机电信息

MECHANICAL AND ELECTRICAL INFORMATION

主办：江苏《机电信息》杂志社有限公司

报道行业动态 传播市场信息 促进学术交流

7 总第613期 2020年3月5日

ISSN 1671-0797
CN 32-1628/TM

Central Airconditioning Marketing

中央空调市场

ISSN 1671-0797

9 771671 079206 07>

疫情之下
一线中央空调市场遭遇了什么？

三菱重工海尔
MITSUBISHI HEAVY-Haier

宇宙·航天领域 沉淀

“热源核”技术

-20℃制热无衰减

热源核
熱源コア!!
制冷是本分 制热是王道

交通·运输领域 沉淀

“静音芯”技术

18dB(A)超静音

静音芯
サイレント芯

三菱重工海尔中央空调
源自三菱重工四大核心领域沉淀

核芯实力，至真功夫！

全国统一客户服务热线\
400-690-3030
网址\www.mhaq.cn

制造商\
三菱重工海尔(青岛)空调机有限公司
地址\
山东省青岛市即墨天山二路157-1号

130TH 三菱重工出品 绿色智能 中央空调

Midea

全变频超低温热泵

- 新国标1级能效，运行费用再降20%
- 部分负荷更节能，能效最高达4.66*
- -26℃强劲制热，-20℃水温高达55℃
- 化霜更高效：除霜时间再缩短1/3
- 过冬更安全：智能轮转除霜，自动除尘
- 运行更安静：噪音低至42分贝

*备注：COP4.66为DN-VE380/NSN1-H 环境温度0℃，出水温度30℃，能效高达4.66。

TICA 天加

战疫|天加，一直在！

天加援建全国医院建设

达到136家

截止02月16日15时

天加全系列专业医用净化中央空调

助力抗疫第一线

天加，节能看得见！

天加，洁净看得见！

HITACHI

科技的想象
生活的理想

日立中央空调

智能双净化

内外不再二选一

内部净化－智能自清洁

预处理 → 结霜 → 清洁

三步智能自清洁，凝水结霜排污垢

外部净化－空气环境解决方案

PURE ECOLOGY
纯净生态模块

PE纯净生态模块，除霾滤尘去甲醛

青岛海信日立空调营销股份有限公司

中国青岛市东海西路 17 号海信大厦　服务电话：400-860-1111　www.hisensehitachi.com

AUX
奥克斯中央空调

ARV X7

全直流变频低温强热智能多联机组

时尚人性化
外观设计

IPLV 10.0
全直流变频
高效节能

-26℃
喷气
增焓技术

三级过冷技术
深度制冷

变频模块
冷媒冷却

LOW THRESHOLD
HIGH RETURN
低门槛高回报
商用全直营招商

1 工厂店 工厂授权 各头响
2 层级少 工厂↔直营商
3 投资省 门槛低 不压货
4 利润好 政策简单 一价到底
5 周转快 勤进快销 仓库小
6 物流快 8大仓 5万免运费
7 货源足 7大基地 智能工厂
8 效率高 专人对接 服务及时

浙江省宁波市鄞州区姜山镇明光北路1166号　全国统一服务热线：4008-268-268

TECO
东元空调

节能减排
智能自动

满液式冷水机（R22/R134a）

能力范围：100~600RT，COP5.95以上

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
Email:teco@tecochina.cc

LG | Business Solutions

ESSENTIAL TO EXCELLENCE

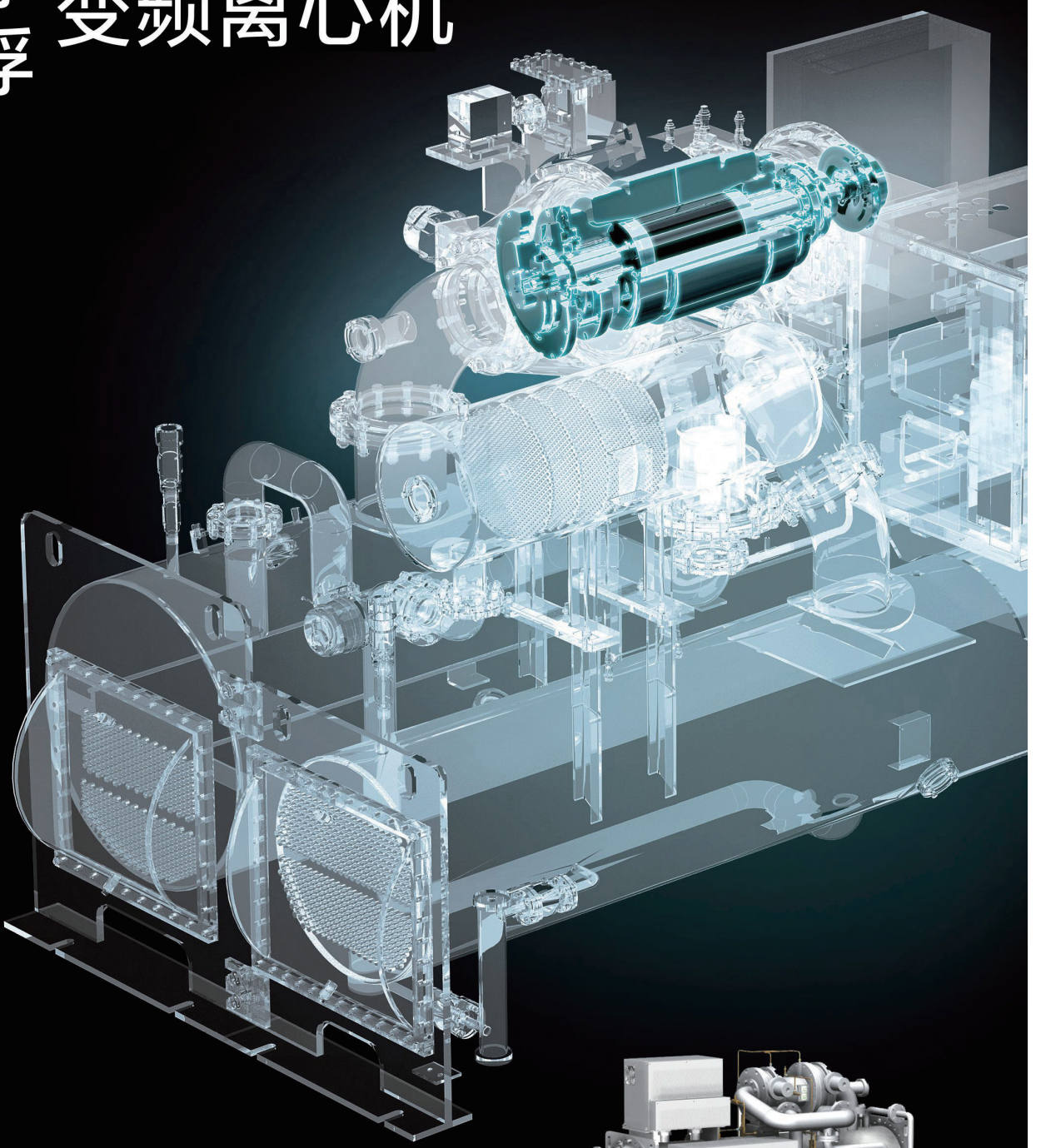
磁悬浮 气悬浮 变频离心机

自主品牌压缩机
使用维护成本低

超高能效
COP 7.0/
IPLV 12.0

超大容量
100~2,200RT

超低噪音
68dB(A)



基于LG自主研发技术，为您带来不可思议的能源节省和顶级的可靠运行。

官方网站　官方微信

乐金空调（山东）有限公司
地址：山东省青岛市城阳区玉皇岭工业园LG空调
电话：0532-80968888

气悬浮变频离心机

品牌战略联盟

（排名不分先后）

机电信息
MECHANICAL AND ELECTRICAL INFORMATION

2001 年 7 月创刊　旬刊
2020 年第 7 期　总第 613 期
3 月 5 日出版

中国知网数据库（CNKI）全文收录期刊
中国核心期刊（遴选）数据库（万方）收录期刊
中文科技期刊数据库收录期刊
中国学术期刊综合评价数据库统计源期刊

主管单位 江苏省设备成套有限公司
（原江苏省机械设备成套局）
主办单位 江苏《机电信息》杂志社有限公司
协办单位 中国机械设备成套工程协会
国信招标有限责任公司
中国国际招标网
中国采购与招标网
中国机电企业网

编委主任 黄　旭
副主任 王振中　章　雅
编委委员 吴　涛　吕铁铮　秦　明　周忠寿
蒋可为　沈建国　陆　荣　徐文斌
潘　宇　韩建国　陈葵花　徐　静

社长 王振中
总编辑 卢　军
责任编辑 张　晶
编辑 沈　洁　包静丹　杜　朋　李亚文
美术编辑 王长玲
编务 颜　涛　陈玉琴

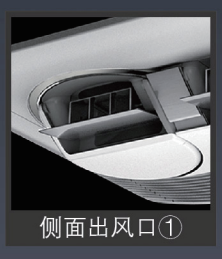
出版发行 江苏《机电信息》杂志社有限公司
通信地址 南京山西路 120 号江苏成套大厦 16 楼
邮政编码 210009
官方网址 www.machineinfo.cn
电子信箱 tougao@vip.163.com
数字发行 博看网 www.bookan.com.cn
读览天下 http://machineinfo.dooland.com
中邮阅读网 www.183read.com
编辑部 025-83305201
广告部 025-83336682
发行部 025-83336683
传真 025-83305221
广告发布登记书编号 32000000199
印刷 南京汇文印刷有限公司
发行范围 公开发行
出版日期 每月 5 日、15 日、25 日
国内定价 18 元
邮发代号 28-285
国内订阅 全国各地邮局
中国标准 ISSN 1671-0797
连续出版物号 CN 32-1628/TM

富士通将军中央空调

FUJITSU

颠 覆 气 流 科 技

始终做世界高端空调的 **先行者**


侧面出风口①

中心出风口

侧面出风口②

全方位出风 3D气流天花机

微信公众平台

中国节能产品认证证书

富士通将军中央空调(无锡)有限公司
地址：江苏无锡新吴区漓江路10号
HTTP://WWW.FGCAWX.CN

CONTENTS
目　次

更多资讯详见《V 客暖通网》
网站 http://www.vkhvacr.com

PREFACE 卷首语

01　守望春天

INFORMATION 资讯

03　美的中央空调再度获评万科集团 2019 年度“A 级供应商”
04　突破 2.7 亿元 酷风美云销抢单风暴赢得开门红
05　支援疫情防控 大金（中国）向武汉捐赠 100 万元
06　东芝近“零”报修的背后——品质是最好的守护
07　和疫情赛跑 海信中央空调高效援建上海应急医疗用房
08　丹佛斯携手阿蓓纳支持中国抗击新冠肺炎
09　工于至诚，匠行致远 荏原工程师奋战“抗疫”前线
10　EK 洁净空调驰援广西“小汤山”医院
11　志高暖通与中国移动达成 5G 战略合作
12　十个省市“亮起红灯” 2023 年煤电规划建设风险预警发布

INDUSTRY REVIEW 产业评论

14　中央空调线上销售都这么火了，我们还要探讨什么？
……余　明

15　疫情给中央空调行业带来的一些思考
……殷　婷

FEATURE 策划

18　疫情之下一线中央空调市场遭遇了什么？

INTERVIEW 访谈

52　逆行而上，东芝自有底气
——专访东芝开利空调销售（上海）有限公司总经理杨燚华
…… 李国梁

55　坚定前行，让未来评判选择
——专访西安东建环境工程有限公司总经理沈智
…… 高　露

FEATURE 策划

57　把握历史机遇，化天堑为通途
——专访南通市制冷学会理事长杨晓宏
……钱　亮

PERSPECTIVE 视角

60　舒适“酷”型……张国庆
61　静候春暖花开……赵亚萍
63　战“疫”进行时……刘　琪
64　危难见担当……周　涛
65　风云之“志”，逆风“高”飞……张国庆
66　质为洁净环境……赵亚萍

CORPORATE TOUR 企业巡礼

68　浙江国祥：四海一家 舒适之道

CASE 案例

80　襄助火神战瘟神，雅士空调出征武汉“火神山”
……钱　亮

PRODUCTS 产品

82　EK 产品推荐

爱科技 ♥ 爱尔集

因爱汇聚 · 集爱前行

MULTI V S

旗舰智能型变频户式多联机

- 容量3.5HP ~ 12HP
- 超长配管和落差
- 核心部件原装进口
- 国家一级能效产品
- 全直流变频 超低静音
- 抗腐蚀黑金翅片

LG 变频中央空调

LG电子（中国）有限公司 中央空调营销总部

地址：北京市朝阳区建国门外大街乙12号LG双子座大厦

传真：010-65631417

电话：010-65631360

公司网址：https://www.lg.com/cn/business/air-conditioning

售后服务热线：400-611-9999

Central Airconditioning Marketing
中央空调市场

中央空调市场 2020 第 3 辑（总 195 辑）

国际标准刊号 ISSN 1671-0797
国内统一刊号 CN 32-1628/TM
邮发代号 28-285

广告独家代理：南京明略广告策划有限公司

Exclusive advertising agency: Nanjing Minglue Advertising Planning co. Ltd

总经理 General Manager
闵福星 Min Fuxing

总监 Director
盛学章 Sheng Xuezhang

市场部 Marketing Department
余 明 Yu Ming
李国梁 Li Guoliang
周雪莉 Zhou Xueli
殷 婷 Yin Ting
陈倩倩 Chen Qianqian
张国庆 Zhang Guoqing
赵亚萍 Zhao Yaping
周 涛 Zhou Tao
钱 亮 Qian Liang
高 露 Gao Lu
刘 琪 Liu Qi
赵 嘉 Zhao Jia

广告 Advertising
朱静芳 Zhu Jingfang

发行 Distribution
钱 亮 Qian Liang

设计制作 The Designer
李雯雯 Li Wenwen

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本刊刊载的图文内容。我刊将以数字化方式复制、发行、汇编、信息网络传播本刊全文。

VKOMEDIA
V客传媒
用心传播客户价值

V 客传媒旗下平台

杂志 Magazine
《机电信息·中央空调市场》
《空调销售·家电界》

网站 Web site
V 客暖通网 http://www.vkhvacr.com
家电界网 http://www.51iht.com.
V 客家电空调网 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

微信 We Chat
中央空调市场公众号
V 客暖通网公众号

直播 Direct Seeding
V 客传媒图文直播平台

自媒体平台 Self-media Platform

地址 Address
江苏省南京市浦口区高新技术开发区星火路 15 号
智芯科技楼 4F 415 室

电话 Telephone
025-87771198 87771128

邮箱 Mail
mail@vkhvacr.com

邮编 Postal code
210032

本期广告索引 Current Advertising Index

封面：酷风 封二：三菱重工海尔 封三：V 客暖通网 封底：东芝
首扉：美的 目录前页：天加、海信日立、奥克斯、东元、青岛 LG、富士通
新闻前页：北京 LG、志高、西屋康达、浙江国祥、四季沐歌、雅士
内页：TCL、申菱、大连松下

GCHV

給我们的空调带上

“防病毒口罩”

齐心抗疫

洁净三合一

为您打造 健康“净”界

过滤PM2.5

杀菌 抗病毒

祛除甲醛

同时具备：智能加湿 富氧新风

地址：广东省佛山市南海区胜利工业区
广东志高暖通设备股份有限公司

电 话：0757-8878-1689
服务热线：4006-757-555

SiUKONDA®
SINCE1993

西屋康达中央空调
工业净化
空气处理集成系统领导者

- 创新专利技术（专利号：ZL 2013 2 0362118.X）
- 应用涵盖：新型显示工厂、微电子厂房、洁净手术室、生物制药、科研实验室、新能源等。

多功能**净化型**组合式空调机组

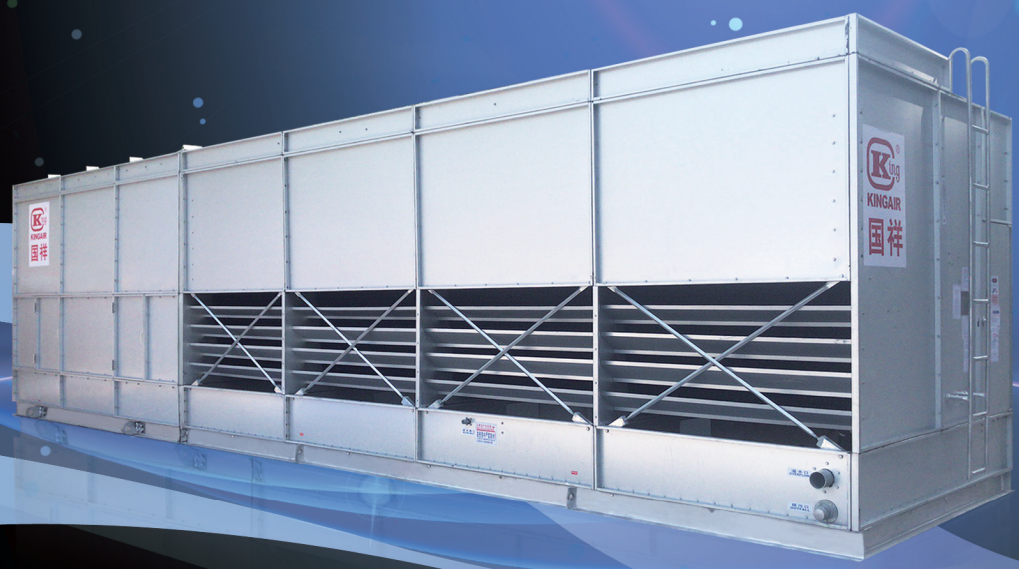
FOXCONN 富士康科技集团　CATL 宁德时代

富士康科技集团&宁德时代新能源
空气处理系统核心供应商

广东西屋康达空调有限公司
广东省佛山市南海区丹灶镇东阳三路1号
全国服务热线：400-0757-200

国祥空调
KINGAIR

工业节能 优选国祥



一体式蒸发冷凝冷水机组

- 应用蒸发冷凝技术，冷凝温度直降4～5℃。制冷能效高达6.3，相比传统的水冷冷水机组节能21%。
- 整机直接放置屋顶，节省冷冻机房。
- 系统仅需连接冷冻水管、电线即可使用，施工周期大幅缩短。
- 设备独家供货，减少甲方人力管理成本。

扫一扫
有惊喜

信用 品质 服务

浙江国祥股份有限公司
ZHEJIANG KING CO.,LTD.

地址：浙江省绍兴市上虞区杭州湾上虞经济开发区康阳大道23号/ 服务热线：400-8260-780 / 电话：0575-82058688 / 网址：www.ekingair.com

micoe四季沐歌

中国航天事业战略合作伙伴

邀您合伙创业

四季沐歌工程业务
共赢财富蓝海

0投入

畅享清洁能源财富蓝海
最高500万融资服务
最高200万低利率贷款

0风险

二十年品牌行业力量
沪市A股主板上市企业
20000多家服务网络保障

0库存

五大生产供应链护航
库存周期行业最快
全面降低企业成本

四季沐歌 清洁能源采暖热水专家
10000+企业/机构的一致选择

截至2019年9月，四季沐歌在全球160多个国家，共计10151个清洁能源热水热能项目交付使用。

企业简介

四季沐歌，沪市A股主板上市企业（股票代码：603366）。专注综合清洁能源热能产品的研发、生产和应用，依托多能源耦合智能控制技术，集成应用多种清洁能源技术，坚持为客户提供热水、采暖、制冷的一系列咨询、设计、安装及运维服务。

招商热线 400-960-3366

雅士空调
AIR MASTER

专注净化空调领域38年

绿色节能 高效环保

雅士 AAF 系列风冷冷水（热泵）机组

- 热回收型
- 低温强热
- 高温冷水
- 手术专用

效能比
高能效比
低能耗
HIGH ENERGY EFFICIENCY RATIO

控制系统
智能化
控制系统
INTELLIGENT CONTROL

安全性
安全 专业
测试系统
HIGH SAFETY

制造工艺
先进制造设备
数控、自动化
ADVANCED MANUFACTURING TECHNOLOGY

雅士空调官微
全面沟通 • 深入互动

全国统一服务热线：
400-0530-800

电话：0536-7687878
传真：0536-7637676-8100

山东雅士股份有限公司 地址：山东省潍坊市高新区桃园街7898号

广东雅士电器有限公司 地址：广东省中山市南朗镇番塔山北路5号

Preface

守望春天

2019 年，有不少品牌收获了一波红利，继续占据中央空调行业的前排位置，也有不少品牌因种种不良因素影响而增速放缓。但总体而言，中央空调行业还是朝着积极的方向发展，品牌和渠道商也在不断总结经验，力争在2020年抢占市场先机。

可谁也不曾想到，美好的计划被一场由“新冠病毒”引发的肺炎疫情打断。工厂停工、企业延迟开工、库存堆积、终端活动开展受限等因素均严重影响了行业的发展。本期产业评论就从“疫情给中央空调行业带来的一些思考”入手，深入浅出地讲述未来中央空调行业的发展方向和契机。

因疫情防控的需要，全国各地项目（除紧急医院项目）全部暂停，零售行业无单可开，一时间人心惶惶。在这样的环境下，暖通行业人士又是如何看待此次疫情事件的呢？本期杂志特别策划了一项专题，以电话访谈的形式记录了各大品牌和各地经销商的真实情况，以第一视角解读当前中央空调行业的走势与企业的应对策略。

作为细分行业中的重要领域，洁净空调凭借其差异化的优势，始终在中央空调行业里占据着一席之地，且呈现逐年上升的趋势。随着疫情范围的扩大及群众自我防护意识的提高，洁净空调产品一时间又成了市场上的新宠，众多疫情定点医院都在增添隔离病房和洁净设备。作为国内知名的中央空调和冷冻设备制造企业，浙江国祥在洁净领域市场中一直拥有着较高的市场占有率。本期企业巡礼就以浙江国祥为切入点，洞察浙江国祥的“四海一家，舒适之道”理念。

毋庸置疑，2020 年注定是不平凡的一年。企业该如何在低迷的市场形势下继续实现发展呢？这一方面有待于国家政策的调整和产业结构导向，另一方面也提示着企业必须强化企业危机管理意识，包括对自身资金链的预判、销售模式的快速转变、产品需求的更新等。总之，市场环境低迷就更需要行业人士找准方向，快速调整好心态，化危机为转机，才能使企业立于不败之地。

热烈祝贺
美的中央空调
连续荣获
万科年度A级（最高级）材料供

美的中央空调

再度获评万科集团 2019 年度“A 级供应商”

近日，万科集团公布了 2019 年度合格供应商名录，美的中央空调凭借着国际领先的产品技术以及专业的服务能力，再度获评“A 级供应商”（最高级），展现了美的中央空调在房地产中央空调配套市场的领先地位。万科集团自 2014 年起正式对外公布其合格供应商名录，该名录被业内称为“供应商白名单”，评分的标准日趋严格。此次参评的合格供应商共 1 563 家，“A 级供应商”达 250 家。在万科集团集中采购家用中央空调的项目中，美的中央空调再次荣获万科“A 级供应商”的殊荣，这是万科对美的中央空调实力的高度认可。

突破 2.7 亿元
酷风美云销抢单风暴赢得开门红

2 月 24 日，酷风美云销抢单风暴正式开启。借助美云销“一站式购销、商城化采购、账务及订单可视”工具，酷风在当日实现销售额突破了 2.7 亿元，迎来 2020 年开门红，一举震撼家用中央空调开年市场。2.7 亿元的优秀成绩，正是酷风在渠道创新中大胆变革、勇于创新的成功体现。踏上新的征程，酷风也将借助美云销平台持续布局新零售，精准把握最新的市场趋势，与全国经销商同心协力，共创 2020 亮眼新成绩。

共同战“疫”
日立在行动

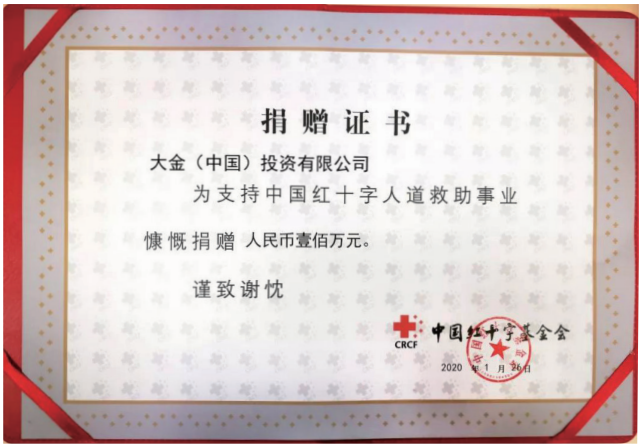
为了抗击疫情，日立集团、海信日立分公司及其经销商、服务商纷纷行动起来，提升服务质量，支援抗疫一线。日立集团捐赠 CT 机组“日立 Supria16（5M）”等医疗物资和相关款项共计约 400 万元。海信日立分公司推出针对核心渠道商的专业店房租支持与针对服务商人员的保险及登门补贴等政策，帮助他们共渡难关。武汉日立服务商参与华中科大同济医院危重症监护病房紧急改造项目。日立中央空调各地分公司积极捐赠物资，慰问抗“疫”一线人员，面对疫情，全国日立人同心协力，无私奉献，给寒冬带来一丝温暖。

富士通
再度入选《财富》杂志“全球最受赞赏公司”榜单

近期，《财富》（FORTUNE）杂志发布了“2020 年全球最受赞赏公司榜单，富士通连续第二年上榜。这也是富士通第七次入围该榜单。在最新发布的“2020 年全球最受赞赏公司”榜单中，共有来自全球 30 个国家的 680 家企业获得提名资格，而最终入围榜单的企业共计 330 家，其中包括富士通在内共有 15 家来自日本的企业。作为入围 IT 服务行业榜单的企业，富士通在包括全球竞争力、企业社会责任以及创新能力等方面都收获了极高的评价。

支援疫情防控
大金（中国）向武汉捐赠 100 万元

1 月 26 日，大金（中国）投资有限公司紧急联系中国红十字基金会并捐赠 100 万元资金，支持武汉地区抗击新型冠状病毒感染的肺炎疫情。根据武汉市医院一线医护人员的需求，捐款被用于采购防护服、口罩、消毒液等医疗防护用品，帮助医护人员更加安全地救治病患。大金将持续关注疫情发展，根据实际情况，实时提供更多支援，与全国人民一同打赢这场战争。



抗击疫情
LG 在行动

新型冠状病毒引发的肺炎疫情不断升级蔓延，一线医务人员冲在前方，社会各界甚至世界各地都纷纷慷慨解囊，加入抗疫战队，为武汉疫区贡献力量。山川异域，风月同天，作为一家具有社会责任感的企业，LG 心系此次疫情发展，向武汉提供了支援与协助，以应对新型冠状病毒疫情。为支持疫情防控，助力武汉早日打赢这场肺炎阻击战，日前，LG 集团、LG 生活健康、LG Hausys 已累计向中国捐赠 300 万元现金、724 万元物资及 6 000 m^2 的 PVC 地板材料。虽然疫情仍在延续，但 LG 坚信只要众志成城，一定能共渡难关。

约克“水氟联动”
助力打造天津“小汤山”

因“新冠”疫情防控需要，全国各地纷纷设立新型冠状病毒肺炎患者救治定点医院。津南医院是天津市接诊感染新型冠状病毒患者的定点医院之一，是一所大型综合医院，总建筑面积达 58 000 m^2。约克 VRF 空调为医院量身定制了一套“水氟联动”综合解决方案。项目空调主机采用约克离心式冷水机组及螺杆机组，变频多联机采用约克 YES-super ＋和 YES-slim ＋机组。此次项目工期紧，任务重，要求高，为了确保项目能够早日投入使用，现场约克 VRF 空调工作人员始终坚守岗位，严格执行医院提出的标准和要求，加班加点地完成了机组的安装和调试工作，助力津南医院成功完成了“小汤山”模式的改建。

