

目录

一、市场动态

1. 低碳时代的中国能源战略大转型
2. 中央空调集体涨价
3. 北京拟建零下 80℃ 冷冻血库
4. 新兴行业发展规划下的制冷商机
5. 2010 新能源结构开拓新市场赢得新机遇
6. 2010 空调市场走向：看似很“莫测”
7. 铜价 2010 年预计大跌 67%
8. 国内最大地源热泵+冰蓄能空调系统竣工

怀婵娟 (投资者关系管理代表)

emily_huai@hanbell.cn

ir@hanbell.cn

021-51365368

二、行业情况

1. 空压机行业代理商发展瓶颈与思路
2. 压缩机行业 2010 年出口形势展望
3. 国内空压机行业可持续发展分析
4. 污水源成可再生市场又一亮点
5. 我国冷链物流下游产业现状及存在的问题

三、行业资讯

1. 三洋制冷一年开发十六项节能环保新品
2. 美的方洪波：继续加大变频空调投入
3. 申菱空调进驻南昌昌北机场新航站楼
4. 美的公布变频离心热泵技术

5. 海尔组建全球首条无氟变频空调低碳产业链
6. 盾安（DUNAN）中央空调受京东方青睐
7. 2009 年扬子空调业绩逆势上涨 30%
8. 台佳：好品质赢大订单
9. 同方超低温空气源热泵机组在北方严寒中表现优秀
10. 志高空调连续两年荣获“中国设计师最信赖十大暖通空调民族品牌”
11. 美的空调：中标万科集团集中采购项目

四、关于汉钟

1. 汉钟精机：投资者可逢低适当关注
2. 汉钟精机：空头陷阱后强劲绝地反击
3. 汉钟精机具有潜在的送转股能力
4. 节后最具爆发力 6 牛股
5. 东方证券：机械行业 09 年报前瞻及 2010 年投资策略
6. 汉钟精机：东方证券买入评级 目标价 26.48 元
7. 汉钟精机成功进入地源热泵领域
8. 汉钟精机：国内最具专业竞争优势的螺杆压缩机制造商

一、 市场动态

1. 低碳时代的中国能源战略大转型

能源结构向多元化和均衡的方向发展，既是能源战略转型的核心问题，更是国民经济宏观战略朝向可持续发展方向的理性选择。显然，我国已具备依托海陆气体能源的独立供给，

上海世博会世博轴“阳光谷”。上海世博园集成了大跨度索膜结构、“阳光谷”自然采光、雨水收集与回用、江水源和地源热泵调控室温以及冰蓄冷空调、光伏发电与建筑一体化、透水地面、垃圾气力输送、半导体照明、垂直生态绿化幕墙、节能电梯等一大批创新科技。

神华集团投资建设的内蒙古锡林郭勒盟灰腾梁风电场一景。

能源的转型是国家经济转型的关键环节，也是社会进步的重要标志。实现低碳化的、有序的能源结构是中国能源战略定位的根本。

我国的能源效率低、污染严重，在某种程度上并非由于技术力量不足，而是由于体制不合理和市场机制不完善所造成的。技术创新支持产业发展的制度性轨道缺失，使得大量高效清洁的能源技术得不到普遍采用。

能源既是“工业的粮食”甚或“现代工业的血液”，但却持续释放着巨大的外部性影响。能源对环境造成的巨大影响，远甚于其他产业。在我国，煤炭工业、石油、火电等传统能源的开发和利用，已承载中国经济腾飞的奇迹近 30 年，但也极大程度地影响了我们赖以生存的自然生态家园。

因此，能源结构向多元化和均衡的方向发展，既是能源战略转型的核心问题，更是国民经济宏观战略朝向可持续发展方向的理性选择。2009 年 12 月召开的中央经济工作会议，明确将“调整经济结构”列入 2010 年六大任务之一。

“以煤为主”的中国能源结构

资源赋存的特征从根本上决定了我国长期以来保持“以煤为主”的能源消费结构特征。

与 1952 年相比，2008 年，我国的一次能源消费总量中，煤炭比重从 95% 下降到 68.7%，石油消费由 3.37% 提高到 18%，天然气消费由 0.2% 提高到 3.8%，水电、核电和风电在能源消费结构中的比重则由 1.61% 提高到 9.5%。

能源生产结构也基本相同。其中，传统能源占取绝对比例，尤其是煤炭的生产量自 2002 年以来的 8 年间，在能源生产结构中的占比一直保持在 76% 左右；其次是石油，我国原油生产在能源生产结构中基本是 12% 左右的水平。而在二次能源中，无论消费结构还是生产结构，基本以燃煤为主的火力发电为主导能源。

