商用空调行业的节能减排和绿色发展。例如，《中华人民共和国节约能源法》和《中华人民共和国环境保护法》等法律法规对空调产品的能效标准、环保要求进行了明确规定，促使企业提升产品技术水平。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/788055122127007010>