东芝近“零”报修的背后——品质是最好的守护

疫情突袭，在这个“不能出门”的特殊时期，大家不得不进行严格的居家隔离，恰逢空调使用高峰的冬季，用户对空调的需求很高，而空调在实际运行中可能会出现故障和问题。但在这段非常时期，东芝空调用品质做到了接近零故障。自春节起的 22 天内（1 月 24 日—2 月 14 日），东芝空调在全国各地进行了产品使用情况调研。根据售后部门的统计和合作伙伴的反馈，全国范围内电话报修数量为 142 宗。这意味着平均每天仅有 6 宗电话报修。其中，压缩机报修 0 宗，战“疫”前线湖北省报修 0 宗。每一份信赖都是品质的铸就，面对疫情，东芝空调用品质“保驾护航”，守护用户的健康舒适生活。

抗击疫情，驰援全国
天加已援建医院总数超过 80 家

长期以来，天加拥有专业医院净化空调解决方案模型，可以针对医院不同区域、不同功能、不同环境、不同参数等复杂情况，快速设计生成匹配方案。截至 2 月 10 日上午，天加已陆续服务湖北、北京、天津、深圳、江苏、河南、安徽、福建、广西、江西、河北等省市的 80 多家疫情诊疗专项及改造医院。同时约 40 家医院项目正在与天加进行对接工作。天加愿与所有人一起共同努力，早日打赢这场没有硝烟的战争。

三星中央空调
与方远地产达成战略合作

日前，三星中央空调与方远建设集团有限公司达成战略合作协议，以方远天韵水岸、方远天璟御府项目为突破口，为房地产行业打造理想舒适人居的标杆。倾力打造的方远天韵水岸和方远天璟御府项目均为高端精装住宅，是口碑非常好的项目。方远地产挑选中央空调的标准相当严苛，经过实地考察、产品评估、安装测试等多个环节，最终决定选择三星中央空调并与其签署战略合作协议。

和疫情赛跑
海信中央空调高效援建上海应急医疗用房

1 月 27 日，上海市政府紧急决定启动相关预案，建设应急医疗用房。作为上海市集中收治新冠肺炎的定点医院之一，上海市公共卫生临床中心是一所具有百年历史的三级甲等医院，建筑面积达 101 389 m^2。海信中央空调以最快速度做出反应，全力保障项目完成，根据现场实际使用需求，病房单独设置海信一拖一机器，医护办公值班区域配置海信变频多联机系统及全新风设备。青岛工厂积极协调物流公司加急安排发货，仅用一天时间就把所需设备全部运到工地，保障了医疗用房建设进度。

抗击疫情
奥克斯捐助 450 套空调驰援黄石

近期，奥克斯获知黄石部分医疗点尚未安装空调而无法应对降温天气，随即决定紧急调货向其捐赠空调。此前，奥克斯已经向宁波市红十字会捐赠 1 000 万元，并调拨物资支援武汉，率奥克斯旗下明州医院医护人员驰援前线。为了让坚守在抗疫一线的医护人员以及患者能拥有温暖舒适的医疗环境，奥克斯高度重视，做出捐赠空调的决定且当日便通过审批，两天内紧急调货，由合肥仓发往湖北黄石，赠予黄石“小汤山”等 18 家防疫医疗点，并与黄石市中医院等进行定向捐物资交接，安装后为医护及患者的健康呼吸保驾护航。

艾默生公布 2020 财年第一季度业绩

2 月 4 日，艾默生公布了截至 2019 年 12 月 31 日的第一季度业绩，并宣布更新的本财年财务预期。净销售额为 42 亿美元，与上季度持平；基本销售额持平；基于 GAAP 报告每股收益为 0.53 美元；调整后每股收益为 0.67 美元，符合管理层预期；本季度已启动 9 700 万美元的重组举措，作为对此前宣布的董事会全面运营评估计划的强有力响应；实现运营现金流 4.24 亿美元，增长 1.01 亿美元，自由现金流 3.10 亿美元，增长 1.42 亿美元；向股东返还 4.34 亿美元，包括 1.29 亿美元的股票回购；更新 2020 财年全年销售额预期以及每股收益预期。

战“疫”，麦克维尔在行动

为支持防疫工作，麦克维尔中国向武汉慈善总会捐赠 30 万元人民币，用于购买各类医药、消毒用品、口罩等急需物资。为了支持武汉火神山、雷神山等医院的建设，麦克维尔成立应急小组全力协助建设方做好空调系统优化设计。此外，麦克维尔南京分公司志愿者采购了 3 200 kg 84 消毒液，分别捐赠给南京市公共卫生医疗中心、南京市第一医院、南京鼓楼医院、江苏省妇幼保健院、江苏省第二医院等多家医院，为守护医院的洁净环境贡献力量。

丹佛斯携手阿蓓纳 支持中国抗击新冠肺炎

2 月 25 日，由丹佛斯和阿蓓纳共同出资捐赠的一批急需的防护物资从丹麦启程发往中国，支持中国抗击新冠肺炎。这批物资总价约 110 万丹麦克朗（约合 110 万元），捐赠的物资包括 80 000 个医用口罩、6 300 套隔离防护服、抗菌医用手套、消毒湿巾和为医护专供的特需纸尿裤等。疫情爆发初期，丹佛斯第一时间采取行动，从总部调集 10 000 只 N95 标准口罩送往急缺物资的武汉协和医院，并先后为天津市武清区、浙江省海盐县捐赠了共计 4000 只口罩和 2000 套防护服。

开利母公司联合技术 捐赠 300 万元支持疫情防控

近日，开利母公司联合技术通过中国妇女发展基金会和中国友好和平发展基金会捐赠 300 万元，以支持中国抗击新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控工作。此次捐赠的款项将用于采购相关医疗设备和防护物资，如 N95 医用防护口罩、一次性防护服、护目镜和消毒剂。联合技术与上述中国本土机构长期密切合作，持续关注疫情发展情况，向受疫情影响的地区提供急需用品和援助。

雅士助力陕西宝鸡市企业抗疫医疗物资生产

近日，在得知合作方兰桥净化工程公司承建的医疗物资生产改造项目净化空调机组的紧急需求后，雅士仅用 2 天时间就完成了方案设计和发运，火速支援了该项目。该项目为陕西省宝鸡市政府直接督办的医疗物资应急生产改造项目，在时间上十分紧迫。得知合作方紧急需求后，雅士根据项目参数要求迅速制定方案，并紧急调用其他项目的直膨机空调机组，从得到消息到完成发货仅用 2 天的时间，解决了合作方的燃眉之急，同时为保证防疫应急物资的生产贡献了一份力量。

工于至诚，匠行致远
荏原工程师奋战“抗疫”前线

为了应对疫情，长沙市政府加快了长沙某医院的改扩建速度。该项目是一栋救治大楼，总面积达 6 500 m^2，改扩建完成后，医院床位可达到 150 张。该项目采用荏原直燃三用机为医院提供制冷、制热和生活热水，且冷却塔、模块机均采用荏原产品。此次根据疫情指挥部的要求，需 4 天内完成主机调试，为医院提供生活热水。两位回老家过春节的荏原售后服务工程师接到通知后义无反顾地驶向长沙。他们不休少眠，严谨作业，将原需要 1 周时间的调试工作压缩在 3 天内完成，为项目交付贡献了自己的力量。

“破局 · 启航 2020”
四季沐歌线上开年工作部署大会顺利召开

2 月 5 日—8 日，四季沐歌通过线上直播的形式召开“破局 • 启航 2020”四季沐歌开年工作部署大会。来自全国各地的四季沐歌营销战士、经销商和工程商共 8 000 余人统一线上参会，会议直播观看总量达 3 万余次，在疫情肆虐之下展现出了中国企业创新突破、奋勇向前的韧性和活力。四季沐歌集团总裁李骏在直播演讲中指出，疫情就是一面镜子，它照清社会冷暖、照清团队，也可以照清自己；同时疫情也是一次大考，考验着危机过后我们能交上一份什么样的时代答卷。

共抗疫情，国祥在行动

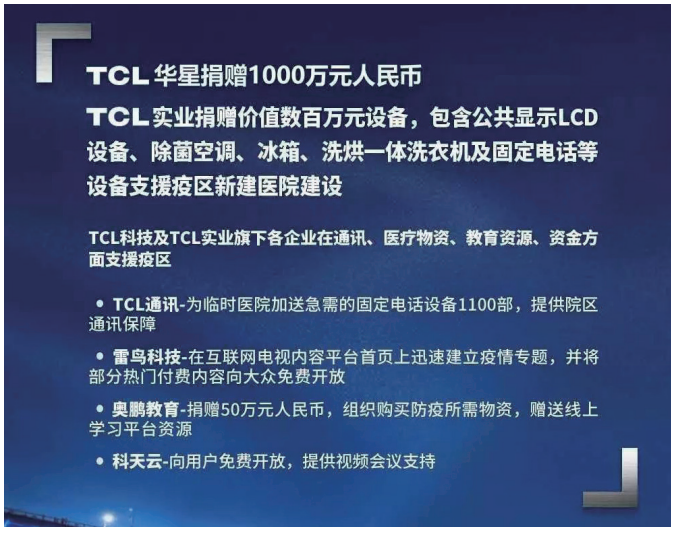
疫情爆发前期，浙江国祥紧急成立“新建医院设备供应工作组”。同时，分布于全国的 70 多个办事处和服务网点均处于 24 小时在岗状态，优先为医疗机构提供服务。经过前期的设计沟通和参数确认，国祥一批又一批机组发往全国各地医院。近日，又有一批医用净化空调整装发货，投入到“新疆小汤山医院”——和田地区传染病专科医院和喀什地区莎车县维吾尔医院，主要用于负压病房、ICU 病房等核心区域。专车送货到达现场后，当天便完成组装工作，为当地老百姓带来更好更便捷的服务。

EK 洁净空调
驰援广西“小汤山”医院

当前，新型冠状病毒感染肺炎疫情防控形势严峻。在这场战疫中，全民皆兵，英雄逆行而上，社会各界纷纷驰援，为抗击疫情筑造起坚强堡垒。近日，EK 洁净空调驰援广西“小汤山”医院（百色传染病医院）的 EK 净化型全新风处理机组，已安排专车发往目的地，火速驰援抗疫一线。同时 EK 所有工作人员更是随时待命，勠力同心打赢疫情防控阻击战，共筑防疫堡垒，为人民群众的健康保驾护航。

科龙中央空调
推出十年包修服务

随着消费水平的不断升级，服务质量越来越被人们所重视。为更好地服务广大用户，科龙中央空调特推出“科龙中央空调，服务再升级”活动，为广大消费者送上一份真正的大礼。凡是在 2020 年 2 月 1 日—2020 年 12 月 31 日购买科龙中央空调单元机、热风机、家用变频多联机产品，均可获得售后服务升级金卡。持卡者可享受在企业“三包”规定基础上的 VIP 升级服务，即空调产品自售出之日起单元机、热风机享受 6 年包修服务，家用变频多联机享受 10 年包修服务。



驰援武汉
TCL 在行动

新冠肺炎疫情对社会经济和人类活动造成了一定的影响，社会各界人士正在努力驰援这场疫情防控战。其中，TCL 为驰援武汉疫情一直在行动，捐赠了大量的现金和产品设备，动员线上和线下资源为抗击疫情贡献自己的力量。TCL 华星捐赠 1 000 万元资金；TCL 实业捐赠价值数百万元设备，包含公共显示 LCD 设备、除菌空调、冰箱、洗烘一体洗衣机及固定电话等设备支援疫区新建医院建设；TCL 科技及 TCL 实业旗下各企业在通信、医疗物资、教育资源、资金等方面全力支援疫区疫情防控工作。

志高暖通
与中国移动达成 5G 战略合作

1 月 10 日上午，志高暖通与中国移动佛山分公司在总部研发综合楼隆重举行“志高暖通空调云平台上线启动暨 5G 战略合作签约仪式”，并签署了 5G 战略合作协议。志高暖通空调云平台以中国移动工业互联网平台电器云为基础，通过强大的平台管理能力，可以大大降低企业的运维成本，切实提高服务能力和管理效能。空调云平台的上线，标志着志高暖通在推进智能互联在产品应用方面掀开了新的篇章。

“汉钟精机台中厂第三期新建工程开工动土典礼”顺利举行

2 月 12 日上午，在震慑九天的礼炮声中，“汉钟精机台中厂第三期新建工程开工动土典礼”顺利举行。台中厂第三期新建工程为“真空泵智动化生产”，主要建设内容：应用在半导体、光伏、光电、锂电等产业的真空泵与真空新转子加工专线、自动仓储 AS/RS 系统、弹性制造系统等。项目建成后可大幅提升干式真空泵产能和生产效率，实现降本增效，同时可为公司工业 4.0 建设及智能化生产再添新血液。

顿汉布什
亮相 2020 美国奥兰多制冷展

2 月初，一年一度的美国制冷展在奥兰多拉开大幕。美国制冷展是全球制冷、空调和供暖工业领域最大规模的国际性展会，每年都会吸引全球主流企业参与展示。作为享誉世界的空调品牌，顿汉布什携明星产品闪耀亮相。在制冷展现场，顿汉布什展出了高效节能型的风冷螺杆机组、水冷螺杆机组、组合式空调箱、屋顶机等尖端产品。通过本次展会，顿汉布什展现出了包括美国工厂在内的 7 大产研基地联合应对全球市场变化全新挑战的坚定决心。

十个省市“亮起红灯” 2023 年煤电规划建设风险预警发布

近日，国家能源局官方网站发布《关于2023 年煤电规划建设风险预警的通知》。通知指出投资回报率低于当期中长期国债利率的为红色预警，此次有吉林、辽宁、天津、甘肃、青海、宁夏、江西、四川、广西、云南十个省市“亮起红灯”。

南方电网 超额完成清洁能源消纳目标

日前从南方电网公司了解到，2019 年，南方电网西电东送电量 2 265 亿 kWh，创历史新高；全网水能利用率达到 99.6%（其中云南 99.3%），同比提高 4.3 个百分点，超额完成国家下达的“2019 年云南水能利用率达到 92%、全网水能利用率达到 95%”目标。

2020 年重大项目投资总投资额合计逾 11 万亿元

近期，中央及地方出台政策积极推动企业复工复产，推动重大项目开工建设。据不完全统计，北京市、福建省、河南省、云南省、江苏省等地发布了 2020 年重大项目投资计划清单，总投资额合计逾 11 万亿元，其中基建投资仍是重要部分。

中央空调清洗订单同比增长 230%

日前，全国进入复工热潮期，企业消杀成为关注热点。苏宁大数据显示，北京、上海、南京、广州、成都等一线城市的企业消杀订单量增长最快，其中，中央空调清洗服务备受青睐，订单量同比增长 230%。

2019 年中央空调采购规模达 45.1 亿元

据政府采购信息网不完全统计，2019 年全国发布中央空调公开招标项目约 1 500 个，占空调电器项目总量的 37.5%；采购规模约 45.1 亿元，占空调电器采购总规模的 27%。较 2018 年同期相比，项目数量基本持平，采购规模增长 2%。

国家发改委：阶段性降低企业用电成本

2 月 22 日，国家发改委发布《关于阶段性降低企业用电成本支持企业复工复产的通知》。通知显示，此次降电价范围为除高耗能行业用户外的，现执行一般工商业及其电价、大工业电价的电力用户，自 2020 年 2 月 1 日起至 6 月 30 日止，电网企业在计收上述电力用户（含已参与市场交易用户）电费时，统一按原到户电价水平的 95% 结算。

财政部出台新版《节能减排补助资金管理暂行办法》

为进一步规范和加强节能减排补助资金管理，提高财政资金使用效益，财政部近日发布新版《节能减排补助资金管理暂行办法》（财建〔2020〕10 号），对旧版《办法》作出 12 处修改，自发布之日起施行。

2020 年中国制冷展延期举办

为全力配合做好疫情防控工作，有效切断病毒传播途径，坚决遏制疫情蔓延势头，确保展商、观众生命安全和身体健康，经中国制冷展组委会研究决定：计划于 2020 年 4 月 8 日至 10 日在武汉国际博览中心举办的第三十一届中国制冷展延期召开，具体时间地点另行通知。

中国建筑学会标准《办公建筑应对“新型冠状病毒”运行管理应急措施指南》发布

2020 年 2 月 4 日，中国建筑学会发布了一则“关于发布中国建筑学会标准《办公建筑应对“新型冠状病毒”运行管理应急措施指南》的公告”，该公告批准《办公建筑应对“新型冠状病毒”运行管理应急措施指南》为中国建筑学会标准，该《指南》自 2020 年 2 月 5 日起实施。

Industry Review 产业评论*

余 明

中央空调线上销售都这么火了，我们还要探讨什么？ / 14

要想深耕产业链各环节，必须对设计、施工、报价、材料、售后、信息等资源要素进行精细化管控，才能真正让消费者接受互联网线上销售。

殷 婷

疫情给中央空调行业带来的一些思考 / 15

疫情爆发，形势严峻，对企业来说必定是一个加速淘汰和加速升级的过程，免疫力强的企业，会被加速升级，反之就会被加速淘汰，这需要我们对变革的逻辑有充分而清醒的认知。

INDUSTRY REVIEW

作者 | 余 明

中央空调线上销售都这么火了，我们还要探讨什么？

疫情期间，很多中央空调企业把互联网作为打开市场的唯一销售通道，从产品的价格让利，线上方案设计，到产品的选型等方面实施一整套流程让消费者足不出户，就能在线上完成下单操作。未来，线上销售的确是一种开拓销售渠道的捷径，但看似简便、完善的线上销售过程，仍有一些关键因素值得探讨。

营销不等于销售

现阶段，中央空调企业线上销售在很大程度上仍停留在营销阶段。互联网的发展让中央空调企业纷纷入驻电商平台，企业借助重要促销节点将营销做得风生水起，这仅仅是企业通过营销来吸引消费者流量资源，提升品牌、产品知名度的有效方式，但营销不等于销售。

就企业而言，做好线上销售，除搭建销售平台外，更多的仍要把关注点聚焦于产品本身，比如产品性能、尺寸大小、外观设计、健康化、智能化等，并以多元化的方式进行产品推广。

这些因素固然是消费者在选择产品时应考虑的需求点，但是对于消费者来说，线上选购中央空调产品仍然有很多顾虑。比如线下与线上产品是否有价格差异，产品品质如何保证，物流发货响应速度，安装队伍是否专业，安装是否规范，辅材品质如何把控，甚至包括售后服务是否及时等等。所以，企业应重视产品品质管控，实现价格与服务信息透明化，毕竟中央空调是大物件。有调查显示，很多消费者在选购产品时，会去所在地的专业店或者体验间样板房了解产品、方案，甚至价格，通过对比方在线上下单。

> 要想深耕产业链各环节，必须对设计、施工、报价、材料、售后、信息等资源要素进行精细化管控，才能真正让消费者接受互联网线上销售。

毫无疑问，互联网终端销售仅仅只是中央空调整套链条中的一小部分，更多的服务内容依然停留在线下。如何打通链条的各环节？这是一个考验资金、品牌与运营实力的系统工程，在以“规模扩张”为优先目的的企业身上，中央空调企业需要在这个维度上做出成绩。

把服务做成产品

消费者对家用中央空调产品的了解大抵来源于互联网、企业线下地推、大牌广告、朋友推荐等途径。不过，现阶段的消费者对中央空调的认知已经不再局限于产品本身的概念，那些深层次的购物需求才是中央空调企业在做线上销售时必须考虑的。

互联网时代，消费者选择产品时注重的是购物体验，这其中就包含了产品售前、售中到售后的全流程服务。因此，在家用中央空调产品技术日益成熟的今天，消费者对中央空调产品的选择也不仅仅是品牌或产品本身，更在于安装后的使用效果。

“三分空调、七分安装”的产品属性注定了消费者在选择家用中央空调时会更加关注安装的品质。但是对于绝大多数的消费者而言，他们其实并不知安装是什么，安装的重要性到底体现在何处？就像在装修的过程中，消费者都知道选择安全环保的乳胶漆，或者无甲醛环保板材等，因为有对比，所以消费者容易接受。对中央空调企业而言，迎合消费者的需求，做好线上销售，必须得做好服务基础，并把服务做成品牌标签。

比如，企业将安装服务实现流程化、标准化，以统一的品牌形象、统一的安装标准、专业的技术水准为用户提供相应服务。

家用中央空调产品的市场接受度已经很明确地表明了互联网中央空调销售的未来。要想深耕产业链各环节，必须对设计、施工、报价、材料、售后、信息等资源要素进行精细化管控，才能真正让消费者接受互联网线上销售。

INDUSTRY REVIEW

作者 | 殷 婷

疫情给中央空调行业带来的一些思考

2019 年末以来，新型冠状病毒在国内迅速蔓延，肺炎疫情的发生对经济的发展甚至是各行各业都产生了重要影响。疫情爆发，形势严峻，对企业来说必定是一个加速淘汰和加速升级的过程，免疫力强的企业，会被加速升级，反之就会被加速淘汰，这需要我们对变革的逻辑有充分而清醒的认知。中央空调行业作为经济产业链中的重要一环，与人们的生活息息相关，在这次疫情中其也受到明显影响。总的说来，这次疫情给中央空调行业带来了以下几个方面的变化：

一、消费者更加关注健康功能的空调产品

随着疫情范围的扩大及自我防护意识的提高，人们对家居类产品的健康功能的需求会更加凸显，因此具备消毒杀菌、帮助室内通风换气的新风系统中央空调有望得到关注。从“非典”时期消费者在购买空调时最关心的因素中可以看出，这一趋势会在疫情当下甚至结束后继续升温。另外，从互联网搜索反馈的信息来看，关于空气净化器的搜索频率在 1 月下旬快速提升。接下来，中央空调厂家应打好产品健康牌，以更契合当下消费者的实际需求。

对于大的中央空调系统来说，主要有两个发展方向，一是设备本身要加强自净能力，要利用新技术，发展新材料；二是要在气流分布、气流组织上有新的突破。由于加大新风量以后，不可避免地带来能耗增加的问题，如何解决能耗问题，以更好地节约能源，回收热量，就要在气流分布、气流组织方面下功夫。

疫情爆发，形势严峻，对企业来说必定是一个加速淘汰和加速升级的过程，免疫力强的企业，会被加速升级，反之就会被加速淘汰，这需要我们对变革的逻辑有充分而清醒的认知。

二、线上服务方式多元化且将得到进一步加强

天猫“11 • 11”、京东“6 • 18”发起的全民购物狂欢热潮已持续多年，消费者早已形成了线上购物的习惯。这次疫情后线上消费习惯会进一步加深和扩大，甚至往四五线及以下的城市延伸，购物场景会往线上迁移，零售企业可以把更多企业资源往线上转移，将拓展线上渠道作为新的增长点。另外，针对消费者的习惯，目前已经有中央空调企业开始提供线上服务，如线上报价、线上设计、线上出方案等。除此之外，针对产品的售后服务方面，中央空调企业将开启线上服务模式，在线上为消费者提供售后服务。

在疫情期间，线上销售量猛增，零售商必须重视这个现象，加大力度拓展线上渠道。只有紧紧地抓住它，做好企业资源的线上转移，才能实现线上线下全渠道零售转型升级。

三、“体验式场景”对“传统实体店”的替代加速

既然购物都是在线上完成的，那么实体店的存在价值在哪里？未来的中央空调实体店不再是以“销售产品”为中心，而是以“提供体验”为中心。消费者去实体店不再是为了买中央空调产品，而是为了购买各种“体验”。如果实体店依然把自己当成买卖的场所，那么将失去存在的价值。随着产品功能同质化现象越来越严重，体验式消费在产品服务领域将占据更为重要的位置。

四、渠道洗牌将进一步加速

每一次大波折都会倒下一批人，也会站起来一批人，这是历史的铁律。这场疫情对于经销商而言除了带来恐慌之外，更多的应该是对未来的思考。现在经销商面临的困境与其说是疫情造就的，不如说是发展的必然，疫情只是催化剂，加速了过程。

疫情的蔓延限制了人们的线下消费能力和活动范围，也让渠道商饱受投入产出失衡所带来的市场压力。这不仅让很多零售商错过了春节黄金销售期，而且延迟开工以及日常的房租、工资等客观因素，进一步加重了企业负担。短期的客流锐减，复工时间延期，终端活动开展受限，库存、物流及资金周转减慢等诸多因素，使门店承受着巨大的经营压力。尤其是对于为数众多的中小型经销商而言，“活下去”已经成为迫切需要解决的问题。

现在经销商面对的最大的问题就是现金流紧张。即没有销量，没有回款，长时间没有资金的回转。在这一次危机之后，经销商对资金的管控以及预留资金的准备势必更加精细化。毕竟，企业的经营一方面是货物的流通，另外一方面就是资金的健康流动，保障自己的生存所需。

五、医药细分行业发展将进一步提速

展望未来 3 年，研发创新、消费升级、制造升级将成为医药行业的长期趋势。以民生为主的医疗产业保持着向上的发展势头，但是从目前的疫情来看，整个医疗产业配套数量有待进一步提升，包括医院数量、医疗卫生设施等均有显著的市场需求。因此，目前参照“小汤山医院模式”在全国新建的医院不下于 100 家。与医疗产业相配套的中央空调产品占据了相当一部分份额，净化类空调产品、热水机组等随着医疗产业的不断发展，将会实现一定的业务增量。

《孙子兵法》里说：“故兵无常势，水无常形。能因敌变化而取胜者，谓之神。”意思是变化才是常态，那些能够根据外界变化而适时调整的人，可以称之为神人。总体而言，当前的市场环境让 2019 年原本销量处于下滑的中央空调企业更是雪上加霜，总体项目遇冷、零售降温将是接下来市场最直观的表现。对企业而言，当下除了积极抢占中央空调市场份额之余，也要做好转变，及时顺应市场形势。

大国品牌 | TCL

CCTV.《大国品牌》独家战略合作伙伴

TCL 中央空调 · 热泵 | 您身边的暖通专家

采暖冷气 2合1
给您一个恒温舒适的家

TCL 空气源热泵 户式两联供系列

冷暖一体 | 恒温舒适 | 高效节能 | 智能除霜 | 低温强热 | 远程控制

- 冷暖一体
- 直流变频 技术
- 高效节能
- 远程控制

招商及项目合作

华东地区：18657431616 童先生　　华南地区：17771825755 刘先生

西南地区：13658556888 万先生　　华北地区：13929100562 陈先生

广东TCL智能暖通设备有限公司

地址：广东省中山市南头镇南头大道西59号　全天候服务热线：4008-123456　公司网址：http://www.tclzykt.com

疫情之下

一线中央空调市场遭遇了什么？

文/本刊编辑部

综述

2018 年，中国中央空调市场的发展已呈现疲态，到了 2019 年，中央空调市场的发展甚至可以用“举步维艰”这四个字来形容。根据《机电信息 • 中央空调市场》调查数据显示，2019 年中国中央空调市场四个季度均显示出萎靡的态势，全年的中央空调市场销量同比 2018 年下滑了 3.61%，形势颇为严峻。对此，各品牌、经销商等纷纷在年末总结大会上立下“军令状”，势要在 2020 年突破重围。

然而新年伊始，新型冠状病毒肺炎疫情突如其来，影响之大让人始料未及。在国际贸易摩擦刚缓和的情况下，新型冠状病毒肺炎疫情对服务业和制造业及进出口造成了巨大的冲击，中国经济可谓是雪上加霜。中央空调市场不可避免地也遭受了空前的打击。

疫情的蔓延导致春节复工延后，对生产端造成直接影响。制造行业本就需要大量人员进行现场作业，然而随着疫情防控形势日趋严峻，广东、浙江、山东、江苏、安徽等空调及其配件生产大省要求除特殊行业之外的其他企业复工时间不早于 2 月 9 日 24 时，春节假期较往年增加一倍，中央空调企业复工时间势必延后，加之受上游供应链及物流等因素的影响，中央空调企业排产也将推后，这些都将对企业一季度生产计划造成一定影响。

然而 , 企业即使能在 2 月 10 日复工，依然会存在 1 个多月的销售空档期。从目前形势看，整个中央空调市场零售和项目端的销售均处于冰封状态，即便疫情得以控制，其对市场造成的负面影响将导致第一季度厂家的出货情况更加惨淡，品牌市场端亦将面临着巨大的销售压力。销售无法启动，现金流无法运转，无论是对大品牌还是对于小品牌而言，打击都是致命的，中小企业将首当其冲，最先面临生存困境。

与此同时，疫情的爆发使零售商们的短期客流锐减，终端活动开展受限，致使其错过春节黄金销售时期，而工程商们也面临着施工延迟、回款受阻、资金流断裂等问题。不仅如此，2020 上半年的市场压力将会促使年中价格战加剧，新一轮的价格战将让经销商们更加力不从心。加之在疫情期间，不仅“零收入”，还必须支出人员工资、办公场地租金，甚至包括金融贷款利息等费用，企业负担进一步加重。因此，对于为数众多的中小型经销商而言，如何“活下去”已经成为亟待解决的问题。

为了攻克眼前的这些难题，在疫情期间企业应该在现金流管理上做出更加充分的准备，经销商应该去思考如何增强企业的抗风险能力，如何提升企业的经营能力和团队的专业素质，如何有效提升线上与线下的联动，在整个中国中央空调市场大环境下，每个人都应该尽最大努力并做好最坏的打算，先保证活下去再谈未来的发展。

新型冠状病毒肺炎防疫期间部分品牌支援抗疫情况及相关举措一览

企业	驰援物资
美的	1. 美的集团捐赠款物 1 亿元，捐赠雷神山医院所需全部家电，捐赠火神山医院 300 套新风 + 无风感空调以及 5 万个防护口罩，同时各区域中心也展开捐赠。 2. 向广东省红十字会捐赠 50 万只医用口罩，向佛山市捐赠 20 万只医用口罩；向集团总部所在地——佛山市顺德区捐赠 16 万只 N95 口罩、3 000 套防护服、1 500 副护目镜，缓解当地装备供应紧张局面。 3. 美的集团旗下安得智联科技股份有限公司将 100 台充油式电暖器直接运送到湖北抗疫最前线之一的湖北省妇幼保健院，在寒冷的冬天为医护人员和患者带来温暖。 4. 针对新冠肺炎疫情加强品牌市场推广（宣传集团、分中心、经销商等捐助事迹）。 5. 以健康知识普及方式加强产品推广（包括全季候家用中央空调、BMS 楼宇智慧管理系统等产品）。 6. 肺炎预防常识普及。 7. 为助力防疫工作，线上服务全面启动。
海尔	1. 截至 2 月 3 日，海尔共计捐赠超过 2 596 万元的现金及物资，其中包含 1 300 万元现金、价值 250 多万元的家电、价值超过 700 万元的医疗和生活防护所需用品，以及来自美国、日本、俄罗斯、法国、印度、泰国、马来西亚、印尼、尼日利亚等国家分公司紧急筹措的价值 50 万美元的防疫物资。 2. 海尔旗下的日日顺物流开通 24 h 热线电话 400-800-9999，全力调配运力资源，免费为疫区开通救援物资运输通道和物流服务。目前，日日顺物流已累计为全国疫情区域的 272 家医院 / 组织提供服务，火速送达 32 000 余套 / 台物联网家电、65 套医疗设备、9 000 套防护服、49 000 只口罩及其他所需物资。 3. 守护健康，与逆行者同行，针对全国的医院和抗疫点提供健康空气解决方案。 4. 围绕健康空气图谱，给用户提供住宅的空气护理。 5. 推进全网直播，引导宅家用户正确使用空调。 6. 海尔净水向火神山医院捐赠 22 套大型净化加热一体机和 4 套开水平台，为抗击疫情做好后方保障。
格力	1. 格力电器捐赠空气净化器 1 000 台，各分公司也向当地医院进行捐赠。 2. 截至 2 月 8 日，向武汉疫区捐赠 2 465 台空调和净化器，价值 1 540 万元，并组织广大员工为湖北疫区捐赠善款 600 万元。 3. 通过珠海市红十字会定向捐赠人民币 200 万元；通过珠海市明珠公益慈善基金会向市内 6 所医院、市卫健委和市边检总站等单位和机构捐赠一次性医用外科口罩、KN95 口罩共 40 000 余个；无偿为广东戒毒局、广东监狱管理局提供可高温杀菌的蒸汽精洗机 2 台、医用级空气净化器 2 台、加湿器 5 台。 4. 调整生产线，斥资 2 000 万元成立珠海格健医疗科技有限公司，全力生产防疫物资。 5. 明确指出延长复工时间，做好疫情防疫准备。 6. 以健康为话题，推广相关净化类产品。
大金	1. 支援武汉疫情防疫工作，捐赠 100 万元用于采购防护服、口罩、消毒液等医疗防护用品。 2. 根据疫情防疫，做产品核心卖点介绍。 3. 着力打造售前、售中和售后全系列服务，提升市场反应速度。

海信日立（日立、海信、约克VRF）	1. 日立集团捐赠CT机“日立Spri1l6（5M）”，相关款项和医疗物资总计约400万元；海信日立各分公司以及下辖经销商为各地一线战“疫”的交警、公安、医护人员等捐赠饮水机、医用外科口罩、医用酒精、PVC防护衣消毒水、即食产品等物资。 2. 结合当前疫情防疫，传播品牌服务的医疗卫生项目。 3. 针对疫情防疫，制作疫情防护措施海报。 4. 结合产品的除菌功能等核心卖点，进行产品宣传。 5. 采取线上招聘方式招聘工厂员工。 6. 加强电商投入力度。 7. 给予专业店房租补贴。
东芝	1. 为确保员工和经销商及其家人的健康安全，总部紧急支援了5万只口罩，分发给全国的员工和经销商。 2. 向中国红十字会基金会捐赠100万元资金。 3. 提倡员工居家办公，引导员工上下班避开高峰期，自由选择上班时间。 4. 降低经销商的年度销售指标。 5.2月12日成都合作伙伴峰会延期举办； 6. 数千万元补贴政策支持全国TCS专业店，给予TCS店一定的租金及工资补贴（全员进行线上大培训，培训优秀的才有租金和工资补贴）。 7. 积极开展线上促销活动。
麦克维尔	1. 成立火神山、雷神山医院空调设备应急小组，联络三个工厂业务分部，整理库存清单，另外全国销售分支机构积极响应医院建设选型应用需求。 2. 向武汉慈善总会捐款30万元，用于购买口罩、防护服等。 3. 延迟开工，建立应急小组，追踪员工的健康状况，发布疫情告知书。
	4. 组织市场销售管理人员讨论疫情对空调行业的机遇、技术改进的策略等。
开利	开利母公司联合技术通过中国妇女发展基金会和中国和平发展基金会捐赠300万元用于采购相关医疗设备和防护物资，支持中国抗击新型冠状病毒感染的疫情防控工作。
江森自控	1. 约克空调暂时关闭400人工服务热线至2月9日，关闭期间可通过热线语音信箱留言。 2. 捐赠垂恩空气净化设备，支持改造方舱医院的通信保障系统、安全保障系统、电梯报警系统等基础设施建设。 3. 疫情期间开通经销商特别沟通渠道。 4. 在金融、价格、业绩方面出台具体措施。
天加	1. 天加全力投入到防疫医院的建设考核、疫情防护空调使用自动控制策略的制定、医疗医药行业解决方案的开发中，服务了火神山建设、雷神山建设以及北京小汤山医院扩建等项目，目前在跟项目达上百个。 2. 天加全面推广净化型内机（包括大多联、小多联机及单元机等），切断病毒传播途径。 3. 利用在线培训、在线样本、在线咨询、在线方案等方式应对客户的需求，把销售流程更多地从线下搬到线上。 4. 截至2月1日，天加向武汉火神山、雷神山医院捐赠设备总价值超过180万元。
浙江国祥	1. 调整销售模式，多维出击，重点针对线上销售业务进行远程培训，进一步强化经销商线上营销能力。 2. 成立“新建医院设备供应工作组”，整理全国未发货的净化空调设备清单（主要针对医院的直膨机组和新风机组），提供给医院空调设计单位。 3. 全国70多个办事处和服务网点均处于24 h在岗状态，优先为医疗机构提供服务。

LG	1.LG 集团、LG 生活健康、LG Hausys 已累计向中国捐赠 300 万现金、724 万元物资及 6 000 m^2 的 PVC 地板材料。 2. 总部统一于 2 月 10 号复工，工厂人员部分复工，保证已下订单的项目能够顺利交货。 3. 各营业所优先采用线上办公，跟客户进行线上互动沟通。 4. 现有项目继续跟进，通过各种渠道收集新的项目信息，为后续工作做好铺垫。 5. 集团捐赠款项和物资 1 000 多万元支援武汉。 6. 全部营销人员 24 h 在岗，对接客户特别是医疗方面的客户，根据客户需求提供进一步的服务。 7. 韩国本部支援口罩分发给员工，保障复工后员工的安全健康。 8. 对各分公司销售经理及人员进行远程培训，特殊时期扎实开展专业学习，提高人员能力，为客户提供优质的解决方案。
雅士	1. 准时复工，全力以赴推进生产和交货。 2. 驰援武汉火神山医院，首批捐赠针对负压 ICU 的 10 台套净化空调机组。 3. 号召分布于全国的 30 余家销售、服务分支，从 2 月 1 日起进入 24 h 在岗状态，在保证自身健康安全的前提下，优先为医疗机构提供净化空调服务。
三星	中国三星通过中国红十字会捐赠人民币 3 000 万元，其中物资部分包括 100 万只专业防护口罩和 1 万套防护服。
三菱重工	1. 向上海市多家医院和医学机构捐赠 300 多台空气净化器，总价值超过 100 万元。 2. 延迟复工时间，保障员工健康。 3. 援助的首批防护口罩顺利交付合作伙伴——华电易德福（武汉）能源服务有限公司，及时为坚持工作的武汉项目员工们提供有效防护。
奥克斯	1. 奥克斯集团向宁波红十字会捐赠 1 000 万元，调拨物资支援武汉。 2. 奥克斯集团及奥克斯空调日本研发中心、加拿大公司等海外机构持续采购口罩，目前 30 余万只口罩已分批运抵国内。 3. 派遣集团旗下明州医院 20 名医护人员支援疫区，组织采购防护镜等物资；此外奥克斯三星医疗电气向武汉当地相关电力部门捐赠隔离服、护目镜、免洗消毒液等防护物资，还主动将集团旗下的武汉明州康复医院 300 张床位无偿提供给政府调配。 4. 向黄石市防疫医疗系统下属 18 家医院捐赠空调 450 余套，同时向建设中的武汉市蔡甸区大集健康谷方舱医院捐赠空调设备，用于填补当地医疗机构空调设备的空缺。 5. 成立防控领导小组和应急执行小组，建立疫情应急处理机制。
四季沐歌	1. 紧急调动物资支援一线医护人员，为武汉市第五医院捐赠热水设备。 2. 向黄冈小汤山医院捐赠 100 套热水系统，帮助一线医疗工作人员和患者做好自我防护工作。 3. 向武汉雷神山医院捐赠热水系统、净水系统、口罩、护目镜、帐篷等物资。
TCL	1.TCL 集团捐赠 1 000 万元现金用于支援疫区前线抗击及防治工作，并同时提供筹建蔡甸区火神山医院、江夏区雷神山医院所需的公共显示 LCD 设备、空调、冰箱以及洗衣机等。 2. 旗下速必达希杰物流紧急装配援助雷神山医院，“十分到家”服务团队在雷神山医院进行安装设备的紧急任务。 3. 苦练内功，加强团队人员培训，做好恶劣市场环境下的准备工作。 4. 针对疫情，将培训延伸到经销商，提高经销商获利能力；

	5. 根据市场环境变化，针对经销商制定符合自身特点的政策方案，协助经销商一起渡过难关。
申菱	1. 向南方医科大学顺德医院附属陈村医院捐赠资金 30 万元。 2. 延迟复工时间。 3. 营销人员线上办公。
EK	1.EK 中国向武汉捐赠一批室内高效空气净化器与净化型空气处理机组，并将设备递交至火神山医院等项目建设总包单位。 2. 营销人员在线办公，跟进客户提供服务。
松下	1. 松下电器中国东北亚公司通过中国红十字基金会捐赠人民币 100 万元，用于购买医用口罩、防护服、护目镜等防疫物资。 2. 松下集团在华企业也在紧急行动中，发挥企业力量，支援武汉，抗击疫情。 3. 松下制冷急速增援大连市六院（新型冠状病毒肺炎定点救治医院）空调改造项目。
苏净集团	1. 积极参与新冠肺炎的防控工作，为北京小汤山、武汉火神山和雷神山医院的建设提供了核心设备。 2. 禁止企业员工借新型冠状病毒肺炎疫情进行事件营销。 3. 磨练内功，在医院和生物安全领域方面进一步布局，提升市场应变能力。
欧博	1. 捐赠一批手术室 /ICU 病房专用净化机组、恒温恒湿机、直膨机、模块机、净化末端等产品。 2. 积极落实相关防疫措施，迅速成立疫情防控指挥部，春节期间制定了强有力的保障方案，确保员工返工顺利及身体健康。
长虹	1. 长虹集团首批 43 万个口罩已经送达国内，其中 35 万个口罩于 2 月 1 日捐赠给绵阳红十字会，供防疫一线使用。 2. 驰援湖北，捐赠 100 万只医用口罩和 1 500 套防护服。
酷风、三菱重工海尔、志高暖通、顿汉布什、富士通、江森自控日立万宝、西屋康达、荏原、科龙、东元、堃霖、博世、特灵、必信等	1. 响应政府号召，继续以高标准做好本次疫情防控工作及报备工作，保障员工健康安全。 2. 根据市场情况和疫情变化，跟踪服务好客户，积极组织线上服务、培训工作及售后服务工作，保障广大用户的产品使用需求。 3. 营销人员线上办公，加强渠道沟通，针对线上进行一线渠道培训，强化线上营销能力。 4. 全体营销人员从春节期间开始，积极联系各地卫生建设部门，积极满足新建医疗场所空调设备需求。 5. 时刻关注疫情变化，做到精准、有效、有序开展相关工作，并积极做好支援疫情的相关工作。

品牌观点

刘光亚

欧博总经理

江西浩金欧博空调制造有限公司生产的净化中央空调设备，广泛应用于医院实验室、洁净室、手术室、ICU 病房。疫情发生后，公司第一时间紧急调集捐赠空调净化设备等物资，支援火神山、雷神山等医院的建设，在医院建设推进过程中都可以看到欧博公司员工奋战在一线的身影。自 2 月 11 号复工以来，公司加紧安排员工复产，加快生产国家紧缺的民生物资，以最快的速度为全国各地医院建设和防护用品厂家提供最优的空调设计方案和最佳的产品。

毫无疑问，2020 年的中央空调市场竞争将更加激烈。欧博未雨绸缪，近些年主动出击进行转型升级，在品牌打造方面投入巨资。截至目前，欧博已经为武汉、赣州等地持续捐赠价值 578.8 万元的物资，在力所能及的情况下快速地提供空调设备给一线（包括医院、防护设备厂、防护口罩厂等）。在社会需要企业提供援助的时候，我们毅然站了出来，众志成城，抗击疫情，让大家尽快地恢复正常的生活。

在欧博人眼里，中央空调销售没有淡季、旺季之分。随着外部环境不确定性的加剧，以及逐渐向好的国内战疫形势，遍及全国的传染病医院、手术室、ICU 病房，甚至包括口罩、防护服的制造厂商等医药器械全产业都在“呼唤”着洁净空调生产的急速复苏。目前，欧博工厂正在加足马力，联合各个生态攸关方为用户按需提供洁净、健康的空气能方案，加速智能制造和智慧空气体验在用户端的落地，为中央空调行业转型升级树立标杆。

郭云

海尔武汉中心经理

2020 年的武汉疫情犹如放出囚笼的猛兽，让很多人惊慌失措，乱了阵脚。对中央空调行业而言，疫情的爆发对整个工程市场、零售市场都产生了巨大的负面影响。对零售市场而言，原本春节之后，很多品牌会迎来一波“促销节”，但是今年的疫情让员工和客户都不能出门，消费渠道被切断，直接导致第一季度的零售市场处于空缺状态。对工程市场而言，物流停运导致所有物料不能运进武汉，工程发货也与武汉无关，工程项目全部延期，不过相信复工之后，不少项目还是会陆续跟进。

毫无疑问，湖北第一季度中央空调市场几近空白状态，我们目前接的单子只有与疫情防控相关的项目，例如武汉在建的方舱医院。在这种情况下，工人也是需要凭借一对一的通行证才能进场施工。我预计未来疫情有所好转后，由于人们的行为惯性，一段时间内也不会出门消费，因此像餐厅、酒店、电影院这些民营项目受疫情影响会很大，可像医院、学校之类的公建项目还是会持续推进，部分工程项目需求也会得到释放。

张焜

海信日立郑州分公司
市场部经理

对于区域市场而言，原计划2020年第一季度我们要实现至少15%～20%的增长，可疫情发生却给这一目标达成设置了障碍。在零售方面，由于商家的店员大部分滞留在老家，难以回城，导致店面无法开工，进而难以开展一些大型落地活动，目前只能以线上的宣传和团购为主。从效果上看，与线下活动相比推广效果难以让人满意。在工装方面，河南市场近两年主要以房地产项目为主，政府公建项目较少，我们在这方面位于行业品牌前列，而官方通知地产类的项目到3月中下旬才能复工，对我们正在执行的项目或者新增项目产生了较大影响。

在渠道布局方面，我们的主要工作是推进空白区域市场的覆盖，原计划在上半年要达成对所有县级空白区域市场的覆盖。在疫情发生后，我们的渠道布局计划不会有本质的变化，但后期的着力点会做调整。尤其是在家装方面，之前太重视线下推广，线上重视程度亟待提升，所以在线上方面我们会着力去培养一些商家。产品方面，不管是日立还是海信，从2019年开始我们便已注重健康类产品的推广，如日立的双净化产品等。因为我们在产品上具备优势，在开展线上活动的时候，客户更容易接受我们的产品。

在零售市场，我认为未来客户购买的聚焦点会有所改变，客户对于产品的附属功能的要求会更高。工装方面，疫情可能对于大型全空气系统会有一定打击。之前，“非典”结束之后的几年时间，也是多联机飞速增长的阶段。以前都倡导全空气系统，每个房间都有风管连通，不利于疫情的控制，这一点以后应该会有变化。相信整个氟机系统，包括水机的独立系统在疫情过后应该会实现增长。

从目前的情况看，未来市场的走向很难有准确的判断。根据以往的经验，对于空调产品的需求量应该会有提升，不过受疫情的影响，项目的进度会大打折扣，很难断定市场会有怎么样的发展方向，可长远来说市场的走势应该是往上的。

孙火火

酷风新疆办事处负责人

由于疫情和政治环境因素的影响，新疆大概是全国除了湖北以外管控最严的地方，各行各业都不允许复工。除了公务员、医生之类的职业以外，所有人不准出门，我们现在只能居家办公，主要做一些线上的活动，比如微信秒杀、厂家活动、抖音宣传带货之类的。不过由于新疆区域互联网发展相对较慢，收到的效果并不理想。在渠道布局方面，我们原本是计划与几家建材市场以及几位经销商进行合作洽谈，可疫情之下都被迫中止。但是，这段时间我们一直都在和他们加强沟通联系，等到疫情过去，合作会继续进行下去。

如今形势艰难，市场情况变化莫测，必须紧紧把经销商团结起来。对于合作伙伴的补贴，我们会根据全年的任务达成目标来制定具体的补贴措施，与经销商一起共渡难关。值得一提的是，我们在2月24日会针对经销商做一个“抢单”活动。届时，我们会在产品价格上给予经销商更多的优惠，也相当于变相对经销商进行补贴。

虽然新疆地区的消费者对家用中央空调的接受度还比较低，可是受疫情影响，我认为中央空调在零售市场上可能会出现一个转折点。消费者长时间压抑的消费需求在疫情结束后可能会有一个

报复性的增长，也许零售市场会迎来转机。从2019年的数据来看，新疆酷风有60%的销量都是来自于工程。当前，工程大面积停工，很多企业受到影响，因此后期甲方在中央空调的选择上会更加慎重，给我们也带来了一定压力。不仅如此，有些甲方原本约定2月初付工程款后进场施工，可是现在无法实现，这就拖慢了2020年第一季度的任务进度，所以疫情对新疆中央空调工程市场可能会产生较大的影响。

马磊

LG中央空调
西南大区总经理

2月24日是重庆市大部分企业开工的时间，不过仍有不少单位将复工时间继续后延。在疫情影响下，人员无法流动，交通被管制，发货难以实现。但很幸运的是，我们赶在疫情防控工作开展之前就完成了一些项目的出货。在1月份的时候，我们完成了成都和重庆的几个较大项目的出货，因而1月份的销售额同比增长很高，在数据上甚至赶超了2019年第一季度的总量。原本我们准备在2月份趁热打铁，实现一些跟进项目的合同签订，但现在看来预计项目新增难以实现。

毋庸置疑，疫情给我们工作的正常开展带来了很大困难，不过我们也得到了平时难以享受到的大量空闲时间。平日里，周例会的时间比较短暂，我们学习交流的时间有限。在目前的境况下，我们每天都有很多时间可以用来学习和交流。自2月3日起，我们开启了居家办公模式，居家学习模式也随之展开。每天上午，我们开始1～2小时的学习，通过企业微信平台进行线上学习分享，学习内容包括产品知识、方案式营销培训课程、数字课本等，我们还会拟定一个课题进行交流与互动。

在下午，我们则会用2～3小时进行深度项目分析。团队的每一位成员都接触了不少项目，我们将其中比较重要的项目拿出来对每一个细节进行分析。无论是成功的案例还是失败的案例，我们通过深度的分析与交流讨论都能够有所收获，在学习交流中还会对未来的发展进行筹划。由于西南区域所拥有的医院及康养中心接近400家，疫情过后国家将加大对于医疗建设的投入，这一数字还会往上增加，因此我们也会加大在这一方面的布局力度。

王宇新

麦克维尔
无锡办事处经理

疫情周期的不确定性导致我们无法预估中央空调市场的发展走势。短期来看，企业还有一定的可控性和抗压性。可是，一旦疫情的控制时间越拖越长，工程项目长时间无法开工，工程周期无限延长，必然会对我们的正常运行造成重大影响。

总体而言，由于一季度开工时间短，我们的发货量和订单量也最少，因此疫情对项目造成的影响也最小。至于未来行业究竟如何运转，还要待疫情结束后看政府的具体政策。例如，无锡市不久前出台了《关于应对新型冠状病毒感染的肺炎疫情支持企业共渡难关保障经济平稳运行的政策意见》来支持房企，其中明列17条措施，涵盖缴税延期、贷款支持等方面，全力支持房地产企业、建筑施工企业积极应对疫情给企业生产经营造成的困难。这对房地产行业来说是一个刺激信号，对中央空调市场来说同

样也是一个利好消息。

目前，我认为未来以医疗卫生、疾控中心为主的民生项目数量会有所上升，而外部投资项目会相对减少。长远来看，当中国经济发展稳定后，这类投资项目依旧会陆续到来。

陈建锋

浙江国祥
安徽办事处经理

由于浙江国祥的产品主要服务于工业、电子以及医药领域，民营项目占比很少，因此疫情发生对浙江国祥在安徽区域销量的影响微乎其微。在疫情期间，浙江国祥凭借在医疗净化领域的多年专攻，成功服务了一大批地方疾控中心，进一步提高了其在医疗洁净领域的品牌影响力。

在渠道布局方面，我们一季度的任务就是重点开发皖北市场，调动部分人员过去，加强皖北市场的人员布局。尽管一季度安徽中央空调市场的整体情况可能不太理想，可我敢肯定的是浙江国祥将会保持稳健增长。除此之外，我们会继续坚持从顾客需求出发，严抓产品质量，紧随公司策略，优化自己的技术方案，以树立更多更好的精品样板工程。

章伟

约克多联机
北京分公司工装经理

疫情对我们工装市场影响不是很大，原定计划 2020 年销量突破 1 亿元，目前来看依然可以实现这个目标，只是设备进驻会有所拖迟。从目前得到的公建项目反馈来说，项目市场分三种情况：其一，项目仍在招投标阶段，虽然人员不能到场，却可以进行线上沟通交流，疫情对于类项目是没有影响的；其二，项目合同已签完，等待设备发货，复工时间在 3 月左右，这个时间项目还是可以抢回来的；最后，项目已经签完合同，实现部分发货，剩下的发货也要等到复工之后。这些项目大家都会紧锣密鼓地组织设备进场，不会拖延很长时间。

众所周知，目前许多房地产企业面临财务上现金流吃紧的问题，对中央空调品牌也产生了一定影响。不过对约克而言，地产板块在业务板块中的占比较为均衡，所以约克规避了这方面的风险。长期以来，我们的优势在于工装项目，服务的项目主要是办公楼、商业综合体。

不过，疫情对家装市场影响比较大。我们有很多的零售商都是有囤货和开店的，他们往往会在年前大量囤货，等着春节过后举办各种促销活动开拓市场。受到疫情的影响，消费者基本都不出门，销量自然就没有了。作为一线城市，北京的人工、店铺成本很高，不少中小型经销商面临着生存危机。为了减轻疫情对合作伙伴的影响，我们也出台了门店补贴政策，全力支持旗下经销商共渡难关。

我认为，家装零售市场的回暖会比通知复工的时间还晚。假如 3 月份复工，如果公众反应依旧冷淡，那么实现真正的恢复就要等到四五月份了，经销商的库存压力和资金压力都将进一步加大。为了去库存，一场价格战在所难免，这会扰乱市场的价格体系阻碍整个行业的健康发展。

李月

海信日立
昆明办事处销售工程师

疫情对全国的影响都很大，云南虽然患者较少，可复工依然需要层层审核，目前市场尚未完全复工。我们云南区域原计划 2020 年全年销量同比增长 20%，但在疫情的影响下，第一季度的业绩肯定会受到较大的影响，不过即便如此，我们全年的目标也不会下调。

此次疫情对工程市场和零售市场都有一定的影响。其一，项目延期现象明显；其二，设备运输受到阻碍；其三，零售店面都处于关闭状态，即便疫情结束，也会有一定的缓冲期。对此，我们对零售经销商给予一个月的房租补贴支持。

虽然在新冠肺炎疫情的影响下暂时关闭了市场，但云贵区域本身市场容量较小，市场竞争没有那么激烈，因此受影响的程度不会太大。云南作为第一批变成三级卫生管控的省份，不出意外 3 月份市场将逐步恢复正常，大家都很期待工程全面复工。零售方面，我们也在组织线上“3 • 15”活动，期盼小旺季局面的来临。

对于 2020 年云南区域中央空调市场，我认为还会维持正增长的状态，因为各厂家都会在后面的几个月努力挽回一季度的损失。在疫情的影响下，中央空调市场必然会更趋向于健康型产品，因此转型的品牌很多，不过日立产品本身就有这一卖点，所以对于 2020 年的市场我们有信心保持增长态势。

苏云芳

东元福建销售经理

突如其来的疫情让我们正常的业务秩序受到了影响，居家分布式工作方式成为我们应对疫情的不二选择。在此期间，我们将目光转向内部管理体系，修炼内功，查漏补缺，为疫情过后的发展积蓄力量。

现在我们主要担心的是疫情对一些项目的影响，有的甲方会出现资金链紧张、用工短缺等问题，这或多或少会影响项目的正常推进。与此同时，我认为在疫情过后必然会出现行业格局的调整，所以必须强化对市场的管理和规划，把资源向价值客户和价值产品倾斜，医用净化领域便是我们发力的重要方向之一。

2020 年的市场前景不容乐观。从时间上来讲，疫情什么时候能结束谁也不清楚。随着各地陆续复工，办公室、商场等公共场所人员流动不断增加，对于公共场所使用中央空调是否会造成病毒传播目前也是众说纷纭，为了保险起见，还是有不少地区的公共场所关闭了空调设备。

对于中央空调市场而言，疫情结束后，抑制的消费需求会在短期内得到释放，但是需求释放和有需求是两码事。对于消费者而言，如果空调产品不是刚需，他们仍会观望一段时间。一些人本应过了年就开始上班，可现在复工无望，他们也面临着很大的经济压力。 市场是瞬息万变的，今年我们也会对包括中央空调在内的产品结构进行调整，只有学会变通才能适应新一轮的市场变化。

范海涛

西屋康达
河南办事处经理

由于疫情的蔓延，河南区域除了国家级项目在开工外，很多工程项目都未开工。在这种情形下，很难确定在第一季度能否实现预期增长目标。毕竟疫情影响太大，虽然最近我们有下单，但是依然下调了第一季度的业绩目标，不过全年的目标并没有下调。

从目前来看，由于国家没有明确的复工时间，各个项目都无法开工，工程市场处于停滞状态。虽然有通知显示3月6号可以复工，但消息来源还要等官方发布确认，目前大家都在等待。

市场形势不容乐观，经销商压力较大，虽然我们难以做到像家用中央空调品牌那样给予所有经销商支持，但是公司还是在酝酿相关政策，我们可能会进行一部分的单项授权，在价格上给予经销商一定支持。

2月17日我们工厂已经复工，只要经销商恢复正常工作，我们就能以最快的速度进入战斗的状态，保持既往政策的正常实施，保证订单能顺利受订和交付，从而保证实现年度目标，这也是我们对经销商的一种支持。

对河南市场而言，此次疫情对市场发展方向会有一定影响。由于河南是重灾区，疫情的爆发凸显了区域医院净化和新风系统的不足，因此未来河南市场在医院改造净化、新风系统上应该都会有所加强。另外，改造项目增多会使这部分产品的销量有所增加。

张敬辉

欧科长沙办事处总经理

毋庸置疑，疫情对于湖南地区的影响还是比较大的，不仅包括我们中央空调行业，其他行业的众多企业也尚未复工。我们EK长沙分公司原计划第一季度可以完成全年任务的15%，可受疫情的影响还未开工，原定的业绩目标难以保证，但是2020年整体目标却不会因此下调。

目前，整个中央空调市场无法正常运行，对工装项目板块带来的主要影响是开工的延期，其他影响还未显现出来，必须要等到3月份开工后，整个市场形势才能逐渐明朗。祸兮福所伏，在疫情的影响下，口罩工厂及医院改造项目增多，近期我们针对这类项目提供了一些服务。针对2020年市场，我认为医疗、旧改市场将大有可为，政府基建项目会有所影响，民间投资将会更为谨慎。

疫情过后，空调市场必然会有所转机。一方面，由于空调是刚需产品，虽然现在无法施工，可在疫情结束后空调市场应该会有爆发式增长。另一方面，在新型冠状病毒肺炎的影响下，公众的健康意识在逐步增强，对空调净化空气的产品的要求会更加严格，市场对健康型、净化型的产品需求将进一步增大，从而加快中央空调产品升级的速度。

闫军

顿汉布什西北区总监

新型冠状病毒肺炎来势汹汹，给我们造成了不小的影响。在项目方面，西北区域几个省除了应急物资相关项目和特批项目以外，其余的项目目前都无法开工，均处于暂停状态，具体的开工时间需要等政府公告之后才能知晓。现在，我们所有人员都采取居家办公的线上工作方式，主要工作内容就是维系客户、做方案、设计系统等在线上可以完成的前期工作。

对西北区域而言，疫情对陕西的影响会比较大，对其他几个省的影响会比较小。由于气候条件差异，新疆、青海、宁夏等省份项目往常都是在 3 月份之后动工，而陕西省的气候比较温和，冬天停工的时间比较短，受影响较大。

在第一季度，我们在渠道领域向来都是采取联络和维系的方式来开展工作的，目前在渠道上还是采用线上联系的方式。众所周知，顿汉布什本身不是一家以渠道为主的品牌，主要重心是放在工业项目和公建项目上，而现在这些项目均处于停工状态。虽然线上的招投标活动依然能够进行，却都是个别的中小项目，毕竟中小项目不需要特别多的招标程序，不过数量相比以往也少了很多。究其原因，核心点就是发货、销售等工作开展比较困难，原计划一月、二月的出货都难以实现，无法发货当然也就无法保证销售额。现在我们能做的便是努力优化系统，在线上维系并开拓客户，制定好各类方案，等待复工之后一鼓作气，力争上游。

郑进伟

江森自控日立万宝
华南营销总监

本次疫情对中央空调行业会有两方面的影响。一方面，这次疫情会造成项目出货推迟 20 天左右，进而影响全年的项目出货，从而造成全年总体项目销量的减少；另一方面，本次疫情存在一些变数，比如对企业的最终影响尚未明确地呈现出来，政府针对企业出台的激励政策尚未明朗。

一般而言，我们第一季度项目的出货时间在 2 月底，4 月、5 月、6 月才是项目出货的集中期，因此疫情爆发对我们整个项目市场的影响周期仅有半个月。虽然如此，疫情还是打乱了我们以往正常的工作节奏。比如，往年春节节后开工至 3 月份左右，公司主要的任务为客户拜访、线下推广、经销商会议以及正常的项目推进等工作。但是疫情之下，大家居家办公，仅仅只是通过电话与客户进行沟通联系，这样便难以摸清项目方的货期，有可能造成工厂资源投入的不均衡。目前，我们能做的便是及时与医药类项目甲方沟通，优先对该项目生产、发货，同时加强线上营销培训（主要针对营销团队内部成员），以进一步提升团队的专业素质水平。

本次疫情过后，我认为市场环境会更加严峻，中央空调行业能否释放积极的增长信号依然存在不确定因素。但是，健康类的空调产品将会有很大的利好空间，医院类的项目建设会在各地方得到加强。从公司层面看，复工后除了正常开展市场推广外，公司还将根据目前的状况对一些项目的侧重点进行调整。

宋昌顺

盾安南京分公司经理

受疫情影响，区域项目均处于停工的状态，复工时间尚未确定，因此盾安中央空调 2 月份在南京区域市场上的表现未及预期。面对此种情况，我们将会继续坚持技品领先、贴心服务的策略，为客户提供更加优质的服务。

在此次疫情中，公司顺势应时，充分利用组合机、屋顶机的产品优势，推出了疫后净化空调解决方案，自春节至今公司已陆续接到多个项目的订单。主要是关于医疗方面的项目，具体包括为扬州、南通、镇江等地区环卫医院提供一些相关的直膨机组。除此之外，对于南京地区新冠病毒实验室的建立，我们也提供了一些新风机、直膨机组，并完成了新风管道的净化工作。

在产品方面，今年受疫情影响最大的应该是模块机。因为在国产品牌当中，这类机型大多服务于酒店、宾馆以及商业地产等项目，而这些领域的项目正是受疫情影响最为严重的。不过在疫情结束后，国家对这类领域的项目应该会有一个合理的管控，而到时适用于这类领域的中央空调机型产品供货量将会有所提升。

此次疫情对于 2020 年整个中央空调市场是否有影响？我认为必然是有的，并且这个影响会延续到二季度末，直到三季度才会逐渐恢复过来。在这样一个特殊时期，同样也是我国市场经济的一个特殊年份，我认为国家会在后期通过一些宏观调控手段来刺激内需，而刺激内需就会牵涉到工业方面，从而可能会对中央空调市场产生一些推动和补救作用。

值得一提的，国家在医疗体系建设和实验室建设等方面的投入力度，在疫情之后可能会进一步加大。盾安中央空调作为净化领域的代表性品牌，将会紧跟时代步伐，继续扩大市场容量，在优势领域集中发力。与此同时，我们会继续坚持立足渠道、服务渠道的市场策略，加大对于渠道产品的返利额度，为渠道提供更多的市场和服务支持。我相信我们的渠道也定会厚积薄发，圆满完成 2020 年的目标。

郝向民

堃霖西北区营销总监

现在小区管控很严格，必须有“出门证”才允许出门，而且一家每两天才能出去一个人，只能出去两个小时。街上大大小小的店铺基本都关门了，原来走几步就能吃到的羊肉泡馍，现在想打包带走都不可能。陕西挨着湖北，作为邻近省份，之前人员往来比较多，所以大家都很紧张，不过目前西安还没有出现死亡病例，情况还算好一些。

员工现在的境况差不多，都是宅在家里，通过视频会议进行沟通。目前，我经常听到“民营企业不好做了”之类的话语，事实确实如此。工地开不了工，代理商无法动身，我们也只有等到疫情缓解后才能开展正常的工作。但是时间上的延后并不仅仅是某一家出现的情况，而是普遍存在的，所以大家不要过于悲观。

由于 2019 年服务了不少项目，在 2019 年底还签了份大单，在业绩上我们还挺满意的。不过这个能源领域的大单，我们本来准备年后就开工的，但受疫情影响项目无法开工，出货也难以实现，甲方现在很着急，可目前也没有办法，只能静待疫情结束。因此，疫情对市场还是产生了一些负面影响。

李勇

江森自控约克
陕西办事处负责人

陕西政府对疫情管控比较严格，现在工程项目基本全部处于停滞状态。目前，居民出入小区需要有政府发放的复工证明，可是政府在给企业发放复工证明上非常谨慎，一般只给大型国企以及医疗相关的企业发放复工证明，所以整个工程市场没有具体的复工时间表，大家都处在待命的状态。

虽然发生了严重的疫情，但由于发生时间处于传统淡季，因此公司上下对完成我们的年度目标仍然充满信心。目前，工程全面停滞，我们现在采取居家办公的工作方式，在线上与工程商们进行技术交流和沟通等。如有客户在产品使用上遇到紧急事件，我们会通过线上提供具有针对性的技术支持或提供特别的现场支援。在补贴政策方面，江森自控约克总部对全国范围内与疫情相关的项目给了一定程度的支持，后期可能会针对相关项目出台一些单独的支持政策，我们将携手合作伙伴一起为特殊时期下的工程市场尽一份力。

至于疫情对陕西中央空调工程市场的影响，我个人认为在 2020 上半年会产生一定的影响，但影响程度不会太大。因为 2019 年西安市开工了一批大型重点项目，范围涵盖光伏、新能源汽车、电子厂房等领域，很多品牌都有众多正在实施的项目，比如有很多已经在 2019 年签订了合同的项目，等到疫情结束允许复工后就陆续推进。我预计疫情可能会在 4 月份后基本得到控制，那个时候市场上可能会因报复性消费而实现增长，所以对于今年的制冷机组与空气调节设备的销售额不用过分担心。

不过，一旦疫情结束，消费者和项目方与市场一起进入冷静期，也就是说，在 2020 年下半年和 2021 年一整年，市场预计会出现一段时间的沉寂与萧条。因此，需要市场上所有的从业者一起齐心协力，共渡难关！

TICA®
天加环境科技

王津

天加
山西办事处负责人

事实上，往年这个时候各项目的推进早已进入正常状态，但是突如其来的疫情打乱了整个工程行业的节奏。工人无法成行，材料不能正常运输，行业的供应链处于搁浅状态，因此现在除了应急医院的建设和改造项目外，绝大多数工程都处于停工状态。项目何时能进入正常工作状态还得取决于疫情的控制情况。

我们公司也处于半停工状态，只能通过网络实现业务在线、员工在线来与客户保持联系。本来我们一季度的计划是把 2019 年的项目任务做完，然后进行新一年方案的采购和设计，现在所有的项目都已经延期了。目前我们主要是针对当前国家政策的帮扶和指导，做一些医院负压病房的改造建设项目，为抗击疫情贡献一份力量。

值得一提的是，面对新冠肺炎疫情的扩散，很多地方本着“宁可床等人，不可人等床”的原则，在春节前后紧急建设了不少临时应急医院，医疗净化空调机组需求激增也让一些从未涉足此领域的厂家加入进来。可是，随着疫情形势的逐渐好转，面对大量净化设备的库存积压，厂家该如何消化，这也是厂家需要考虑的问题。

渠道观点

吴恩宇

——江西佳韵和暖通科技有限公司总经理

由于与湖北接壤，人员流动频繁，江西也是此次疫情的重灾区。目前，大家都在居家隔离，企业和门店都难以营业，写字楼、小区也都是严进严出，因而整个项目市场都处于停滞状态。

我们公司在工程方面侧重于政府项目和房地产项目，所以疫情对我们的影响还是比较大的。现在员工只能线上办公，与甲方及合作伙伴的沟通都只能靠网络和电话，很多合作都无法落实到位。此外，地方规定工地 3 月 10 日以后才能陆续复工，这就预示着我们失去了近两个月的时间。

与餐饮行业、旅游业不同，中央空调是刚需产品，市场不会在时间的推迟下消失。我预计在疫情结束后，市场或许会迎来一个爆发期，公司也会在这段时间积极做好准备来应对将来未知的市场变化。

对于 2020 年的中央空调市场，我并不看好。在新型冠状病毒疫情的影响下，预计中小型投资项目会受到挤压，项目投资也将更加慎重。目前来看，今年在新风和净化方面会有好的发展，公司也在加强与新风、净化领域的合作，助力中央空调产品从舒适型向健康型过渡。

杨怡

——武汉嘉洋机电设备有限公司总经理

现在武汉市场全部关停，工作基本无法进行。目前，政府还是以防控为主，全力做好民生保障。甲方和我们一样都在期盼疫情能够尽快控制住，不然其他工作都无法进行，我们目前唯一能做的就是一些项目的前期联络或合同的洽谈沟通、项目资料的准备等。我认为此次疫情会导致项目市场暂停几个月，造成所有项目进度相应推迟，但总体变化应该不大。

我司在工程方面主要侧重于大专院校、政府机关、国企等民用建筑项目的中央空调、新排风、商用净水、智能控制等系统设备供货和安装、调试、维修保养，以及大型国有房地产公司的精装修配套项目的空调、新风、吸尘、净水、智能家居等系统设备供货和安装、调试、维修保养等。目前，疫情对公司在这些项目上产生的影响还不是特别明显，只不过所有项目进程都往后推迟。接下来，我们会利用这段时间对项目设计和配置进行调整，也会对提供的产品、安装、售后服务等内容进行相应的优化。

面对这样的情况，我还没有想到更多可行的措施来减小损失，只能利用这段时间进行员工培训、学习等，这也算是减少人力成本和支出的一种方式。至于房租、资金成本是没办法减少的。

目前，我们合作的品牌如东芝、格力、麦克维尔、天加、奥克斯、湿腾等都在积极联系我们，安排一些产品及技术培训，东芝工厂在前段时间还给我们捐赠了紧缺的口罩。另外，多家厂家也都在积极通过电话或微信商讨在接下来的项目合作中采取哪些可行的措施以共渡难关。2020 年本地行业整体销量肯定会下滑，我预计公司业绩下滑应该会在 20% 以上。

王俊杰

——武汉舜杰机电设备工程有限公司总经理

对于疫情造成的影响，政府目前还没有具体措施或政策发布。当前，由于武汉疫情形势严峻，小区实行封闭式管理，市民足不出户；交通全面封闭，除了保证市民的生活物资以外，其他的车辆无法进入；零售店全部关闭，项目市场也都已停工。一切都要等到疫情结束，才能稳步地开展工作。

我们公司在工程方面主要侧重于医药、医院、商场及零售方面，所以此次疫情对公司的影响很大。疫情当前，人员、物资、材料都无法保证，且预计疫情结束后还要有两个月的缓冲恢复期，对于这样的情况，我目前还没有想到更多可行的措施来减少损失。

武汉的市场情况比较特殊，2019 年武汉举办了军运会，市场基本是停了半年。2020 年突发疫情，第一季度必然无法复工，行业需求后延，预计 2020 年本地行业整体销量会有所下滑。项目市场也会产生一些变化，大型项目及政府项目会因疫情的影响而减少，外来的民间投资会增加。毋庸置疑，疫情的出现对当地的经销商来说是一个沉重的打击。

王旭

——河南波涛机电设备有限公司总经理

本次疫情导致实际复工时间延后，市场销售停滞，政府尚未采取特别实际的应对措施，甲方也同样如此。从公司经营角度来看，由于复工时间的延后，仓储、资金、物流、人工的成本都大幅度上升，并且没有任何一个渠道可以带来可观的收入，公司面临着巨大的压力。

在工程方面，公司主要侧重地产项目和政府公建项目。目前，地产项目无法开工，政府公建方面的重点工程在政策上虽然允许开工，可是现在开工会增加大量成本，困难也会增加。而且即使申请开工，因政府部门对复工复产企业的审核严格把控，通过审核依然比较困难。工作方面，我们现在只能通过微信、电话跟甲方进行沟通和洽谈。对于这些困难，公司暂时没有什么特别好的应对措施。

作为美的的合作伙伴，我们与美的的步调基本一致，都在通过培训加强自身建设，提升团队整体素质。此外，我们还采取线上销售的方式，但基本上没有获得实质性成效。毕竟中央空调行业整体来说属于工程行业，需要走出

去，通过线上实现销售的可能性不大。可以预见，未来的项目市场在产品方面会更加注重产品的健康性能，在线销售的方式也会更受重视。

疫情的出现让2020年的市场情况雪上加霜，不但耽误了工程项目的正常进行，而且还会引发资金链断裂等问题，一些小企业可能会被淘汰。有关2020年的目标，我们要求不高，只要能保持公司业绩的平稳即可。

侯勇

——宁波好享家暖通工程有限公司总经理

本次疫情在工程方面造成的影响主要是工期的延后、中小项目投资的减少，不过从整体市场层面和市场总量来看，未来不会产生太大的影响。目前，政府方面针对企业出台了一些扶持政策，比如社保的免交或者缓交、税收方面的支持以及政府贴息的支持等。现在政府管控依然很严，工厂开工、工程项目开工都需要经过政府批准，批准之后还需要在可控范围之内开展工作。我们已经申请复工了，只待申请通过，我们就可以继续跟进项目。

从公司经营角度来看，短期内公司会受到一定影响，毕竟房租、人员工资等费用是实实在在的，可从长远来看，公司的经营发展大方向不会有太大改变。在零售方面，业务人员通过线上在网络社区、小区业主群等与客户进行沟通，实现一定的销量。此外，公司还进行了一些线上营销活动，但不管是在经验上，还是在推进程度上，亦或是相关人才方面都存在着很多问题，所以我们主要还是依靠日立的天猫店进行营销。值得一提的是，日立中央空调也给与了一定支持，补贴我们一个月的房租。

疫情对零售市场的影响比较大，主要表现在三个方面。首先，就是无法开工。我们在宁波算规模比较大的企业，地方政府、街道办事处都提供了很大的支持，在经过一系列审批后，包括对基础防护工作的检查、对于工作现场的实地考察等，最终被批准在2月14日可以开工，但是绝大部分的卖场或者街边门店目前都是不能开工的。其次，即使能开工，业主暂时也不会到门店和我们进行沟通，除非是遇到特别紧急的情况。最后，小区难以进入。现在小区对进出人员的管控非常严格，业务人员若要进入小区开展房屋测量等工作，基本是不可能实现的。

陈飞

——郑州安通机电设备有限公司总经理

本次疫情导致实际复工时间不断延后，很多行业都规定在3月中下旬甚至更迟才能复工。郑州市政府目前对企业尚未采取任何帮扶政策，税收优惠政策也未出台，甲方也没有任何措施。

从公司经营角度来看，复工时间的延长，房租、人工成本都大幅度上升。一旦房租、工

人工资、银行贷款等跟不上，资金链就全断了，公司将面临巨大压力。在税务上，郑州市政府很可能会延长申报纳税期限，所以在这方面公司受到的影响较小。在项目市场上，此次疫情可能会导致一些配套项目被延迟甚至取消。

如果疫情能被有效控制，3 月中下旬员工就能上班，我认为 4 月份市场情况会逐渐好起来。可如果控制不住，到 4 月底才能复工的话，零售业绩相较于 2019 年将下滑一半。之前我们公司零售方面的推广都是以小区活动为主，通过在各小区邀约客户、与装饰公司建立联盟来开展零售业务。现在只能开展线上的促销、优惠活动，成效不大。值得一提的是，厂家目前正在统计名单，零售商将会得到一部分补贴。值此艰难时刻，我们必须与品牌团结一心，共渡难关。

杨爱平

——四川美亿制冷设备有限公司总经理

此次疫情对于成都区域乃至四川区域的影响比较大，传统工程项目基本上都处于停工状态，复工时间尚不确定，因而对成都本地一些囤货量较大的中央空调工程商来说压力陡增。

除此之外，一些运用银行资金杠杆的企业受流水问题影响，资金压力也日益凸显。虽然成都政府出台了相关条例，包括减免中小型企业租用国有资产旗下的房屋的租金、延迟部分银行的还贷时间等内容，可是这些支持对于中央空调工程商并没有带来很大的帮助。

目前，市场上开展的有关中央空调的项目，大多是以政府为主导的一些公立医院的病房增设所带来的项目，且大多采用分体式空调设备。部分厂家为响应疫情防控要求，针对这些项目采用捐赠设备或“半卖半送”的折扣优惠模式。可不论如何，仍需要安装团队、施工团队去服务，当前也只有这类工程项目暂时可以动工了。

对于我们公司而言，最大的焦虑在于银行资金以及流水问题。市场上单纯做工程的囤货商、代理商可能压力较小，但企业只要和银行贷款挂钩，生存压力都比较大，主要表现在员工工资支出、房租等方面。一方面囤货积压出不去，另一方面还面临着银行还贷压力，双压并施，仅仅依靠已完成订单的回款来维持，公司所面临的经营困境可想而知。时间拖得越久，不可预估的风险越大，市场压力逐步上升。

目前，我们通过线上接受广泛的工程项目咨询，全面投入线上推广，制作专门的网页宣传，加大线上的推广力度。所有项目需要等到疫情结束或者说等到可以动工时才能有序推进。

我认为当前我们最需要得到的帮助不在于厂家，而在于疫情停止后我们能否复工，或者银行还贷方面能否进一步放宽措施。就目前形势来看，我们的底气稍显不足，可是我们公司今年已经签单的总金额已达一个多亿，体量较为可观，只是碍于疫情而没有得到进一步的发展。只要疫情能够尽快过去，我还是对 2020 年的市场以及公司的业绩保持乐观态度的。

史波金

——浙江洪昇暖通工程有限公司总经理

从全国范围内来看，浙江区域受疫情影响的恶劣程度丝毫不亚于湖北，尤其是杭州地区作为省会城市，日常人流量很大，在疫情期间的防控压力自然也很大。加上浙江区域内温州、宁波等都是疫情较重的地区，所以现在浙江完全处于停工状态。目前，浙江小区实行封闭式管理，市民都处于居家隔离自我观察状态，部分有复工证明的人员可以出入小区。但是也仅有国有企业、大型集团公司等大企业的复工申请能够通过，中小企业复工申请通过的概率较小，因而大多企业仍然处于停工状态，这样的局面对我们来说是十分不利的。

就经营范围而言，我们公司主要依靠工程项目。目前，工程领域还是比较低迷，摆在我们面前还有很多难题，其中最大的问题自然就是项目无法动工。即便疫情后续得到了有效控制，工程市场自身也需要一个过渡缓冲的时间，这个时间的长短则视疫情的具体情况而定。

目前，我们依靠延伸产品以及已完成订单的回款、新合同的进度款等一步步度过这段困难时期。同时，公司通过线上接单接到了一些来自其他地区的医疗卫生建设项目的订单，这种类型的订单从公司经营角度而言，对缓解公司压力起不了很大的效果。

在这个特殊时期，我们采取了设备产品部分捐赠的模式，希望能够为疫情防控献出我们的一份力。除此之外，我们还有些延续性的房产项目即将参与招标，不过目前也只能进行线上交流，发送电子标书，整个项目仍处在不确定的状态。

对此，我们的第一步计划是实现企业复工，虽然申请很严格，但我们都在努力。其次就是人员管理的问题，我们公司也有部分从省外返工的人员，如何合理安排这部分人员也是需要及时解决的问题。疫情当前，让整个中央空调市场雪上加霜，大多数企业面临着较大的生存压力。不过我相信，只要疫情过去，市场仍然会重新焕发生机。

刘彦

——重庆缔之元机电设备有限公司总经理

疫情对于重庆地区的影响还是比较大的。不仅我们这个行业，其他行业的很多企业都还没有复工，都处在停滞状态。就现在的情况来看，整个重庆地区的中央空调市场情况可以说是不太乐观的。

细分来看，工程市场受疫情影响较为严重。工期延期等很多不确定因素导致市场从业人员滞留在家，目前大家都被疫情阻挡住了开工的步伐，因而也无法给当下市场的发展形势做出一个准确的判断。零售市场方面，公司销售人

员反馈给我的信息也是市场总体不太理想。疫情在一定程度上遏制了消费者的需求，并且在这样一个特殊的时间段，已签约的订单客户的装修计划也延迟了，直营这一块更是如此。

现在我们公司面临的比较困难的问题就是房租以及员工工资的支出。公司旗下的专业店租金压力较大，物管方面传来的消息就是房租没有减免，而我们公司合作的品牌方也在积极地和我们保持联系与沟通，具体的补贴支持也在进一步的对接中。在我看来，现在最大的期待就是疫情能够得到有效控制，各项目或者是专卖店都可以逐渐复工。如果需要对 2020 年公司的经营业绩做一个预判的话，我更多的是希望能够求稳，尽量地保住往年的业绩量，努力度过可能持续至四五月份的这一风险性较高的危机期。

这次疫情给行业市场带来了不小的冲击，乐观估计，最起码也需要等到 2020 年 6 月，市场才会逐渐恢复。我们现在都是迫于外部压力摸索着前进，也有可能是原地踏步，或是绕了一圈又回来，但不论如何我们自身都不应该泄气。我希望行业的经销商们都能够打起精神，更加客观地看待这次疫情对于行业市场的影响。我认为疫情是一场没有任何准备的社会大考，从另一个方面讲，此次疫情也是一场洗牌运动，真正有实力的经销商是不会被淘汰的。

陈志强

——汇芝捷机电设备工程有限公司总经理

新型冠状病毒肺炎疫情的持续发酵给各行各业都带来诸多不利，渠道开展受限、政府项目延期、地产项目叫停、甲方资金紧张、回款困难等因素都对中央空调的业务开展造成直接影响。

在迟迟等不到疫情消退的情况下，我们除了要做好 2019 年底签订的业务的基本工作外，近阶段的发展重心主要是开展线上培训。内部员工每天下午开启线上培训模式，学习和巩固产品技术和销售技巧等内容，这样不仅可以加强公司的凝聚力，提高员工的营销能力，而且也可以提升员工与客户线上沟通的能力。此外，疫情发展的不确定性导致项目测量和施工工作无法正常开展，不少在外员工无法返回工作岗位，企业用工出现困难，大家都在期待疫情能够早日消散。

疫情带来的影响是环环相扣的。不少工程项目都将因资金问题而采取收缩成本、降低预算、分批建设等措施。零售方面，后期物业也会持续限制外来人员的进入，用户会抵触上门宣传行为，炒房、购房的需求也会进一步降低。因此，只有等疫情造成的恐慌彻底消失，市场才能走上正轨。面对当前疫情防控要求，汇芝捷也将积极响应国家政策，调整自身节奏，打赢中央空调保卫战。

褚烨警

——南通同江机电设备有限公司总监

目前，南通区域的所有施工项目均已暂停，这对地产项目的影响很大，而中央空调行业作为房地产的配套产业，受到的打击也最为明显，尤其是工程进度无限延期后造成的损失无法弥补。所幸，2019 年地产配套项目的起色给中央空调市场带来了不少生机，同江机电也与不少地产商签订战略合作协议。当前，在无法动工的情况下，我们必须要做好储备项目的相关工作，如统计工程数量、制定报价、熟悉项目信息等工作，其他的具体工作的开展都得等候政府通知。一旦疫情造成的恐慌消除，企业将全面走上正轨，迅速开展配套工作。

对于行业来说，往年第一季度的工程项目就相对较少，因此第一季度市场相对稳定。但从长远角度来说，2020 年整体市场遭受影响在所难免。目前，公司员工开启了一段长时间的居家办公模式。天加、江森自控约克、海尔等品牌厂家也都开展了线上培训活动，向渠道商们普及专业的产品知识和安装知识，这无论对于企业，还是员工，都是一次不错的学习和成长机会，员工可以趁此机会增加自身的知识储备，从而为日后工作的开展提供便利。

候磊

——镇江迅腾网络科技有限公司总经理

镇江是江苏中央空调市场容量最小的区域，受到的冲击相对较小。但疫情的持续发酵必将导致行业渠道格局发生变化，不少小企业、“夫妻店”将很难撑过难关，行业洗牌将进一步加速。

从目前来看，一方面，经销商对于新型冠状病毒肺炎疫情带来的短期风险还有能力承担，但如果疫情长期未消退，将会对经销商的销售结构、渠道模式、资金流动等方面造成巨大的冲击。另一方面，中央空调不同于生活消费品，商家能随意涨价或降价，因此疫情的发生对中央空调的销售价格不会造成太大波动。此次疫情将改变消费者对空调产品的属性要求，未来消费者将更偏向净化类、健康类的空调产品。

3 月本应是零售行业的旺季，但疫情导致一部分固定消费被抑制，第一季度零售市场的严重下滑无法避免。以往我们公司主要从团购会、样板房、建材店、小区活动等方面开展零售工作，可当前大家都足不出户，导致线上销售取代了传统的销售模式。企业只能通过互联网的渠道进行营销，例如京东、天猫、抖音、

直播、微信团购等。我们公司也在积极变革，想要以新型的线上销售模式获取订单。

当然，厂家也在积极采取措施以减少疫情带来的消极影响，其一方面加强品牌和产品的宣传，开展促销活动；另一方面也出台多项政策补贴经销商，力求与经销商伙伴风雨同舟，共渡难关，与专业店守望相助，共克时艰。

张标

——福州博优电器有限公司总经理

疫情爆发后，福州市政府就采取了严格的防控措施，因为恰好是春节放假期间，所以刚开始对我们工程商影响并不大。但是自 2 月 7 日通知复工延期后，疫情的影响逐渐显现，主要表现在工程项目和批发业务上。

在工程方面，那些年前已经施工的项目，由于甲方和我司人员都未拿到复工申请，项目不得不延后，还有我们正在进行的一些商业项目的招标也连续几次推迟。除此之外，一些民间项目的收尾款工作也比较困难，例如在 2019 年我们做的很多餐饮、KTV 等中小项目都有 10% 左右的尾款未收回，原本是谈好在春节后收取的，可疫情导致他们的业绩受到很大冲击，所以我们的尾款也就更难收回了。

实际上，对于我们公司而言，目前疫情的影响并不太大。因为从成本上来看，人员工资加上仓储费用每个月不会超过 20 万元。我担心的是假如疫情在 3 月份还不能结束，我们一季度无法完成厂家的批发任务，那么资金压力会影响到二季度的协议，如此形成恶性循环，这对我们批发板块的业务开展是很不利的。

惠霖利

——西安东正制冷工程设备有限公司总经理

今年上半年，原计划在西安大明宫最核心的三大卖场开设几家东芝空调 TCS 店，形成旗舰店和专业店的网络布局。然而，疫情发生以来，西安市政府果断采取了严格的防控措施，打乱了公司发展计划。

由于防控措施的严格执行，各类公共及商

业演出活动暂停，小区人员的出入时间都有限制。一时之间，以往车水马龙的街头顿时空空荡荡，对零售运营产生了较大影响。虽然从除夕到正月十五这段时间是淡季，疫情对零售的影响并未显现，可疫情在2月底依然无法消退，3月份仍延续人员管制措施，下一季度市场销量势必大幅下滑。

现在西安的疫情尚未得到有效控制，对企业运营产生了一定的影响。当前，企业唯一能做的就是对员工开展一系列线上培训，提升大家的专业能力。与此同时，在工程项目上与甲方做好沟通，针对尚未开工的项目做好交流，至于已经在进行的工程项目，我们就在线完成一些必要工作。

海尔中央空调
节能方案 智慧首选

翟立立

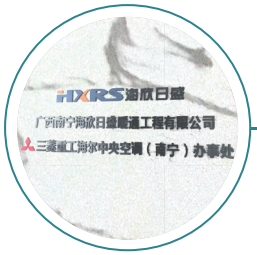
——江苏泰州99暖通有限公司总经理

针对此次疫情，厂家和品牌一方面对我们经销商进行线上培训，另一方面积极推动一些线上活动，比如最近海尔中央空调品质节等。我们员工目前只能居家办公，做一些售前工作，同时把我们公司的项目方案更加细化，以便疫情结束能够更好地服务客户。

很多同行业的朋友对此次疫情的态度都很悲观，认为疫情一定会给企业造成不好的影响，但是我认为疫情对我们公司的影响不会太大。首先，我们公司主推的产品是多联机，而多联机无论是在家装还是工装领域，刚需市场还在不断扩大，市场在增长。其次，公司为了保证服务质量和产品品质，拥有自己的安装团队和技术人员进行项目跟进和产品安装，项目从不外包给别人，这也代表着我们公司能够消化的市场存量是有限的。所以我推测公司在2020年销售额虽然不会有质的飞跃，但也不会比2019年低。

中央空调市场这么大，在这个市场里沉浮的人很多，那为什么有的人能做得好，有的人就做不好呢？我认为还是不要把责任归咎于大环境，大环境对大家的影响都是一样的，先想想自己应该怎么正确地去做。踏踏实实做事，实实在在做人。在这个关键时期，我们经销商肯定要联合厂家品牌一起共渡难关。

因为现在实体店和社区活动无法开展，所以我们在线上如何更好地和客户进行沟通成为目前工作的重点和难点。如何让客户能够在线上快速获取我们产品的优势、价格，让消费者对我们的产品产生兴趣前来咨询，如何让客户身临其境感受我们的产品，更好地转化新客户、维护老客户，这是我们一直在摸索的事情。



刘富峰

——广西南宁海欣日盛暖通工程有限公司总经理

2019 年虽然整体的市场情况是不太好，但是海欣日盛的销售额还是实现了一定的增长。当然，增速同比往年有所减缓，这大概就是我们暖通人常说的“市场拐点”已经到来了吧。

所以 2020 年新冠病毒的爆发可想而知会对我们企业造成多大的影响。从零售角度来说，虽然现在有线上销售，但是实际取得的成果并不明显。因为无法进行正式的面对面销售，客户的咨询量相比以往也少了很多。不仅如此，现在每个小区基本已经封闭了，人员进出严格管控，我们在年前谈好的项目也无法施工。俗话说“三分产品、七分安装”，中央空调主要还是靠后期安装，可是公司涉及后期安装的工作因疫情影响都只能暂时停止，原定的一些小区促销活动也都暂停了。

从工程角度来看，我们公司主要还是侧重中小型项目、政府项目、私人别墅等房地产精装修项目。受疫情的影响，我们本来在做的项目都停工了，收款等一系列后期行动也无法开展，新的项目又没法开标。此外，因为很多人员无法按时复工，现在最基本的安装维修工作都有困难。我们现在居家办公，无法面对面和甲方沟通，可工程项目中的销售签单、签订合同、看施工现场再到后期发货安装，这一系列问题单靠电话交流根本无法解决。

在如此艰难的时候，我们必须要与合作品牌共克时艰，紧跟品牌的政策。与此同时，针对疫情期间如何开展销售活动这一问题我们也在积极和厂家进行探讨，现在正循序渐进地采取一系列措施以应对疫情给我们带来的影响。

高金峰

——天津君博制冷设备销售有限公司中央空调部经理

天津市政府对疫情的管控比较严格，现在大家都没有复工。行业目前处于停滞状态，工程项目都被迫延期，我们公司现在也是采取居家办公模式，有事通过电话联系。

我目前并没有想出太好的办法来减少疫情带来的损失，工人们因为疫情的原因还没有返回天津。即使现在有工程可以开工，也没有足够的人手可以调配，还是得等到疫情结束，工人们返津才能恢复施工。

我们公司主要的合作品牌是格力，但是格力目前还没有给我们下达指示或者出台帮扶政策。2019 年市场的表现令人失望，2020 年本希望会迎来转机，但是因为疫情的突然爆发，看来赢得转机的可能性不大。一季度市场的惨淡已经成为定局，但是我认为消费者的需求只是被疫情暂时抑制住了，三、四季度的市场需求应该会有一个反弹。

彭长岑

——天津市金约商贸有限公司总经理

由于新冠肺炎疫情的影响，年后的天津市场基本无法复工，我们公司也不例外。我们公司分为项目组和零售组，项目组一直在跟进年前洽谈好的项目和有意向合作的新项目，而作为公司主要着力点的零售市场，目前仍处于关闭状态。虽然天津的疫情相比全国而言并不算严重，但是政府的管理却很严格，天津居民区不允许外来销售人员进入，所以我们在居民区的营业活动都开展不了，公司的业务人员和施工人员也无法正常复工。

目前，天津市场上还看不到复工的迹象，我们也在居家办公，通过线上途径处理公司的事务，比如业务咨询、老客户回访、跟进以往发布的需求信息、在微信等线上平台对客户的方案进行报价和设计等，这是目前我们唯一能做的事情。

我们公司是大金在天津零售行业最大的经销商，现在大金也在积极地帮助我们渡过难关。虽然大金目前尚未完全复工，但是已经在询问经销商的困难，并对相关政策进行调整，如返利、提前支付以及一些其他正在酝酿中的帮扶政策。

2019 年中央空调市场整体下滑较为严重，我们公司 2019 年业绩也下滑了将近 10%。原本预想 2020 年市场可能会好转，没想到疫情的突然爆发，让我们措手不及。但是我认为零售市场需求是依然存在的，消费者的需求不会因疫情而被遏制，只是需求延期而已。公司目前也在蓄力，做好充分准备以求在疫情过后更好地服务市场。

卢志强

——天津胜辉锐腾机电科技有限公司经理

疫情的爆发，对天津工程市场的影响还是挺大的，目前项目基本上都处于停滞状态。原定 2 月 10 号复工的计划也被推迟，目前天津市政府尚未明确具体的开工时间。我们与甲方进行沟通交流后，甲方也无法得知开工时间，所以我们双方现在都在等待消息。

近期，我们和合作品牌一起支援了天津一个发热门诊的临时改造项目，施工也是由我们完成的。美的、日立等合作品牌目前还没有明确的帮扶政策下达。

我们公司目前的业务分三部分：第一部分是天津市场的地产配套和一些其他的落地项目服务；第二部分是我们和一些长期的合作伙伴有一些私人项目；第三部分是我们作为美的在天津的代理商，做一些美的的批发业务。

2020 年的中央空调市场，如果从批发的角度而言一定是下滑的。当前的市场因为疫情原因，有很多项目被搁置，2019 年我们遗留的项目也还没有复工，所以我估计中央空调市场上半年的发展节奏肯定会比较缓慢。

徐开华

——你享家机电设备有限公司总经理

今年情况很特殊，受疫情影响，一家每两天才能有一个人凭通行证出去一次，外出吃火锅更是奢想。不过很多火锅店都推出了“零接触”外送服务，重庆人的生活才得以维系。面对疫情，餐饮行业做出了改变，暖通行业也同样可以。趁着这段时间，我们可以更好地找出工作上的漏洞，可以让方案更加细化，可以在工艺上深挖让客户更加满意，可以精简成本避免不必要的浪费。查漏补缺，对于企业发展而言是很好的事情。

如果疫情能够被很好地控制，大部分企业可以在 2 月 24 日之后陆续开工。不过，复工后也会面临难题。一方面 2019 年制定的资金计划同现在的实际情况有很大差别，另一方面甲方仍在催工程进度，我们必须在规定时间内完成任务。工人紧缺也是可能出现的情况，大部分工人都来自重庆下属区县，他们出来后需要隔离 14 日，回去可能也要隔离 14 日，而且很多小区要求严格，没有相关证明难以进入，这样的话有些工人就不愿意动身。我们花费了大量的精力在工人身上，向他们承诺，并给予基本的安全保障和工资保障。如果疫情不能在较短的时间内被控制，“用工荒”将成为棘手的问题。

然而相比以上问题，口罩紧缺才是最大的难题。即使如期复工，也要有符合要求的安全防护，每个人都要佩戴口罩，而且每天给每个人配 2 ～ 3 个口罩才是真正负责任的做法。之前还可以买到口罩，不过我们不想因为买太多而影响到普通居民，所以我们在网上订购，但最终只收到了四分之一的量。现在重庆口罩限购，每人 5 个，且质量还不一定符合要求。我们和有类似问题的企业一起商讨，专门派人去东南亚购进口罩，希望可以解燃眉之急。

李宜森

——山东金智成建设有限公司总经理

年前公司乔迁新址，员工可以在更优质的环境中办公，庆典预备在节后举办，并且准备邀请一些好朋友、好伙伴，共庆金智成乔迁之喜。但疫情蔓延，安全为重，不得不同这些好朋友、好伙伴一一说明情况，并致以歉意。

受疫情影响，目前各工地基本都处于停工状态。即便是医院项目，如果与防疫工作无关，同样也不能复工。一些项目的招标文件已发出，但并没有给出具体的投标时间。公司除财务人员因报税需要已经复工外，只留有一小部分人员在办公室值班，大部分员工都居家办公，无紧急情况绝不外出。现阶段，大多数企业在资金上都面临着“多出少进”的困难，但金智成无需担心，因为有较多储备项目可作支撑。

此次疫情也暴露了医疗资源不足的问题，各地正在陆续建设“小汤山”医院，未来国家对于医疗、防疫上的投入肯定会进一步加大，以保障人们的安全。假期延长，业务人员、技术人员可以在家“充电”，正好约克、天加等品牌近期开设了网络课程，员工们也在学习。那些非紧急的工程项目的招标后延，这也意味着我们有更多的时间可以对标书进行完善，多多“打磨”。对于项目的复工，各个总包单位、承包单位协商后都认为应该缓一缓。复工后也会先将防疫工作做好，一切都要以安全为重，不能拿员工的生命开玩笑。

孔健

——重庆合创机电设备工程有限公司总经理

重庆疫情严重，正在努力遏制疫情扩散。与大多数地区相比，重庆各小区的封闭式管理更加严格，一家人想要采购物资只能派一个代表出门，而且是每隔几天才能出去一次。

在项目上没有符合要求的防护设施便不能开工，工地若有人确诊感染新冠肺炎便是重大安全事故。重庆目前除了特别紧急的项目外，其他项目基本都没有开工，不少企业要等到 2 月 24 日才能复工，重庆市场基本处于停滞状态。大家唯一能做的就是等待疫情缓解。

员工通过网络居家办公，只能完成文案、设计、预决算等相关工作。在家里，大家还可以静下心来进行总结，通过学习实现自我提升。

不可否认的是，此次疫情对于重庆市场造成了不小的影响。疫情的爆发是一种“不可抗力”。虽然政府的政策不可能“一刀切”，让所有企业完全停工，但是小区封闭、交通管制等方面的限制的确又让开工难以实现，工期后延。

经过此次疫情，市场将出现新变化。在医疗建设上的“欠账”肯定需要加大力度弥补，对于医院的建设也会投入更多；一些技术标准也会相应提高，对于中央空调的后期维护也会更加注重。

2019 年重庆市场整体形势并不乐观，作为重庆的支柱产业——汽车产业情况并不好，其颓势也波及了其他行业。2019 年年底开始，重庆的汽车产业已经有复苏的迹象，现在他们在等待，其他行业也在等待，公司上下都在等待。

柴华

——武汉金飞扬冷气装饰工程有限公司董事长

目前，武汉身处疫情的中心，武汉的经济也遭受了致命的打击，整个中央空调行业都受到了巨大的消极影响。短期来看，疫情导致武汉企业停工，小区实行封闭式管理，消费者出不了门，供应商没办法正常经营，外地劳动力来不了武汉，甲方不能上班，市场全面停顿。长期来看，疫情最终会导致一系列的连锁效应。消费是促进社会经济发展的核心，一旦消费市场冷却了，那么投资市场也会随之冷却，一旦投资市场冷却了，中央空调行业将遭受致命的打击，对于工程商而言，影响尤甚。随着商场、酒店、电影院等项目失去投资价值，广大的工程商们也将面临“无单可接”的局面。

尽管湖北政府出台了一系列支持中小企业的政策与措施，比如降低贷款利息、减免房租等。厂家也在想办法积极应对，在工作方面同客户进行线上沟通并开展线上培训等活动，在成本管理上也做出积极响应，比如取消第一季度工作任务考核、补贴店面房租等。我个人认为，各个企业都会制定类似的政策，并且会在政策上向湖北地区有所倾斜。但是，这些措施终归是治标不治本，都只能解决短期问题。如果疫情到了 5 月份天气转暖时依然无法解决的话，许多企业都将面临倒闭的风险。

悲观的情绪笼罩着整个武汉，疫情能不能控制住、疫苗何时能研发成功成为大家目前最关注的事情。我现在唯一能做的就是观察数据，当然，必须将最坏的结果纳入考虑范围内。如果天气转暖而疫情依然持续，我肯定会考虑裁员甚至公司倒闭，毕竟在天灾人祸的外部不可抗力面前，我们都是渺小的。

张生

——武汉尚晨环境工程有限公司经理

2019 年武汉中央空调零售市场总体是下滑的，2020 年在疫情的影响下，武汉零售市场将遭受更大的打击。除家庭用户外，中央空调的应用场所多为百货大楼、电影院等公共场所，消费者不去人群密集的公共场所消费，中央空调的库存消耗率必然会大大降低。对于零售商来说，必将经历重大洗牌，甚至面临着能否继续生存的现实问题。

不过，作为海信中央空调在武汉地区的核心零售商，不得不说厂家给予了我们极大的支持。一方面，厂家帮助零售店在天猫上做推广，我们通过线上沟通，收集客户信息，收取预交定金；另一方面，厂家给予每个店面租金补助，缓解了部分资金压力。

目前，以酒店、电影院为主的中小项目在短期内将会受到较大影响，之后就算疫情拐点出现，中央空调市场也很难恢复到疫情之前的状态。目前看来，“五一”前武汉市场整体情况都不会有太大好转，加上 6 月至 8 月是中央空调的销售淡季，可以说零售市场在上半年肯定处于亏损状态。从现在的数据来看，还不能准确地判断疫情何时会有好转。不过，可以肯定的是，之后厂家将会进一步加大对于经销商的扶持力度。

周文

——擎天和拓环境工程有限公司总经理

我认为，疫情对于已经开展的工程的影响较大，使工期变得更加紧张。而且即便能够复工，也会对进场施工的人员有所限制，项目竣工时间的延后是必然的。对于总包方而言，因为人员规模大，疫情所带来的影响也更大。

鉴于目前的疫情发展情况，安徽政府出台了一系列针对中小企业的扶持政策，例如合肥市便出台了《关于应对新型冠状病毒感染的肺炎疫情鼓励中小企业持续发展的若干意见》，推出 12 条政策。目前我们也在积极申报，向相关部门递交所要求的企业资料和表格，地方政府在贷款、社保等方面的一些政策也确确实实能够给我们带来帮助。

对于我们这类工程商来说，受疫情的影响，有损失是意料之中的。目前我们只能通过开源节流的方式来减少损失，例如对公司员工进行网络培训、重新梳理内部管理流程、重新制定更合理的规划、加强内部管控等。

2020 年上半年的安徽工装市场整体上肯定会下滑。不过，对于我们这类以地产配套项目为主要发力点的工程商而言，项目量与国家政策紧密相关，或许之后国家会出台相应政策刺激房地产市场，因此下半年工装市场的情况究竟如何，犹未可知。

龚纪明

——广州晋业电器有限公司常务董事总经理

2019 年市场下行，广州地区的中央空调零售销售额相比 2018 年同期下滑 10% ～ 15%。叠加这次疫情的影响，对企业而言更是雪上加霜。疫情造成了各行业经济的下滑，消费者的购买力也大受影响。由此判断，2020 年多联机市场的前景并不乐观，但是健康类的空气净化器、全热交换器等产品的销售额将会有所上升。

受疫情影响，公司至今未能复工。公司能否在规定日期（2 月 17 日）正常复工，依然要视目前疫情的发展情况而定，特别要看口罩、额温枪、消毒液等企业在复工时所需的物资是否充裕。本次疫情除了使企业不能正常复工外，还会在经营成本上对企业造成很大的压力。疫情期间，员工工资的发放、房屋租金的支付等都需要公司解决，而且目前尚不能确定能否得到租金减免的优惠，厂家的政策扶持信息尚未明了。基于此，我对 2020 年企业实现盈利并不作奢望，能够少一点亏损就不错了。

另外，疫情减少了公司人员外出与客户接触的机会，这对销售而言无疑是很大的打击。但我个人认为，生活仍需继续，观念也需要改变，线上销售仍可以弥补部分损失。面对目前的市场状况，其实精简人员是帮助企业渡过难关的有效方法。不过，公司已经在 2018—2019 年完成了人员精简工作，留下了核心的主力人员，这对公司来说是利好。经过此次疫情，消费者对健康产品的需求必定会增加，未来公司将从健康产品入手，推广净水设备、空气净化设备、新风系统等产品。

2019 是经济下行的一年，2020 年更是雪上加霜，我认为在波段向下的时候，首先要求生存，然后才能求发展。经济复苏估计要到 2023 年，但只要能生存下去，总会看到春天的来临。

武学平

——山西鸿汇德空调设备安装有限公司董事长

公司目前主要经营韩系品牌和国产品牌的产品。受此次疫情的影响，不少道路被封锁，公共交通客流量大幅缩减，消费者的出行被限制，可以说通向购买群体的线下渠道被直接掐断，于是线上渠道成为了消费者接触空调产品的主要渠道。在当下的市场背景下，我们积极开拓线上渠道，通过微信小程序、微店等平台同消费者进行沟通交流，以此稳定客户资源。

至于疫情对 2020 年市场的影响将会如何，由于现在疫情形势还不够明朗，一切都还是未知数，也不能说市场一定不好。不过特殊时期不少居民只能选择待在家里，时间久了，封闭的室内环境也会引起人体的一系列的不适应状况。我相信，这会让人们逐渐意识到室内空气质量的重要性，应对空气污染问题的产品可能会因此打开市场。将来人们在购买中央空调产品时，可能不仅仅只考虑制冷制暖方面的要求，如何在室内也可以呼吸到新鲜、干净的空气也

会被纳入考虑范围内，帮助房屋进行通风换气的新风系统有望得到更多关注。

疫情结束后，不少消费者很可能会加大新房装修预算，这将给我们经销商在如何快速抢占市场、调整经营战略等方面带来新的考验。

贺亚族

——山西展纶空调技术有限公司总经理

在往年的这个时候，我们早已开展正常的销售工作，装修订单也是一个接着一个。原本我们筹备着各种优惠活动，准备迎来新年的开门红，但疫情让这一切都成为“泡影”。这次疫情对各个行业都产生了较大的冲击，对我们门店的经营影响巨大，何时开门营业也要根据疫情防控形势以及政府的通知而定。

对此，公司采取了一定的措施来应对此次疫情。虽然目前公司处于完全停工状态，但是我们安排员工在家办公，不耽误公司的正常运营。我们通过微信群、直播和短视频等平台，将线下的优惠政策通过线上渠道向外普及，以增大获客量。换个角度来说，我们也有了充足的时间，可以通过网络加强内部人员培训，提升他们的业务能力，以便今后能够为客户提供更好的服务。同时我们还通过线上回访、咨询，将客户的疑问一一记录下来，待疫情得到缓解后，我们将积极主动地上门服务，解决售后问题。

2020 年上半年的市场不容乐观。我们现在能够做的就是通过线上渠道提升自身形象，争取获得更多“老带新”的客户资源，高效地开展线上营销，把损失降到最低。

齐增强

——石家庄三洋制冷设备工程有限公司总经理

我们主要从事冷链物流项目，受此次疫情影响，当地的制造企业、贸易企业目前均处于停工状态，不过在工程方面涉及售后服务的一部分工作仍可正常开展。除此之外，政府采购项目、建设工程等各类项目的开评标活动也都暂停了，原本可以开展的项目也处于停滞状态。

往年的这个时间段是我们开展业务的黄金期，今年的新型冠状病毒肺炎疫情突如其来，公司的经营活动受到了多方面的影响。写字楼被封，员工只能居家办公。公司不能正常复工，在员工的培训管理以及客户经营等方面都面临很大的挑战，我们手里压着很多项目也不能正常开展，很多货物也发不出去。

目前的疫情形势依旧很严峻，但我们还是把它视作一个短期的困难，希望能够顺利应对。等到疫情结束，手中压着大量的存货可以趁着复工的机会快速消化掉。产品流通了，资金也就能流动起来。

至于疫情对 2020 年市场的影响，我对市场形势持悲观态度。预计不少工程开工时间会比以往晚很多，所以 2020 年的业绩目标也要随形势变化适时调整。不过近期河北省出台不少扶持政策减轻企业的税费负担，降低了一部分经营成本。同时我也希望合作的品牌能够针对此次疫情制定相应的扶持政策，在后续经营方面给予政策支持，与我们经销商共渡难关。

总结

诚然，新冠病毒肺炎疫情的出现，让本就萧条的中央空调市场雪上加霜。然而不可否认的是，动荡伴随着变化，危险蕴藏着机遇。

医院、研究所等细分领域将有不小的发展。近年来，以民生为主的医疗产业保持向上的发展势头，疫情的出现使人们意识到医疗人员和医疗场所不足的短板，因此未来国家将会投入大量资金到医疗卫生领域。目前，根据公开资料不完全统计，已经有 12 个省 / 直辖市公开表示建立 31 家“小汤山”或类似医院。与医疗产业相配套的中央空调产品涉足了相当一部分份额，如净化类空调产品、热水机组等将会以医疗产业的发展为契机，实现一定的增量。

线上销售模式将被重视。疫情一爆发，很多人无法出门，只能宅在家里刷手机、看电脑，这就意味着企业潜在客户都汇聚到线上平台。如果此时加大线上宣传和营销力度，那么对销量的提升将大有裨益。而且 2020 年是 5G 全面商用之年，人工智能、大数据、区块链、5G 等时代特征的应用将给众多行业带来翻天覆地的变革，制冷行业也不例外，这也预示着把握线上运营、把握大数据就是把握未来。

行业洗牌将进一步加速。原本 2019 年受中美贸易摩擦等经济因素的影响，中央空调市场“关店”现象屡见不鲜。而 2020 年开局，更加艰难的市场环境无疑会加速不少现金流不足的中小企业退出市场，“强者愈强，弱者愈弱”的局面将会更加明显，行业标准将会进一步规范。

人们对于空调的附属功能要求会更高。原本随着舒适家居理念深入人心，各大厂商及经销商一直着力于提升空调的舒适性、智能化等功能，但如今新型冠状病毒肺炎疫情的爆发引发了大众对公共卫生、家居健康、空气质量的重视，因此“健康”“除菌”等关键词或将成为空调厂家未来产品设计的重点之一，空调市场可能迎来变局。

氟机产品以及水机的独立系统的产品或将有增量。众所周知，2003 年“非典”过后，多联机销量大增，这也预示着疫情过后，人们在产品的选择上将会更加谨慎，考虑更加周全，全空气系统产品或将受到一定程度的打击。

总而言之，作为一场突如其来的危机，新型冠状病毒肺炎疫情对各行各业都造成了深远的影响，这也提示企业日常必须强化危机管理意识，包括对自身资金链的预判、销售模式的快速转变、产品的更新换代等。尤其是在市场环境低迷、危机来临之时，就更需要行业人士能迅速找准方向，快速调整策略，化危机为转机，使企业立于不败之地。

SHENLING 申菱

菱魁系列
LINK-ONE 工业级单元机

新能效标准《GB 19576-2019 单元式空气调节机能效限定值及能效等级》

新品发布
新一代工业级柜机

- 全新外观升级
- 全新能效标准
- 真彩触控显示
- 极端环境运行
- 长接管高落差
- 30 多项可靠性测试
- 适用防腐防爆防风沙环境
- 兼容各种标准定制化需求

R410A 环保冷媒

广东申菱环境系统股份有限公司
GUANGDONG SHENLING ENVIRONMENTAL SYSTEMS CO., LTD.

地址：广东省佛山市顺德区陈村镇机械装备园兴隆十路8号　邮编：528313　网址：www.shenling.com
电话：0757-23832888　传真：0757-23353300　邮箱：marekting@shenling.com

INTERVIEW 访谈

逆行而上，东芝自有底气

——专访东芝开利空调销售（上海）有限公司总经理杨燚华……52

因为我们的销售队伍非常稳定，中高层领导没有人员离职；我们的战略非常稳定，这给我们的团队、合作伙伴都带来了“安全感”，因此带来了“执行力”；我们的合作非常稳定，大家彼此之间形成合力，这可以最大化地发挥大家的主观能动性。

坚定前行，让未来评判选择

——专访西安东建环境工程有限公司总经理沈智……55

我就是脚踏实地，以健康舒适为导向，真正地把暖通当成一份事业去做，将自己的目光尽量放得更远，多多借鉴学习，尽量确保我迈出的每一步都是正确的，剩下的就交由未来判定吧。

把握历史机遇，化天堑为通途

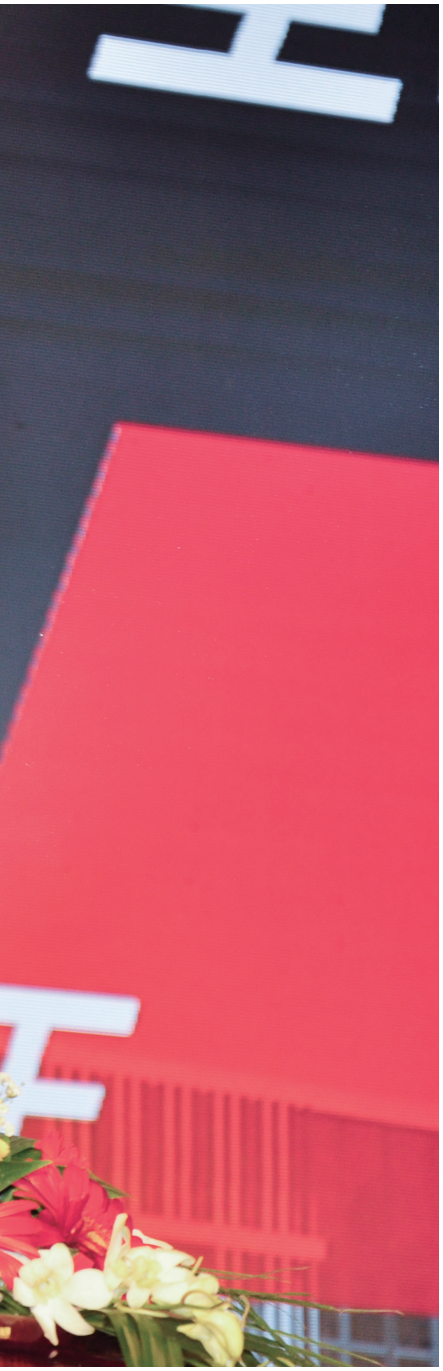
——专访南通市制冷学会理事长杨晓宏……57

我们提倡求真务实的风气，对于不良之风则大力鞭笞。那些务实诚信的年轻人被提拔，被树立为榜样。对于优秀的设计，我们也适时评选，肯定年轻人的务实成果。

逆行而上，东芝自有底气

——专访东芝开利空调销售（上海）有限公司总经理杨燚华

作者丨**李国梁**



作为中国中央空调行业日系品牌中的佼佼者，东芝空调在宏观经济大环境和行业发展低迷的背景下，2019 年市场增长依然达到 15%。然而，开年以来新型冠状病毒肺炎在国内迅速蔓延不可避免地影响到了整个中央空调行业，正要在新一年大展拳脚的东芝空调如何应对这突如其来的市场变化？

匠心技术，引领行业技术方向

自 2003 年漂洋过海进入中国，东芝空调的发展步伐一直很稳健，以先进的产品技术为行业做出了突出贡献，即便是在金融危机、房地产调控的特殊年份，销量依然保持着高速增长。之所以能够在风云变幻的市场中立于不败之地，与其始终领先世界的多联机技术息息相关。

作为发明全世界第一台分体式空调以及变频空调的品牌，东芝空调享有“直流变速双转子压缩机之父”的美誉。作为空调机的“心脏”，压缩机不仅关系到空调机的使用寿命，更关系到空调机的使用效果。东芝空调以匠心执着追求产品技术，不仅是双转子压缩机的发明者，更是双转子产品技术的引领者和推动者，28 次荣获日本节能大奖更是行业内独一无二的殊荣。

正当诸多厂家还在围绕涡旋与双转子技术角逐多联机市场时，东芝空调以领先的优势，率先推出了代表行业尖端科技水平的三转子压缩机，并首次将其进行商业化应用。2020 年 1 月 2 日，搭载世界首创的三转子压缩机的东芝空调 SMMS-u 系列多联机新品正式亮相，并于杭州举行了全球首发仪式。

“SMMS-u 系列直流变速多联机应用了大量全球首创的黑科技，拥有全直流变速 K4 三转子压缩机、全新大容量 A3 双转子压缩机、DLC 耐磨涂层、新型双‘u’型三排管换热器、新型高静压风扇、新型液冷变频模块、压缩机独立降噪、灵活的系统设计方案等专利技术。今年 4 月，它将正式在市场上进行销售，这意味着东芝不会‘打价格战’，而是用‘技术战’去抢占更多的市场‘蛋糕’，可以说这是我们重大的销售‘利器’。”杨燚华总经理表示。

秉承“为中国的消费者用节能、环保、智能化的方式创造舒适、安静、清洁的室内空气和水”的企业使命，东芝空调执着于技术研发，以高质量的产品储存实力、用户和市场口碑。在刚刚过去的 2019 年，东芝空调共推出了 13 个系列、87 款产品，其中既包括侧出风单相电 7/8 HP 外机、侧出风三相电 12/14/16 HP 外机等主流 VRF 产品，又包括被动房专用多联机、分体壁挂机、IMD 新 86 线控器等多款未来的明星产品，用创新的产品持续引领行业技术方向。

疫情汹汹，积极措施保稳定

如果用三个关键词来总结 2019 年东芝空调的市场表现，“库存”“增长”“产品”再恰当不过。经过统筹，很多大囤货商的库存趋于合理，经营健康，这让他们更加理解和支持品牌的战略、定价和政策；连续 16 年取得了两位数的增长，发展稳定，给公司上下都带来了更强的信心；产品线最齐全，在市场竞争中更有“话语权”。而这些都归功于东芝空调对既定战略的有力实施，使得东芝空调在整个行业低迷的背景下取得了理想的销售业绩。

但是，突如其来的疫情让整个中央空调行业开局不利，百业萧条下，东芝空调能否在 2020 年继续坚持、细化“三驾马车”和“冷暖风水”的战略，做深渠道并加强对 TCS、小工装项目的开拓呢？

“疫情爆发后全国各地严格防控，人员流动和小区进出都受到严格的管理，一方面经销商既无法通过开展大型促销活动来寻找客户，又无法进小区进行现场勘测和施工；另一方面，客户们响应国家号召，做好了各种措施避免外出。可以预见，在疫情没有得到完全控制之前，零售业务的开展是非常困难的。”杨燚华总经理表示，

“工程项目方面受到的影响相对较小，一方面是有前期已经签订但还没有出货的订单支撑；另一方面，休假期间已经有甲方的代表要求我们赶快制定项目方案，准备一开工就开始招投标。不过也不可过于乐观，后期工程项目可能还会出现一些新的问题，需要积极沟通与协调。”

尽管已经做好了各种预案，开工后的市场情况是否符合公司预期依然是个未知数，因此东芝空调果断采取了一系列措施提高团队战斗力。为了确保员工和经销商员工及家人的健康安全，东芝总部紧急支援了 5 万只口罩分发给全国的员工和经销商。与此同时，东芝空调不仅减轻了经销商的年度销售任务，给全国的TCS店一定的租金及工资补贴，而且重磅推出“全城联东 东风送暖祛春寒”活动，用“正宗 5 匹全直流变频中央空调安心装”“客餐厅中央空调加壁挂省心装”两组套餐，回馈新老客户多年以来对东芝空调的信任和支持。

“在现在这种形势下，任何营销手段均无法施展。因此，我们充分利用疫情期间为合作伙伴提供线上平台培训，为疫情有效控制后抢占市场打好基础。至于疫情防控措施不能完全解除造成的影响，我认为这些影响并不像想象的那么夸张。因为我们的销售队伍非常稳定，中高层领导没有人员离职；我们的战略非常稳定，这给我们的团队、合作伙伴都带来了‘安全感’，因此带来了‘执行力’；我们的合作非常稳定，大家彼此之间形成合力，这可以最大化地发挥大家的主观能动性。我们整个状态是‘稳’的，向前走的步子也是‘稳’的，这使得我们的战略可以有细微调整的空间。”杨燚华总经理表示。

危中有机，震荡市场多变数

近两年来，中央空调在大型楼盘、商业地产、高档精装商品房的使用日益广泛，得到越来越多消费者的认同，可一系列房地产调控措施的贯彻落实却阻碍了中央空调市场的蓬勃增长。受此次疫情影响，恒大、富力、雅居乐、万科、融创等知名房企争相网上打折售房，地方政府也纷纷出台房地产支持政策，以往严格的政策有了些许松动。

“这次疫情不仅会让楼市持续升温，限购政策也会解套，原本被抑制的需求将爆发，对依靠房地产行业的中央空调产业是一大利好，”杨燚华总经理判断，“2 月份我们很多年前投标的项目都中标了，还有一些原本甲方纠结于采用国产还是进口品牌的项目也确定下来，像苏州一个 1 600 套的楼盘毛坯转精装，这些无疑是限购政策放松带来的连锁效应。”

据悉，东芝与众多百强地产集团都有着良好的合作伙伴关系，更是与地产排名前 100 强（超过一半）的企业达成了战略合作。2019 年，东芝在地产签约和项目集采上表现出色，并凭借优异的产品、绝佳的服务荣获多家知名地产公司的“优质供应商”称号。房地产政策的松绑，必然给东芝空调的业务快速增长提供了契机。

不过，新冠肺炎病例近期在意大利、韩国、日本等国激增，国际主要股市连续多日下跌似乎预示着国外市场起伏不定。在经济全球化大背景下，一旦疫情无法得以有效控制势必引发多米诺骨牌效应，国内市场不可避免将遭受重大影响，中央空调行业又将出现新变数。“如果全球疫情大爆发，我们中国就不可能独善其身。全球经济危机下购买消费力大幅下降，即使房地产限购政策全部解除也没有用，那只能准备过苦日子了。”杨燚华总经理如是说。

毫无疑问，2020 年的市场形势极为严峻，东芝空调以行业领先的技术、用心服务客户的理念，以与合作伙伴结成“共同体”为核心，以和用户建立信任为基石，凝聚了多方力量，必然能在这波诡云谲的中央空调市场中乘风破浪！

坚定前行，让未来评判选择

——专访西安东建环境工程有限公司总经理沈智

作者 | 高　露

如果说中央空调市场是瞬息万变、波涛汹涌的长河，那么暖通经销商们无疑是海浪中的一艘艘帆船，而掌舵人能否审时度势，准确把握正在变化的市场方向，建立一个合理有效的发展目标和战略规划，则成为这艘帆船能否乘风破浪的关键。纵观国内中央空调市场的发展，不少业内知名人士皆慧眼独具。作为西安东建环境工程有限公司的“掌舵人”，沈智更是其中的杰出代表人物。

一枝独秀定乾坤

西安，十三朝古都、3 100 多年建城史、世界四大文明古都之一……无数美誉汇聚于此地，在这里，铭刻着华夏文明久远的璀璨荣耀。这座厚重的城市，历史与未来相互交织与碰撞，如今正朝着国际化大都市的目标迈进。随着西部大开发战略的持续推进和丝绸之路经济带的建设，西北地区的经济发展被注入了新的能量。作为西北地区重要城市的西安，自然也受到了相关政策的惠及，以“一带一路”倡议为例，西安也在这股投资和产业发展浪潮中迎来了新的发展机遇。

虽然整体发展形势一片向好，但整个陕西省中央空调市场的整体表现不容乐观。从表面上来看，西安市场是陕西中央空调市场的心脏地带，品牌竞争非常激烈，渠道利润受到严重挤压。然而更深层次的原因在于，西安市经济总量不够大，发展结构优化不完全，存在工业规模相对较小、非

公经济发展不快、人均收入水平不高、消费能力有限等问题。

于是在如此低迷的市场环境下，西安中央空调市场呈现出一个非常有意思的现象，那就是小经销商遍地开花，大经销商却寥寥无几。而能够实现年产值上亿元的东建环境工程有限公司，无疑是西安市场上一颗熠熠生辉且独树一帜的明星。目前东建环境工程有限公司员工达近百位，每位员工都具有极强的专业知识，服务片区北至神木、南抵陕南，拥有的专卖店更是多达 30 余家。

风物长宜放眼量

在风云变幻的市场环境下，想要获得长远的发展必定要求决策者具有敏锐的市场观察力。西安东建环境工程有限公司自 2006 年成立以来，业务规模不断扩大，十几年如一日地为陕西消费者提供优质服务和高品质产品，深得用户的青睐和推崇。获得如此大的成就自然与沈智极具远见的决策力脱不了关系。早在 2010 年，东建就超前确立了以“渠道代理 + 工程项目 + 安装售后”这三个板块来支撑公司未来发展的经营方式。东建依靠着明确的发展路线、完备的产品线和优质的服务这套无懈可击的“组合拳”，再加上多年来积极细致地经营着渠道市场，成功地在陕西市场打造了极高的品牌认知度和消费者满意度。

虽然获得了客户的认可和市场的肯定，但是沈智深知一旦满足于现状，就无法继续带领公司走向更好的未来。于是沈智将目光放得更远，通过自身到一线城市的实地考察，沈智决定早早地进军地产项目。“当时是 2015 年，那时候西安大多数人对‘地产统配’还没有概念，因为当年西安的房价在几年内都没有明显的涨幅变化。但我认为南方之‘今日’为陕西之‘明日’，于是我很早就着手去做与地产相关的很多项目。”果不其然，到了 2017 年陕西地产爆发的时候，东建由于早期做足准备，赶上时代发展的浪潮，在这几年间服务了不少统配项目。到了 2019 年，地产项目在东建所服务的工程项目中占比更是达到 60% 以上。

我就是脚踏实地，以健康舒适为导向，真正地把暖通当成一份事业去做，将自己的目光尽量放得更远，多多借鉴学习，尽量确保我迈出的每一步都是正确的，剩下的就交由未来判定吧。

东建除了在地产项目上获得巨大成功以外，在公建项目和工厂项目上也收获颇丰，例如高陵吉利汽车工厂项目和不少办公楼项目。不仅如此，东建在医院等净化领域也拥有不俗的成绩。众所周知，医院项目因其场所的特殊性，对中央空调产品的品质等各方面要求较高，对空间设计布局的图纸要求细致，而东建除净化部分的设计图纸外，其余都可以独立设计完成。

究其原因，东建 60% 以上的员工都是暖通专业，大部分都是沈智从西安航空学院、西安科技大学、西安建筑科技大学等暖通强校高薪聘请的专业对口人才。“有了精锐的技术人员才能成为一家真正专业的暖通公司，极致的服务才是我们公司的核心竞争力。技术专业和客户满意才是我最在意的，只有切身为客户考虑，能为客户带来价值，客户才会选择你。”沈智表示。

良禽择木共发展

2015 年，出于对公司未来发展的考虑，沈智选择与海信日立达成合作关系，海信日立具有先驱性的多联机产品，深受客户的推崇和喜爱。更重要的是，基于沈智对西安房地产市场的“预测”，从 2016 年西安房价暴涨到 2019 年 10 月房产均价已突破 14 000 元 /m^2，短短三年房价翻了一倍。房价的快速上涨也带动了家装零售市场的迅猛发展，海信日立家用中央空调完备的户型解决方案给东建在零售市场的发展壮大助力良多。

不仅如此，近年来在商务办公楼建筑中，用多联机来取代水机的情况越来越普遍，基于多联机本身的产品优势以及非常灵活的控制方式，使得很多办公楼乃至酒店宾馆都开始选用大多联而非传统的水机，多联机的市场份额在逐步增大。沈智对此深有体会。“从我们公司的数据来看，直观感受到这几年多联机的增长速度逐步加快，而水机呈现下滑的趋势。海信日立优异的产品和丰富的产品线，给我们进一步开拓陕西市场提供了不少帮助。”

2019 年陕西很多大型项目因各种因素被迫延期，不仅如此，总包项目数量的不断增加也给沈智带来不少困扰。但面对汹涌来袭的难题，沈智毫不动摇，冷静地制定出针对性解决方案。沈智表示，在未来将会谨慎选择与其他行业的投资合作，紧跟国家政策和市场发展趋势，不断拓展产品线和客户群体，希望在暖通行业发展壮大。在提及经营东建这么大一家暖通公司遵循着何种发展理念时，沈智笑着表示：“我就是脚踏实地，以健康舒适为导向，真正地把暖通当成一份事业去做，将自己的目光尽量放得更远，多多借鉴学习，尽量确保我迈出的每一步都是正确的，剩下的就交由未来判定吧。”

把握历史机遇，化天堑为通途

——专访南通市制冷学会理事长杨晓宏

作者 | 钱　亮

有位长者曾言：“一个人的命运，当然要靠自我奋斗，但也要考虑到历史的进程。”一座城市的发展同样如此，一个行业的发展亦然，制冷行业也不例外。

从“现代化”中来，到“现代化”中去

中国第一个公共博物馆、第一所师范学校、第一所纺织高校、第一个农业气象台、第一条民建公路、第一条现代理念的商业街……如此多中国历史上的“第一”，皆与南通这座城市有关。著名建筑规划大师吴良镛院士称其为“中国近代第一城”，因其是中国按照近现代理念全面规划建设的第一座城市。张季直先生自 1895 年开始经营南通，南通不再“万古如长夜”，反而“星光熠熠”，从众多城市中脱颖而出，可谓中国的“曼彻斯特”。

南通的城市现代化起步较早，但南通制冷空调行业的现代化则要从 20 世纪 80 年代算起。新中国成立后，南通继续向前，建设了外贸产品生产基地，出口了大量纺织品，在粮食的供应上为国家做出了巨大的贡献。彼时，所能见到的多为服务纺织厂的工艺性空调，且所采用的冷源以天然冷源（深井水）为主。至 20 世纪 80 年代末，工艺性空调才基本采用人工冷源，兴建的各类商场、办公楼开始配置舒适性空调。

1984 年，南通市成为中国首批对外开放的 14 个沿海城市之一，南通市制冷学会成立。“1984 年毕业分配，

回到南通，看到不少南通人‘走出去’。90 年代初还准备跟着我们的建筑工人出国，参与科威特的战后重建，不过最后未能成行。”南通市制冷学会理事长杨晓宏回忆着南通市改革开放初期的景象。当时，南通的建筑铁军便已经作为先锋走出国门，在海外开展项目建设。

2013 年，“一带一路”倡议提出，南通市正处于“一带一路”的 T 型交汇点。杨晓宏说：“南通的企业将向外拓展的优良传统继续发扬光大。不少暖通企业成为南通建工集团、南通三建集团等集团公司的合作伙伴，将业务版图向海外延伸，为‘一带一路’建设做出贡献。”制冷技术是现代社会的重大发明，但并非人人皆能受惠，南通的企业积极参与中东、非洲的项目建设，正推动着制冷普惠和人类的“共同现代化”向前发展。

“难”通不再，正向南“通”

在“一带一路”倡议提出以前，南通的企业积极地“走出去”，“一带一路”建设开启后，国际交流更加深入。2017 年，第七届国际能源利用研讨会（IWEC2017）落户南通，南通市科协、南通市制冷学会、南通大学、日本同志社大学等单位都倾力支持，一时间国内外能源界专家学者齐聚南通。南通正大步走向世界，然而从南通走向上海“新世界”却路途艰辛。

在 2008 年以前，南通和苏州、上海间没有大桥，过江主要靠轮渡。“我们同学都说，南通确实是‘难’通。那时南通好似一座孤岛，只有向北是通畅的。”杨晓宏说道。2008 年，苏通大桥正式开通，南通到上海的车程缩至一个多小时，但这座大桥并不能应付浩浩汤汤的南下车流，拥堵成为家常便饭。

2019 年 12 月，国务院印发了《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》。文件中所提及的沪通铁路、北沿江高铁、南通新机场、通州湾长江集装箱运输新出海口等建设项目皆与南通密切相关。“原来的南通可谓交通的末梢，现在则被定位为交通枢纽，随着规划建设的逐步落实，未来南通的发展前景不可限量。规划期至 2025 年，这也就意味着‘新机场’‘北沿江’等项目都将在五六年内建设完成，‘难’通将成为名副其实的‘南通’，行业的发展也将受益。”杨晓宏对行业的未来充满信心。

当水路运输为交通之首时，南通确为通达之地，而当现代交通兴起，“铁公机”碾压航船，南通沦为“难”通。交通的兴衰影响着南通的发展，同样也影响着制冷行业的发展。“冷冻冷藏专业原本是学会大部头的专业，但是渐渐没落。不过近年来得益于冷链物流的发展，这一专业又迎来新的机遇，已呈复兴之势。专业的发展也给我们的日常生活带来便利。通农物流在 2016 年投入建设 8 万 t 冷库项目，目前这应该是华东地区使用 R507 的第一个大型冷藏库。”杨晓宏说道。

科以人重科益重，架桥铺路育英才

末端变枢纽，“难”通向南通，历史机遇已然来临，但“事在人为”。南通人所景仰的张謇先生曾言：“天之生人也，与草木无异，若遗留一二有用事业，与草木同生，即不与草木同腐。故踊跃从公者，做一分便是一分，做一寸便是一寸。”推动行业的发展，同样需要一分一寸地做。

自成立以来，南通市制冷学会一直稳健前行。作为地市级学会组织，南通市制冷学会坚持不断地参加江苏省及全国制冷学会组织的学术交流活动，并积极发表各类论文、优秀设计，屡受表彰。“新一届的学会继承和发扬过去的优良传统，且更加重视吸纳行业人才和培育年轻人。”杨晓宏说道。2019 年学会重新进行会员登记，吸收了来自 100 多个单位的近 160 名会员代表，其中包括教授级高工、高工等近 40 余人，工程师和各类专家 60 多人。

尽管已经广纳了行业各方人才，但对于学会及行业的发展，杨晓宏仍存忧虑。“现在社会风气比较浮躁，急功近利者比比皆是，不少年轻人也想着赚‘快钱’，想要高效地获得名利。如果人人都这样，便很难创造出真正的价值。”从业 30 余年的杨晓宏对于行业的发展忧心忡忡，“现在设计人才流失严重，年轻人觉得工作辛苦。当然，这也与现在设计人员的责任开始变大而相应的权益没有随之增长有关。有时设计人员甚至沦为画图工具，在项目中失语。从业者的价值没有受到重视，没有得到应有的尊重，如此下去，设计行业的发展将后继乏人。”

面对这些阻碍行业发展的沟壑，南通市制冷学会一分一寸地架桥铺路。“必须要让年轻人重视学术，重视知识的价值。我们提倡求真务实的风气，对于不良之风则大力鞭笞。那些务实诚信的年轻人被提拔，被树立为榜样。对于优秀的设计，我们也适时评选，肯定年轻人的务实成果。”杨晓宏说道。2017 年，学会联合同江机电举办了“首届暖通空调优秀设计颁奖仪式”。此外，学术交流活动定期开展，行业专家、学者也被学会邀请至南通开展学术讲座。杨晓宏笃信，在涛涛向前的发展大势下行业必将日新月异，行业的发展也将迎来新的机遇，同时专业化要求也会越来越高，相应地，后继人才的培养必须提上日程。

PERSPECTIVE 视角

舒适“酷”型	张国庆 / 60
静候春暖花开	赵亚萍 / 61
战“疫”进行时	刘　琪 / 63
危难见担当	周　涛 / 64
风云之“志”，逆风“高”飞	张国庆 / 65
质为洁净环境	赵亚萍 / 66

舒适“酷”型

一直以来，酷风致敬用户所有的品质追求和个性坚持，将精致和优雅融入到生活中。

作者 | 张国庆

对于国人来说，一年一度的央视春晚是千家万户必不可少的“年夜大餐”，也是全球华人坚定文化自信的重要载体。在新年的钟声敲响之际，央视春晚郑州分会场惊艳亮相，以巧妙的创意和设计，为全国观众呈上一份充满黄河文化韵味的视听盛宴。

然而在寒冷的冬季进行室外演出，对于身着单薄演艺服装的艺术家们来说是一个极大考验。为了让这场凝聚着无数工作人员心血的“盛世大联欢”活动圆满落幕，酷风携创新科技专门为化妆室、控制室、休息室、办公室量身打造了完美舒适的室内空气环境，助力演出顺利进行。

本次服务郑州分会场的酷风家用中央空调突破了传统的 7 档送风，可达到 100 档无级送风，为不同年龄段的表演艺术家提供匹配的送风方案，同时也满足了会场控制室等特定场景的送风需求。面对快节奏的演出流程，酷风家用中央空调利用高频速制热功能，打造 60 s 强劲制热的效果，为艺术家们提供及时的温暖保护。与此同时，低至 19 dB 的静音科技，为艺术家们营造了宁静的室内休息环境。

长期以来，酷风致敬用户所有的品质追求和个性坚持，将精致和优雅融入到生活中。2019 年虽然整体市场环境不容乐观，但是酷风在家用中央空调市场的表现依然夺目。酷风的高速增长离不开两方面。一方面以 100 档送风、智能内外机自清洁等诸多创新科技和不断的产品迭代为用户生活赋予更高的美学和品质享受；另一方面持续在央视、全国各地加强产品和品牌曝光度，拉升形象，赋能市场。例如 6 月 20 日在上海外滩上演豪气刷屏，成就令人难忘的上海滩“6 • 20”之夜；8 月 1 日，酷风强势登陆央视，广告涵盖了 CCTV-4《中国新闻》8 点、12 点、21 点档，以及在 CCTV 新闻频道《东方时空》《新闻 30 分》等多档栏目中穿插播出，增加品牌影响力，实现了酷风品牌价值的延伸与进阶。

与此同时，通过一系列新品发布会，酷风与苏宁、国美等渠道巨头的深化合作、“精细化”“专业化”的市场运作，全方位、立体化席卷家用中央空调市场。10 月 26 日，第五届超级品牌日大促活动期间，酷风家用中央空调总销售台数突破 1 万台，销售金额突破 5 100 万元；11 月 8 日，在美云销直供抢单活动中，酷风家用中央空调以 4.6 亿元的抢单量刷新行业纪录；11 月 23 日，酷风 & 国美 2019 年总结暨 2020 年启动动员会上，2020 年国美舒适家将全力赢战酷风家用中央空调 5 亿元的战略目标，为用户带来更优质的购物及产品体验。

新的一年，酷风家用中央空调将继续秉承着“科技尽善，生活尽美”的目标，不断释放“进阶品质生活，追求生活美学”的品牌内涵，真正为用户带来更加美好的家居生活体验，以榜样的力量推动行业进步。

静候春暖花开

正是凭借对产品的精益求精，对技术研发的日复一日，对市场的高瞻远瞩，才铸就了美的中央空调在中国中央空调行业的领导者地位。

作者 | 赵亚萍

一方有难，八方支援。为了更好地抗击 2019 年底武汉新型冠状病毒引发的肺炎疫情，社会各界纷纷鼎力相助武汉火神山和雷神山医院的建设。美的集团作为一家有责任感的民族企业，也在第一时间为疫区和疫情定点医院提供支援与协助，用实际行动守护武汉。

作为专门集中收治新型冠状病毒肺炎患者的医院，武汉火神山和雷神山医院对于抗击疫情起着极其重要的作用。美的中央空调积极参与到两大医院的建设中，捐赠新风产品、空气能热水器和精密空调等设备，以及安装、调试、运营维护等全套服务。

据了解，美的中央空调捐赠的精密空调用于网络机房建设，为火神山医院网络环境提供专业的空气解决方案；包含送风及排风功能的新风设备用于火神山医院负压病房楼及住院楼医护办公区，三级过滤的新风设备，可确保空气的洁净流动。

美的中央空调为雷神山医院提供的 18 台空气能热水器也于 2 月 1 日抵达雷神山建设现场。除了设备捐助，美的中央空调的技术服务团队也在第一时间助力武汉。为保证这些战斗在疫区一线的工程师们的健康，美的统一提供往返测体温和消毒杀菌工作，将美的人的个人防护摆在首位；整个安装施工的过程，也严格按照当地抗疫指挥部要求和美的公司售后操作章程执行。

与此同时，受疫情爆发的影响，全国各地医院都在紧急建设隔离病房，因此各地加大了对空调产品的安装、服务等需求。美的中央空调全国各分中心知晓后，针对各医院的具体需求，积极行动，为当地疫情定点医院提供了空气能热泵、热水机、MDV 多联机组和新风机等设备产品，为医护人员和患者提供了舒适的生活环境。

疫情之下，美的中央空调的种种行动，更是彰显出大国企业风范，正是凭借对产品的精益求精，对技术研发的日复一日，对市场的高瞻远瞩，才铸就了美的中央空调在中国中央空调行业的领导者地位。

服务升级，助力复工

自 2 月 10 日起，全国各地陆续迎来复工，但疫情防控形势仍然严峻。复工后如何保障员工健康是目前所有企业面临的最迫切的挑战。同样，写字楼中央空调的安全使用问题也成为上班族新的关注点。由于正值初春时

节，全国大多数地方气温偏低，保暖依旧是刚需，而中央空调是多数办公场所主要的取暖设备。为了减少用户的后顾之忧，尽力避免交叉感染的发生，同时提高空调的工作效率，美的中央空调适时对售后清洗消毒服务进行了多项升级，为健康复工保驾护航。

针对疫情的防控需要，美的中央空调在每单服务之前，除了按照标准化进行清洗消毒之外，工作人员还要进行体温测量并记录，同时对使用工具进行充分消毒，进门前要统一穿戴好口罩、手套、鞋套等防护物品。

特殊时期，美的中央空调售后服务使用了具备高温杀菌功能的专业清洗机设备，清洗消毒药剂主要使用抑菌专用药剂，从而更好地保证效果。在风口面板及滤网的清洗消毒方面，除了使用专用清洁毛巾及空调清洁剂清洗面板、滤网之外，工作人员还通过毛刷配合高压喷头冲洗，高压水流能够剥离污物和部分细菌，冲洗结束用毛巾擦干之后，会再喷洒一遍消毒剂消毒并晾干，使除菌更加彻底。

针对空调机内部的清洗，美的工作人员采用高温蒸汽消毒的方式，高温不仅能够有效杀灭病菌，还能够灭活病毒。120 ℃的高温蒸汽经由清洗一体机全面覆盖回风管、蒸发器、出风管、接水盘等附件，完成高温消毒。完成内机的高温蒸汽消毒之后，美的工作人员还将使用空调准用抑菌除味药剂，对包括内外部以及各附件在内的整体进行喷涂。此外，工作人员将出回风面板和滤网复位之后，还将再次使用空调专用抑菌除味药剂喷涂风口面板及滤网。通过多次反复规范化操作，尽可能避免疏漏，最大化保证杀菌消毒效果。

疫情当前，定期对中央空调进行清洗消毒非常必要，特别是人员相对密集和复杂的办公空间。因此，美的中央空调的售后服务人员也一直坚守岗位，及时跟踪和提供专业服务，让中央空调的使用过程更加安心。

疫情防控阻击战是一场没有硝烟的战役，也是一次众志成城的奋战。美的中央空调作为行业的领军品牌，在义不容辞承担社会责任的同时，也始终坚守对用户的承诺，在提升产品实力之外，服务更精进、更细致，减少大家的后顾之忧。接下来，美的中央空调还将继续协同各地医疗机构，以优质的产品和完善的服务为此次疫情防控保卫战做后勤支援，助力疫情早日消散，迎接春暖花开。

战“疫”进行时

自成立以来，三菱重工空调历经岁月打磨，研发创新出更多的高端技术和广受赞誉的产品，同时也坚持把顾客放在第一位，绝不为追求短期利益而牺牲客户利益或降低服务标准，用心钻研让广大用户满意的产品。

作者 | 刘 琪

2020 年初，新冠肺炎疫情席卷全国，“对抗病毒”成了全国上下的同心所向。许多暖通企业尽己所能，纷纷捐款捐物，加入到抗击疫情的战斗中来。

作为较早布局中国市场的国际空调品牌之一，三菱重工空调在中国市场奋发精耕多年，伴随着中国暖通行业一路成长发展，也感恩在中国市场的际遇，铸就了更强大的三菱重工品牌。在困难时期，三菱重工空调也倾力战“疫”，早在疫情肆虐之初便早早地行动起来。目前，三菱重工首批防护口罩顺利交付华电易德福（武汉）能源服务有限公司，为坚守岗位的武汉项目员工们提供有效防护，以帮助他们安全度过特殊时期。值得一提的是，此项目是为武汉疫区居民的生活、生产、医疗保障和社会互助工作提供不间断的城市能源供热保障服务。

众所周知，新冠病毒在空气充分流通的环境中可以被快速稀释，大幅降低传播和感染风险，因此室内保持良好的通风是必要的防护手段。尤其是对于各类细菌病毒最为活跃的大型医院，除了固定时段的开窗通风，室内空气如果能随时得到科学有效的过滤净化，就可以更好地改善医护人员及患者的日常呼吸环境，充分降低感染风险。

在充分了解了一线医护工作者需求后，三菱重工空调又携手战略合作伙伴菱感电子商务，共同向上海多家医院和医学机构捐赠 300 多台总价值超过 100 万元的品牌空气净化器。从

2 月 13 日起，这些爱心空气净化器已陆续被送往上海胸科医院、上海市公共卫生临床中心、瑞金医院（北院）等多家医院，为广大白衣战士和患者们提供健康安心的室内空间呼吸解决方案。

据《机电信息 • 中央空调市场》2019 年度市场总结报告显示，同比 2018 年，国内中央空调市场整体下滑 3.61%，直白的数据展现出了市场的不景气，不少企业也在 2019 年落入负增长行列，难以突破颓势。由于疫情的影响，本就状态欠佳的中央空调行业更是雪上加霜。疫情打乱了暖通企业进攻市场的步伐和节奏，原本的市场规划和措施也被迫推迟。行业发展遇到瓶颈，尽管 2019 年中央空调市场震荡频生，但是细读报告我们不难发现，三菱重工空调却保持了稳定的增长，市场占比越来越高。漂亮的成绩单背后，是三菱重工空调默默的付出与坚持换来的，其过硬的产品质量和优异的品控等性能获得越来越多国人的认可。此外，三菱重工坚持品质服务，永远把用户的利益放在首位，其售后服务也受到用户的广泛赞誉。

自成立以来，三菱重工空调历经岁月打磨，研发创新出更多的高端技术和广受赞誉的产品，同时也坚持把顾客放在第一位，绝不为追求短期利益而牺牲客户利益或降低服务标准，用心钻研让广大用户满意的产品。因此，肩负社会责任的三菱重工空调并不会止步于目前的成就。

未来，三菱重工空调也将继续勇担行业重任，坚持绿色产业发展，继续踏上精益求精的研发旅程，突破技术瓶颈，传承制造者的匠心精神，为客户带来更多舒适可能，为暖通行业树立品牌榜样。

危难见担当

长期以来，奥克斯打造的工厂直营模式，通过线上引流到线下实体成交，借力互联网，厂家直供到终端，全渠道优化，为经销商免去了库存压力、资金短缺和客流烦恼。

作者 | 周　涛

一场始料未及的肺炎疫情来袭，使得举国上下共同抗击，疫情对各行各业都有不小的冲击，中央空调行业亦复如是。回顾 2019 年，整个中央空调市场的增速放缓，且春节期间本就是中央空调行业销售淡季，加之肺炎疫情的爆发更是雪上加霜。在如此艰难的环境下依托互联网优势的奥克斯中央空调通过开发线上诸多模式，集中解决了大部分经销商“销售无法启动”“现金流无法运转”等问题。

随着消费者自我防护意识的提高，传统的门店销售模式受到严峻挑战，甚至整个消费格局也可能会带来一些变化。消费者线上消费模式将进一步加深和扩大，拓展线上多元化服务，奥克斯势在必行。长期以来，奥克斯打造的工厂直营模式，通过线上引流到线下实体成交，借力互联网，厂家直供到终端，全渠道优化，为经销商免去了库存压力、资金短缺和客流烦恼。同时，工厂直营店拥有完善的销售系统和业务体系，无论是销售培训还是售后服务，皆可全程为经销商排忧解难。

值得一提的是，奥克斯工厂模式由厂家直接授权，政策稳定，借助社会化的资金、物流和服务，构建起从工厂到家庭的高效率营销服务模式，将互联网时代的智能制造、智慧零售、智能产品与智能服务全面打通，在大大提升经销商经营能力的同时减轻经销商负担。奥克斯始终实施全流程质量管控体系，有着优异的检测设备，对整机、零部件、控制器进行全方位评价，产品质量也得到保障。

不仅如此，在这个特殊时期，奥克斯中央空调仍致力于为有需求的消费者提供更加优质和贴心的服务。为保证客户的健康和需求，奥克斯特别开启线上选购，通过一对一沟通，选择线下门店就近保障服务；通过专业人员的线上介绍，输出完善周全的整体方案设计；通过线上选购，发放福利优惠，疫情期间由厂家特供产品机组。由此可见，奥克斯线上购机的模式进一步保障了消费者足不出户就能在线享受到产品选型、出方案等具体服务。

作为一家坚持扶危济困、充满社会责任感的企业，奥克斯集团也时刻关注着疫情的进展，用实际行动积极抗疫，为打赢这场新冠肺炎全国阻击战做出应有贡献。疫情爆发前期，奥克斯集团旗下明州医院医务人员驰援武汉，奔赴“核心战场”，直面危情，与疫区人民共同抗疫，守护疫区安全。先后两批的赴援，奥克斯集团旗下医疗系统已累计派遣 15 名医护人员。

除了紧急调派组建的医疗团队，面对刻不容缓的疫情，奥克斯集团海内外公司心系国内医用物资紧缺的情况，通过爱心捐赠在物资上为国内抗疫贡献了自己的一份力量。此前，奥克斯集团还向宁波市红十字会捐赠了 1 000 万元款项。奥克斯日本研发中心、加拿大公司等海外机构，也持续在当地采购 N99 级口罩，并努力解决物流瓶颈，目前 12 万余只口罩已分批运抵国内。

“一方有难、八方支援”这不仅是中华民族精神的体现，也是奥克斯大爱精神与责任担当的彰显。

风云之“志”，逆风“高”飞

在产品策略上，志高暖通实现五大产品并驾齐驱，产品主线不断丰富升级，产品功能朝着智能化、网络化、舒适化方向迈进。

作者 | 张国庆

在经历了几年的高速增长后，中央空调市场早已由“增量竞争”转为“存量竞争”，行业高速发展的时期显然已经过去。当中央空调市场遭遇负增长之时，志高暖通以深厚经验和前瞻洞察为根基，仍然实现了同比增长 12% 的成绩，用自身的稳健发展将企业红利惠之更远。

1 月 7 日，以“聚力工程，积微共赢”为主题的 2020 志高暖通全国客商大会在武汉盛大举行。广东志高暖通设备股份有限公司总经理张权、副总经理王峰、副总经理马俊霞、国内营销公司总经理叶有享、制造中心总经理童志军、研发中心总监漆石球、大机产品线总监黄志祥等公司领导与来自全国各地 100 多名核心渠道商、行业专家就企业发展机遇及模式展开深入讨论，共赴中央空调产业的未来之约。

回首过去一年，志高暖通蓄势而发，砥砺前行。广东志高暖通设备股份有限公司总经理张权于会上表示，在稳增长、抗风险的市场主基调下，志高暖通主动调整经营策略，保持稳定的盈利能力。三大产品营销主线分灶吃饭，线上线下协同发展，产品销量保持稳定增长，并进一步实现了营销战略、产品布局、研发投入以及渠道开拓等四个方面的提升。

产品始终是企业发展的核心和基石，产品品质的高低直接决定了一个企业是否具有核心竞争力。在产品策略上，志高暖通实现五大产品并驾齐驱，产品主线不断丰富升级，产品功能朝着智能化、网络化、舒适化方向迈进。未来三年，志高暖通研发的产品线将向集约化、系列化、智能化方向转型，在节能环保、智能化等多方面提升用户的舒适体验度。

企业的竞争也是技术和人才的竞争。志高暖通坚持以“技术驱动、研发先行”的理念作为公司发展的方针，与中南大学、西安交通大学、哈尔滨工业大学等国家重点院校建立了人才培养计划，并创建了多个科研项目。此外，志高暖通还不断加强人才队伍的建设。目前志高暖通已经拥有了 300 余人的高素质研发团队，引入了多名重点院校教授担任技术顾问，数名日籍专家常驻公司指导工作。

志高暖通能够获得市场的肯定，也离不开与经销商、供应商之间的良好合作。2019 年志高暖通在新渠道开拓上取得显著成就，客户数量有所增加，核心客户渠道保持稳固。

尽管地产行业增速放缓，城市综合体项目减少等给工程市场造成了很大的压力，但志高暖通仍然以过硬的产品质量、完善的售后服务体系在工程市场上实现 22% 的增长，在酒店、学校、政府大楼、医院、地产等领域树立起了一个又一个优秀样板工程。另外，“煤改电”项目在北方市场百花齐放，产品销量翻一番，采暖市场实现了新的突破，品牌综合实力得以彰显。

2020 年志高暖通将围绕“转型”“升级”两大主题，坚持专业化思路，以“技术驱动、研发先行”作为公司发展战略，继续加大研发投入，进一步提升产品的质量和服务水平，扩大与经销商的合作规模，为公司新一轮升级发展注入新的活力。

质为洁净环境

在这场没有硝烟的战役里，我们看到了天加人勇往直前的大无畏精神，也充分感受到了天加的社会担当力、民族责任感。

作者 | **赵亚萍**

一座城市奋战的背后，是一群人的关怀和支持。在武汉新冠病毒肆虐期间，无数人为武汉筑起强有力的后盾，火神山医院和雷神山医院就是其中一例。在这短短十天内，来自五湖四海的 7 000 多名建设者在日夜奋战中诠释了“中国速度”，迅速建成了一所能够容纳 1 000 张床位的现代化医院，为新型冠状病毒感染的肺炎患者提供了生机和希望。而在末端市场占有率排名第一的天加，也诠释了什么是“天加速度”。

针对此次火神山、雷神山医院建设，从天加接到确认的设备参数，到设备抵达施工现场的时间仅为 2 天。面对这样一个紧急任务，天加空调第一时间和武汉中信设计院、中南建筑设计院、华康世纪医疗、江苏环亚等火神山、雷神山的设计工程方共同决策，快速制定出了一套以现有库存医用空调设备为标准，反推新建医院设计参数的紧急方案。

1 月 24 日，在火神山医院宣布建设后的第一天，天加便在所有区域紧急冻结了为其他医用项目生产完成的库存设备，快速统计好全国范围内所有可调用的医用净化空调设备，并汇总详细参数，供火神山、雷神山的各相关设计院随时调用。1 月 25 日，天加正式成立“驰援武汉新建医院紧急工作组”，全力配合对在建医院项目的方案设计、设备选型协调、设备改造供货、现场安装调试等工作。与此同时，天加还利用丰富的医用项目经验，确立了以“恒温恒湿直膨氟系统”为此次设备的主导形式，以方便现场施工快速安装，为施工争取更多时间。最终，天加在收到火神山、雷神山项目确认设备参数的 24 h 内分别完成了所有设备的发货。

截至 2 月 1 日，天加共向武汉火神山、雷神山两所医院捐赠总价值超过 180 万元的净化空调设备和材料、安装配套设施。

深耕净化领域

毋庸置疑，在过去的几年中，无论是在工商业净化领域推动行业技术进步，还是在民用领域改善室内空气品质，天加的净化空气处理设备都走在了行业前列。从洁净环境领域到工业、商业、家用净化领域，天加一直致力于用成熟专业的净化能力提升室内空气品质，引领行业不断前行。

目前，天加拥有全国 6 500 家二甲、三甲医院的服务经验，这个数量超过全国所有二甲、三甲医院总和的 80%。同时，天加拥有数码变容量

直膨，全新风、恒温恒湿等控制，迷宫式空气处理结构专利等冷热源与净化空气处理领域的领先技术，再加上中国首个 ISO1 级超净环境集成系统的项目经验，让天加在医院核心净化领域名列前茅。也正是看中了天加在净化领域取得的成绩和做出的贡献，才使得火神山、雷神山医院共同选择天加设备作为医用核心区域的空调产品。

众所周知，医用空调对空气的温湿度控制、净化等级控制、换气次数控制、颗粒物浓度控制、压力梯度控制、室内气流组织分布控制等维度均有严格要求。同时，常规的每套医用空调系统都会根据医院每个区域的功能不同、区域不同、参数不同而进行定制化设计。简单地说，医用空调没有所谓的标准化设备，每套设备的定制周期往往最快也要 20 天以上。

因此，针对新型冠状病毒还未明确出台详细说明的现状，天加与专业医疗设计院、医疗净化工程公司共同确立了医用空调方案：一方面，天加采用全新风全排风技术作为医院核心区域快速排除冠状病毒、控制其他细菌浓度的首要形式。同时，天加依据传染病控制要求，确保隔离病房维持负压（−20 Pa），排风机与医用净化空气处理机组实现连锁智能控制。另一方面，天加利用温湿度控制技术作为医院核心区域控制细菌浓度的辅助形式，利用直膨系统优势，在确保环境温度适宜的条件下，保证核心区域空气干燥，以加快病毒在空气中的失活时间。此外，天加还通过自控系统，在空调关闭后使风机延时关闭，保证空调内部部件干燥，再加紫外线灭菌装置，以保证空气处理设备在任何时间都不给菌群提供生长的空间。

在这场没有硝烟的战役里，我们看到了天加人勇往直前的大无畏精神，也充分感受到了天加的社会担当力、民族责任感。冬去春来，天加，与武汉一起奋斗，守望胜利的曙光。

浙江国祥

四海一家 舒适之道

文/本刊编辑部

综述

中央空调市场2019“赛季”已然落下帷幕，至于各品牌具体的发展情况，自然是喜忧参半。受宏观经济波动影响，整体市场呈现颓势，工装、家装皆显低迷，“负增长”已成定局。然而值得一提的是，行业内品牌的集中度越来越高，格局愈加稳固，与此同时，国产品牌的队伍力量越发壮大，其成长令人瞩目。这其中就包括近年来凭借优异的技术实力、精良的产品品质和丰富的项目经验而成为国产阵营代表企业之一的浙江国祥股份有限公司。

作为中国专业的中央空调制造商，浙江国祥长久以来立足自身优势，在专业领域内精耕细作，一路走来已成为中国中央空调市场上受行业多方关注的国产领导品牌之一。《机电信息·中央空调市场》发布的《2019年度中国中央空调市场总结报告》显示，浙江国祥空调发展稳健，继续稳居中国中央空调市场国产品牌前列。尤其是在洁净领域市场，国祥空调更是取得了大幅度增长，2019年市场占有率达到6.20%，位居国产品牌第二。

持续发展，革故鼎新

1966年国祥诞生于台湾，彼时的国祥林口工厂就已成为台湾地区空调和冷冻行业中规模最大、工业最先进的制造基地。尔后国祥进入中国内地市场，扎根上虞，自1993年浙江国祥制冷工业有限公司在绍兴上虞设立工厂以来，国祥空调便开启了新的时代。

在半个多世纪的征程中，国祥一直致力于用人性化的企业管理推动公司的改革发展，提高公司的创新力、形象力和核心竞争力。历经50多年的奋斗与拼搏，如今的国祥已成为国内具有影响力的大型中央空调和冷冻设备制造企业，所服务的项目不胜枚举。不仅如此，通过组建优秀的销售、技术和服务团队，浙江国祥的品牌知名度越来越高，影响力越来越广，市场占有率也持续快速提升，无论是在产品品质上还是在品牌美誉度上，都得到了广大经销商以及用户的一致认可。

国祥能够稳步向前，离不开其脚踏实地、一步一个脚

印地扎根市场。国祥以自身的不断优化在最大程度上满足客户需求以及市场不断提高的需求。2019 年 11 月，浙江国祥召开了以“合作共赢，共创未来”为主题的经销商答谢会，国祥集团董事兼销售总经理徐斌先生在致辞时表示，“目前中央空调市场行业竞争日趋激烈，品牌应与经销商保持密切联系，最大限度地发挥经销商熟悉市场规则、整合市场资源的优势。”

由此可见，国祥十分重视渠道的力量。随着企业规模和业务规模的不断扩大，公司先后在北京、沈阳、西安、上海、杭州、成都、重庆、广州、深圳等地设有 60 多个营销中心和办事处。多年来，各地区分公司协同经销商推进国祥的市场策略，在项目领域内大有作为，取得了瞩目的成绩。各优秀经销商代表也始终在配合国祥做好渠道布局，不断提高专业化水平，为提升品牌的影响力添砖加瓦。显然，在践行“共创绿色环境”的公司使命的道路上，国祥一直都是一支专业性强、善于拼搏的队伍。

产品技术，推陈出新

在如今产品同质化严重、专业门槛逐步降低的情况下，浙江国祥能够坚守匠心，努力以制造和服务为依托，研发并引进领先的产品或技术，不断丰富产品阵容，推陈出新。这一点本就难能可贵，而拥有行业内最全的空调产品线（包括 7 大系列，56 个产品类别，近 10 000 种产品型号，涵盖各类机型）的国祥无疑是做到了。

2000 年国祥成为首家生产满液式螺杆冷水机组的国产品牌，2003 年更是研制出国内首台满液式螺杆水源热泵机组，2005 年成为国内首批通过单元式空调和冷水机组节能认证的中央空调企业，2006 年又成功研制出国内首台核电站核岛区抗震级水冷螺杆冷水机组并在成都设立了生产基地，2007 年国祥测试中心成为“国家级实验室”，2011 年成功研制出国内首台制冷量 3 600 kW 的 10 kV 水冷螺杆冷水机组，2012 年被认定为国家重点扶持高新技术企业，2017 年通过国际铁路行业标准 IRIS 认证，正式进军铁路车辆空调领域……这些关键步伐都印证着国祥空调在产品技术实力和研发层面愈走愈稳，国祥用实际行动和累累硕果证明了其“品质王牌”的产品文化底蕴。

作为中央空调民族品牌的代表，同时亦是中央空调和工业制冷行业中产品系列最齐全的厂家之一，国祥在不同领域、不同场合可以提供多种系统和设备方案，为客户提供最佳选择。在工业领域以及民用建筑中都能看到国祥的身影。

早在 2013 年，国祥就成立螺杆压缩机工厂，正式打通上下游产业链。如今的国祥也已成为一家集科研、生产、销售、安装服务于一体的现代化企业，这背后无不凝结着每一代国祥人的汗水与热情。产品技术上源源不断地推陈出新并不容易，但国祥拥有着强大的制冷空调技术研发队伍和国内先进的中央空调综合性能实验室、通过 CNAS 认证的国家级实验室等，并且先后获得 100 多项发明和实用新型专利，取得了众多的奖项。其中浙江省国祥节能空调研究院（以下简称“研究院”），是浙江省科技厅于 2015 年新认定的 2014 年省级企业研究院，主要从事“高效、节能、环保”型中央空调的研究开发。研究院依托浙江国祥股份有限公司，位于杭州湾上虞经济技术开发区，公司总占地面积约 22.67 万 m^2。研究院下分研究一院、研究二院，研究一院主要开发主机类新产品，研究二院主要开发末端、商用机、特殊空调类新产品。研究院自启动建设以来，承担并完成了国家火炬计划及国家重点新产品计划 3 项，省级重点研发项目 2 项，省级新产品计划 14 项，浙江省协同创新、协同制造项目 2 项。由此观之，国祥已然走在了产品创新和技术专利突破的前列。

深耕专业，自主创新

企业要进步，创新是必经之路。而驱动国祥在专业领域深耕的力量，也正是来源于其所提倡的最首要的企业文化——创新文化。

随着当下发展方式的更替和科技的不断进步，能够由中央空调企业提供系统环境解决方案的产业越来越多，各品牌竞争愈加激烈，市场进一步细分，各项目领域的份额也被进一步争夺和抢占。同时这也意味着，在服务项目时，中央空调企业所要提供的系统环境解决方案将越来越具有针对性，专业化要求越来越高。长久以来，国祥深知坚持专业化道路必须要有过硬的产品技术和专业性优势以及累积的良好市场口碑。

不断提升产品品质是保证专业化的一大关键。为了持续深入宣传和引导公司全体员工努力提高质量意识，进一步提升国祥品牌形象，国祥于 2018 年 3 月开始实施“质量精进计划”，以质量作为销售强有力的后盾和武器，国祥“质量季”活动方案的宣布也拉开了“质量精进计划”的序幕。对此，国祥明确“质量季不是口号运动，要切实起到承上启下、持续改进作用”的理念，部署规范各类工艺和检验文件、培训提升相关人员的能力和质量意识、设立质量季标兵奖、建立质量季专项改善方案小组、对改善性工作和日常工作严格检查和跟踪、进行质量上下游供应链走访、加大供应链的质量管控力度和要求、巩固质量季的成果等各项活动。相关领导向全员宣传质量季要求，以实际行动把好质量关，将安全文明生产和质量体系建设工作稳步向前推进。这样的氛围，使得每一位国祥人不忘初心，传承着“高标准、严要求、零缺陷、强控制”的品质基因。

随着市场需求的增长，国祥不断加大市场投入力度，在新的发展阶段扩建新厂房，扩大生产规模。接下来，浙江国祥亦将会更加注重企业内部研发创新，在技术更新、服务水准、经营管理效率方面不断投入，潜心研究，成为业内有较强竞争力的人工环境产品与综合服务定制商。

诚然，历经半个世纪的积累和开拓创新，浙江国祥以“四海一家、舒适之道”为理念，不断茁壮强大，并逐步迈向国际化。每一个国祥人都聚集着强大的力量，蓄势待发，推动着国祥品牌企业规范化建设不断完善、市场竞争地位不断提升、产品竞争力不断增强，继续朝着“成为世界的国祥，开发和引进领先技术，服务全球客户”的愿景昂首迈进。

国祥大事记

Event

1993

浙江国祥制冷工业有限公司在上虞设立建厂。

1995

浙江国祥制冷工业有限公司正式投产。

1997

通过国际ISO9001认证，公司被评为中国空调制冷设备信得过单位。

1999

通过国际ISO14001认证（版）。

产品通过CE认证。

国祥成为国内首家生产满液式螺杆冷水机组的国产品牌。

2000

主机、空调箱和风机盘管被列入国家火炬计划项目。

产品运用于20万t油轮和Class1级无尘室。

获得BRI级压力容器制造许可证。

2001

公司实验室通过国家压缩机制冷设备质量监督检验中心认证。

被评为国祥火炬计划高新技术企业。

世界行业权威杂志（JARN）专门推荐国祥空调产品为国内空调产品的技术市场领导者。

2002

获得“重科技、守诚信”荣誉称号，产品通过中国机械安全认证。

2003

研制出国内首台满液式螺杆水源热泵机组。

2004

螺杆冷水机组系列产品被中国制冷空调工业协会评为推荐产品。

2005

成为国内首批通过单元式空调和冷水机组节能认证的五家中央空调企业之一。

2006
上海国祥制冷工业有限公司在上海松江设立建厂，广东东莞国祥工厂、四川成都国祥工厂破土动工。
研制出国内首台核电站核岛区抗震水冷螺杆冷水机组，成功进入秦山核电站、岭澳核电站等国家重点工程项目领域。
2007
国祥测试中心正式通过了中国合格评定国家认可委员会（CNAS）的认可，成为“国家级检测中心”。
2010
“国祥”企业商号被评为“浙江省知名商号”。
2011
全热回收螺杆水源热泵、医用净化空调箱等5项新产品通过浙江省科技局科技成果鉴定，产品处于国内领先水平。
成功研制出国内首台制冷量3 600 kW的10 kV水冷螺杆冷水机组。
2013
浙江国祥空调设备有限公司被认定为国家重点扶持高新技术企业。
2014
螺杆水源热泵机组及应用系统被评为浙江省建设科技成果推广项目。
2015
国祥空调浙江本部占地500亩的第二工厂正式投入运行。
2016
“国祥”商标被评为中国驰名商标。
2017
通过国际铁路标准IRIS认证，正式进军铁路车辆空调领域。
2018
螺杆水源热泵被评为“浙江名牌产品”。
2019
国祥通过国家两化融合管理体系认证。

生产基地

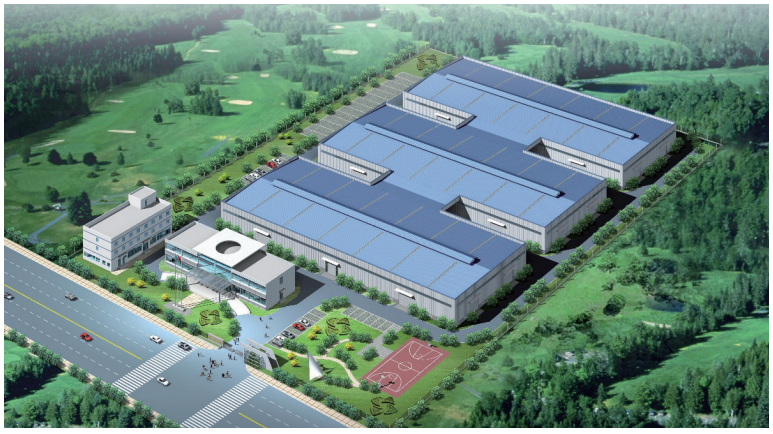
1

成都工厂

2012 年浙江国祥股份有限公司成都分公司注册成立，公司地址现位于成都市天府新区视高经济开发区，厂房建筑面积超 25 000 m^2，建立后随即开始投产。

公司主要经营冷水（热泵）机组、冷冻机组、单元式空气调节机、屋顶式空气调节机、多联式空调（热泵）机组及其他制冷设备、风机盘管机组、组合式空调机组及其他空调末端设备、冷藏集装箱、制冷用换热器、阀门及其他制冷配件、制冷压缩机与压力容器的设计、制造、检测、销售、安装、维修及相关信息咨询服务，以及货物进出口、技术进出口等。

成都工厂



>>>

2

杭州湾上虞产业园二期扩建工程

二期扩建工程于 2018 年启动建立，包括 16 000 m^2 的厂房、国家级测试中心、实验楼、综合楼等。目前项目进入施工阶段，部分车间已竣工，计划2020年年底完成项目后投入使用，这将进一步完善国祥市场供应链建设，进一步提高国祥产品供给能力，对促进国祥整个市场供给具有积极的意义。

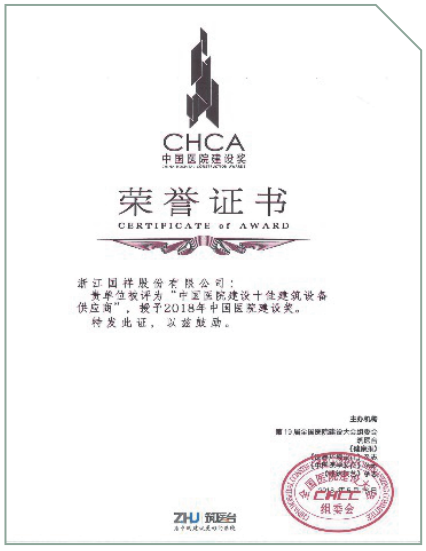
杭州湾上虞产业园二期扩建工程

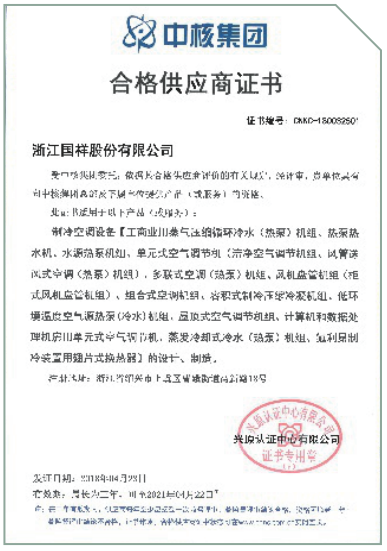
荣誉时刻

高新技术企业
证书
企业名称：浙江国祥股份有限公司
证书编号：GF201533000283
发证时间：2015年9月17日
有 效 期：三年
批准机关：

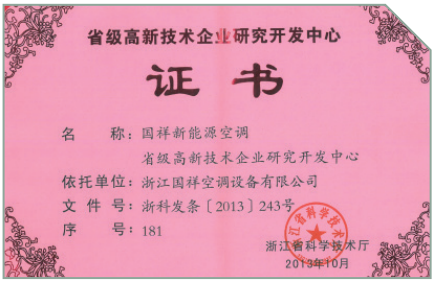
浙江省知名商号
浙江国祥空调设备有限公司：
经认定，你单位 国祥 企业商号为浙江省
知名商号。
（有效期六年）
浙江省工商行政管理局
二〇一五年一月三十日

企业信用等级证书
CERTIFICATE OF ENTERPRISE CREDIT GRADE


CHCA
中国医院建设奖
荣誉证书
CERTIFICATE of AWARD
浙江国祥股份有限公司：
贵单位被评为“中国医院建设十佳建筑设备供应商”，授予2018年中国医院建设奖。
特发此证，以资鼓励。
ZHU 筑台


中核集团
合格供应商证书
浙江国祥股份有限公司
兴原认证中心有限公司

King 国祥空调 KINGAIR
奖项丰富


省级高新技术企业研究开发中心
证 书
名 称：国祥新能源空调
省级高新技术企业研究开发中心
依托单位：浙江国祥空调设备有限公司
文 件 号：浙科发条〔2013〕243号
序 号：181
浙江省科学技术厅
2013年10月

浙江名牌产品证书
CERTIFICATE OF ZHEJIANG NAME BRAND
浙江国祥股份有限公司
你公司(厂)的
国祥 模块组合式空调机组
认定为浙江名牌产品
特颁发此证书
We award you this certificate to confirm that your products are rated as name brand of Zhejiang province.
证书编号 Certificate No: 2016(工)-130
有 效 期 Period of validity: 2016.12~2019.12

CNAS
中国合格评定国家认可委员会
实验室认可证书
（注册号：CNAS L8450）
浙江国祥空调股份有限公司测试中心
浙江省绍兴市上虞区曹娥街道高新路18号，312300

两化融合管理体系评定证书
浙江国祥股份有限公司

国家火炬计划
产业化示范项目证书
项目名称：
承担单位：浙江国祥空调设备有限公司
项目编号：
批准机关：
颁证日期：二〇一三年九月

精品工程

云栖小镇

云栖小镇地处杭州西湖区南部，位于杭州之江国家旅游度假区核心区块，是浙江省首批创建的十个示范特色产业小镇之一，是西湖区计划依托阿里巴巴云公司和转塘科技经济园区两大平台打造的一个以云生态为主导的产业小镇。作为云计算产业生态聚集地，运用大数据的计算将简单数据变成生产要素，小镇围绕云计算产业的特点，构建“共生、共荣、共享”的生态体系。2015 年阿里云开发者大会正式更名为“云栖大会”，并且永久落户西湖区云栖小镇。

使用机组：一体式蒸发冷凝螺杆热泵机组。

福建宁德核电站

作为国家核电中长期发展规划颁布后开工的第一个核电项目，福建宁德核电站是目前我国百万千瓦级核电机组自主化、国产化程度最高的核电站，也是海峡西岸经济区建设的第一个核电站，是福建省有史以来最大的能源投资项目。福建宁德核电项目位于宁德福鼎市秦屿镇备湾自然村，是我国第一个在海岛上建设的核电站。

使用机组：满溢式螺杆冷水机组、直流变频多联机组。

内蒙古朱家坪电厂

项目位于鄂尔多斯市准格尔旗魏家峁镇四分子村，规划总装机容量为 2×660 MW+2×1 000 MW，分两期建设，总动态投资预计 140 亿元。

使用机组：直膨式恒温恒湿机组、单元式风冷柜机。

上海自贸壹号生命科技产业园

位于上海市浦东新区巴圣路 160 号，毗邻金桥工业园区及张江高科技园区，周边产业联动性良好。在外高桥保税区内，药明康德、国药、上药、美药典、罗氏诊断、奥森多、上海血液制品中心、强生、西门子、BD 等全球 100 多家世界 500 强企业巨头扎根于此，形成了独特的保税区生物医药产业生态。

使用机组：模块式风冷热泵、净化组合式空气处理机组。

灵寿县综合文化中心

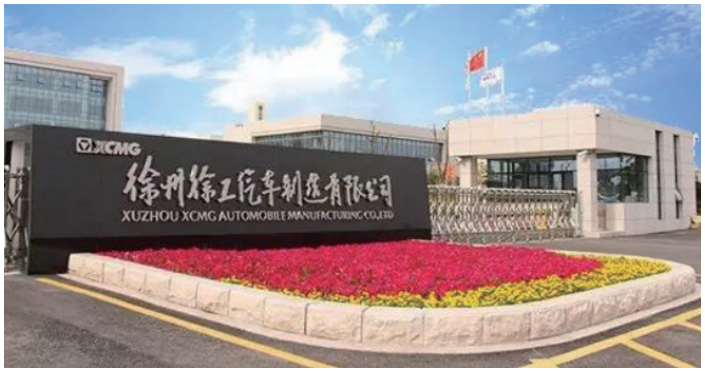
河北省重点工程，是 2019 年河北省旅游发展大会的主会场，项目总占地面积 25 000 m^2，将配备书画活动中心、互联网体验中心、展厅和会议中心及博物馆等。

使用机组：A-Cool 系列风冷热泵、单元式风冷柜机、组合式空气处理机组。

方太集团

创建于 1996 年，20 年来，方太始终专注于高端厨电领域，坚持“专业、高端、负责”的战略性定位，向着成为一家伟大企业的愿景迈进。目前方太已成为厨房领域最成功的生产厂家之一。

使用机组：满溢式螺杆冷水机组、组合式空气处理机组。



徐工汽车制造有限公司

依托徐工集团工程机械巨头优势，徐工汽车制造有限公司集中社会及企业资源、文化，高度融合集中化、差异化以及跨界、协同战略，成为江苏省仅存并健康发展的国有商用车制造企业。

使用机组：一体式蒸发冷凝冷水机组。

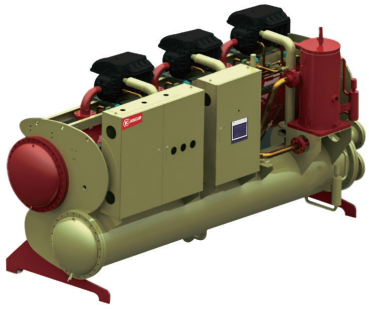
王牌产品

一体式蒸发冷凝冷水机组

自带冷却源和冷冻水力模块的高效螺杆冷水机组，客户仅需连接冷冻水管及电源即可高效运行，机组采用蒸发冷凝技术，能效比远超国家一级能效。国祥作为此产品中的领军企业，在地铁、医药、电子半导体、精密工业、高端楼宇、政府公建等领域市场占有率遥遥领先。

磁悬浮变频离心式冷水机组

作为目前中央空调行业一款极具市场号召力和竞争力的明星产品，国祥也已于 2019 年正式推向市场，无油、节能、低噪可靠、免维护等优点，使其未来必将受到广大客户的青睐，国祥也将为国内中央空调行业节能减排再立标杆。



医用净化组合式空气处理机组

医用净化组合式空气处理机组是国祥针对医用手术洁净室及相关医疗、制药、食品等洁净室场合的特殊要求而开发的一款产品。机组采用专利榫头双柱箱体设计，保证机组超高强度、超低漏风率。据国家级测试中心漏风率报告显示，该机组漏风率仅 0.03%，机组冷桥因子和传热系数达欧标 TB1/T1（行业最高等级），并以卓越的性能通过德国 TUV 认证，同时机组配置超低漏风且安全泄压专利检修门。目前，该产品已得到了国内外的广泛认可。

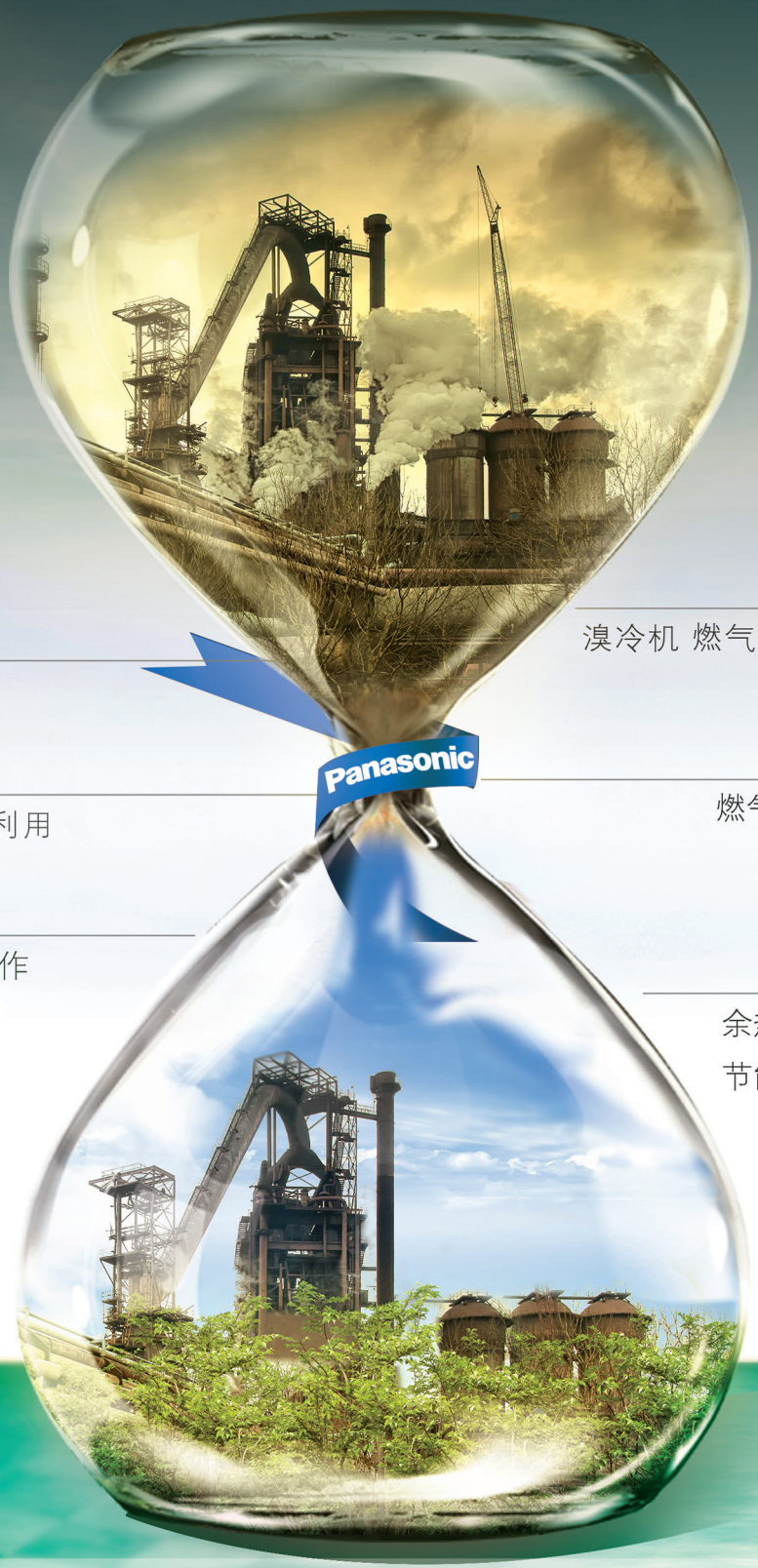
A-Cool 系列风冷热泵机组

在充分吸收制冷空调领域新发展技术基础上，严格按照 GB/T 18430.1—2007 和 GB/T 21362—2008 等国家标准设计与制造，集国祥空调诸多科技成就于一体。机组采用了热泵工况专用高效螺杆压缩机、强化传热技术、经济器循环技术、热泵能量升级器、自适应除霜控制逻辑等，是国祥空调 50 年技术沉淀的完美体现。

Panasonic

松下制冷，余废热利用专家

制冷、制热、卫生热水，三项需求，一步到位



1个原则

绿色

2个目的

节能 能源综合利用

3个目标

减排 低碳 易操作

4个产品系列

溴冷机 燃气热泵 真空锅炉 变频多联

5个事业领域

燃气空调 热力空调 电力空调

工程成套 保养服务

6个解决方案

余热利用 复合能源 清洁能源

节能诊断 远程监控 系统成套

松下制冷（大连）有限公司

地址：辽宁省大连市经济技术开发区淮河西路117、118号（松岚街10号）　网址：http://papardl.panasonic.cn

电话：0411-87181768[销售]　0411-87300892[售后]　传真：0411-87316276　全国统一服务热线：400-624-246

襄助火神战瘟神，雅士空调出征武汉“火神山”

整理 | 钱 亮

“借问瘟君欲何往，纸船明烛照天烧”，旧时人们燃烧纸船和蜡烛，借助火神之力驱赶瘟神。庚子年初，在荆楚大地上，“火神”之名再现人间。

湖北乃古楚之地，在楚文化传说中，楚国人被认为是火神祝融的后代。人的肺部五行属金，火克金。而荼毒人类肺部的新型冠状病毒惧怕高温，火神正好能驱瘟神，于是“火神山”之名由此而来。古老的传统文化所蕴含的精神力量让个人的“星星之火”汇集成“燎原之火”，同新时代的瘟神作战。

雅士作为医疗净化空调领域的龙头品牌，一直致力于提供专业系统解决方案，此次全国抗疫作战雅士也积极参与，在第一时间捐赠医疗净化专用空调机组驰援火神山手术室和负压 ICU 病房建设。

雅士支援火神山医院建设时间表

2020 年 1 月 24 日（己亥年腊月卅日）

武汉市政府宣布：武汉将参照北京小汤山医院模式，在武汉蔡甸区和江夏区分别建设专门医院——武汉火神山医院和武汉雷神山医院，并计划 2 月 3 日陆续交付投用。在得知火神山医院专用空调设备需求后，雅士空调与医院建设方华康世纪积极沟通并参与火神山医院手术室、ICU 重症监护室专业空调净化项目的建设，同时决定捐赠火神山医院所需的净化专业机组设备及提供一切所需的协助。

2020 年 1 月 25 日（庚子年正月初一）

雅士驰援武汉的空调机组连夜发运。1 月 25 日，雅士空调首批捐赠驰援武汉火神山医院负压 ICU 的 10 台净化空调机组火速到达现场。

2020 年 1 月 30 日（庚子年正月初六）

雅士捐赠武汉火神山医院的所有空调机组全部准备就位。

2020 年 2 月 2 日（庚子年正月初九）

武汉火神山医院举行交付仪式，密切关注着火神山医院建设进度要求的雅士现场应急服务小组，启动空调机组现场调试工作，全力保障武汉火神山医院建设。

2020 年 2 月 4 日（庚子年正月十一）

火神山医院接诊首批患者，雅士空调机组完成调试、检查和验收，并全面投入使用。

支援产品：AAHM-H 系列洁净卫生型医用空调机组。

产品优势：

（1）专业定制，品质保证。

机组严格按照相关行业标准，选材精良，制造工艺严谨，全过程质量管控，产品通过中国制冷空调工业协会（CRAA）及 TüV 欧盟认证，具有洁净送风、多重杀菌、温湿度调节、低噪、高效节能等优点。

（2）精准控制，满足温湿度要求。

先进的自动控制、高精度的传感器配置及严格控制的冷热源动力，可实现温湿度的高精度控制（最高可达温度 ±1 ℃，湿度 ±2%），满足医院特别是手术室、ICU 病房对环境的湿度、温度精准控制的要求。

（3）专业净化，高效杀菌。

AAHM-H 系列洁净医用空调机组，整个机组结构为无菌设计，在 TüV 欧盟认证对本系列产品的微生物测试中，该机型对常见的大肠埃希氏菌和金黄色葡萄球菌具有不低于 99% 的抗菌效率，十分有利于目前具有较强传染性的新型冠状肺炎疫情的医学控制。

服务优势：

在“新冠”疫情蔓延的情况下，各省、市的医院、应急中心、生物实验室建设纷纷提上日程，对于医疗净化机组的需求也持续增加，雅士以专业医疗净化空调解决方案助力国家打赢防疫抗疫攻坚战；雅士 24 h 在线竭诚为工程商、医院提供专业、定制服务；雅士可提供 15 天内交货期产品。

图1 AAHM-H系列洁净卫生型医用空调机组

图2 机房内景

图3 火神山手术室、ICU内部实景1

图4 火神山手术室、ICU内部实景2

EK 产品推荐

EK 超低温空气源热泵机组

产品优势：

（1）超大制热量。机组单模块具备 190 kW 超大制热量，可任意 16 台组合使用，制热量最大可达 3 040 kW，单台大模块相比传统模块机组节省一套水系统管路及水系统附件投资。

（2）超低温运行。“火麒麟”系列机组专业针对北方地区低温气候特点，采用专业低温热泵技术结合智能除霜控制技术，使机组在 -30 ℃超低温和极端气候时仍可有效制热，稳定运行。

（3）高温出水，大温差设计。机组最高出水温度可达 60 ℃，且采用进出水 10 ℃大温差设计，可适应地暖、暖气片设计，保证用户舒适性，能替代传统锅炉供暖，完美适应整个中国市场的供暖需求。

（4）耐脏堵换热器。机组采用高效新型壳管式换热器，内部水路流通截面大，不易堵塞结垢，充分解决旧城区供暖管网系统脏堵的问题，抗冻能力更强，保证了机组长期高效的稳定运行，尤其适合北方冬季采暖改造和新建工程。

EKAC 系列环保制冷剂风冷热泵机组（标准型、全热回收型）

产品优势：

（1）绿色环保。机组采用高效环保型制冷剂 R410A，不含氯元素，不会破坏臭氧层（ODP=0）。

（2）适应性强。机组按照欧洲标准经过严格的超长时间测试，无论是在 48 ℃的炎热天气制冷，还是在 -15 ℃的严寒天气制热，均可正常运行。

（3）高能效比。创新 EK 空调欧洲领先风冷热泵设计理念，满负荷能效比超越中国节能产品认证标准（COP3.2 以上）；全面优化的系统选型和匹配，保证机组始终处于最佳的节能状态，部分负荷（约占空调总运行时间的 99%）能效更高，效率提高 4%。

（4）静音低噪，精确控温，提高人体舒适感。

（5）超强兼容性。EK 任意从模块均可换成主模块使用，主模块的损失不会影响其他模块的运行。

VK V客暖通网
www.vkhvacr.com

VK

V客暖通网
www.vkhvacr.com

V客暖通网

360度呈现中国暖通行业全景

独家深度
专业迅速

EXCLUSIVE DEPTH
PROFESSIONAL QUICKLY

V客暖通网官方微信

中央空调市场官方微信

TOSHIBA

创造舒适的
室内空间

灵动

全直流变频
中央空调

灵动系列全直流变频中央空调

超薄机身，让安装更灵活
占地面积小，空间利用率更高

品种繁多的室内机选择

800-988-0208 400-888-0208 www.toshiba-airconditioning.com.cn 东芝空调

国际标准刊号：ISSN 1671-0797 国内统一刊号：CN 32-1628/TM 邮发代号：28-285 国内定价：18元/期