总体上，我国的能源生产及消费呈现出“富煤、缺油、少气”，以及“新型能源短缺”的

结构特征。显然，这种以低热值的化石燃料为主的能源结构，负外部性对环境影响较为重大。

中国能源多元化的发展趋势

我国能源多元化的趋势目前主要表现为三种情形：

基础能源体系形成多元发展态势

通过促进天然气、煤层气等清洁气体能源的跨越式发展，促进能源体系由“以煤为基础”的结构特征向“煤油气并重”转化。这是“十一五”期间中国能源体系改造的重要方向，也是我国实现基础能源体系多元化战略的必然选择。

我国开启“气体能源”时代具有良好的资源基础。目前，我国已探明天然气储量为 2.6 万亿立方米，预计可采储量为 7-10 亿立方米。同时，我国的煤层气资源丰富，是质优价廉煤层气最富资源的储备国。最新的资源勘查结果显示：我国埋深在 2000 米以浅的煤层气地质资源总量为 36 万亿立方米，其中可采储量达 10 万亿立方米，居世界第三位。

显然，我国已具备依托海陆气体能源的独立供给，力促气体能源跨越式发展已具有充备的资源基础和转型条件。

能源结构层次呈现低碳多元格局

建国 60 多年来，随着国民经济和社会的发展，尤其在技术进步的推动下，我国的一次能源消费结构稳健地实现了从“以煤为主”向“煤油气并重”的转变，同时新能源、可再生能源的比例亦有较大幅度提升。

对比 1952 年的能源结构，截至 2008 年，我国的一次能源消费总量中，煤炭比重从 95% 下降到 68.7%，石油和天然气消费占比为 21.8%，水电、核电和风电等清洁及可再生能源的比重已接近 10%。

尽管未来的能源形势仍存在种种不确定性，但我国的能源消费结构正在趋向全面多元化。

日前，国家有关部门正在研究制定新的“能源发展十二五规划”。据了解，拟议中的《新能源产业规划》，要求在“十二五”规划期内，将新能源占能源消费总量比重从目前水平提高到 12%-13% 左右，到 2020 年新能源在能源结构中的比例将达到 15%。将对风能发电、太阳能发电和核能发电的装机目标进行大幅度调整，这将对新能源行业产生巨大的推动作用。

在已初步实现产业化的新能源及可再生能源中，太阳能和光伏能源的发展极为重要。我国现已成为太阳能电池的生产大国，截至 2008 年底中国太阳能电池产量达 1000MW，居世界首位。2009 年太阳能电池产量已达 2800MW，并且发展和利用空间仍巨大。此外，核电的振兴也成为新时期能源多元化发展的重点之一。

能源的开发形成区域多元化战略

近年来，在我国的能源开发中，不仅形成国内开发的布局多元化格局，在国际能源发展中，也逐渐形成了投资开发战略布局的多元化态势。能源开发中的多元化，正在从由国内开发向国内外并举开发模式加速转变。

中国“油气资源短缺而相对富煤”的资源赋存现状，从根本上决定了中国石油业发展由过去“依赖国内开发，依靠国外进口”的模式必须打破，特别是在石油资源越来越严重影响国家安全的今天，中国的石油行业出现了历史性的改变：“由国内开发向国内外开发并举模式加速转变”。

随着国际战略空间的不断扩大，我国已积极参与到国际能源资源市场的“集体大合唱”中。目前，我国的能源国际合作领域已从最初的以石油和天然气为主，逐步扩展到天然铀、煤炭、电力、风能、生物燃料、能源科技装备等多个方面；截至目前，中国已与 36 个国家建立了双边能源合作机制。

此外，近年来，通过独资、合资、股权参与、并购等灵活的方式，中国的能源企业在海外能源资源的勘探、开发和利用方面开展了富有成效的合作。

<http://www.ttb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=15620>

Top ↑

2. 中央空调集体涨价

去年降价 10% 的国产中央空调产品今年很难再下跌了。笔者日前从美的、志高等国产空调企业获悉，由于今年原材料价格飞涨，正在给企业制造越来越大的涨价压力。

中央空调成本上涨

美的中央空调国内营销公司总经理魏小辉表示，他现在每天都看铜材价格，“去年铜材价格控制在 4 万元/吨的水平上，但今年这一数据是 6 万元/吨，铜材每上涨 1 万元/吨，就将增加中央空调 4%~5% 的成本，也就是说成本目前已经上涨了 10%，涨价是大势所趋”。

魏小辉指出，虽然现在还能通过调整产品结构等方式去消化这一成本压力，但他预计今年六七月，中央空调产品将出现价格普涨的局面。

志高中央空调相关负责人表示，虽然目前中央空调价格平稳，但如果原材料价格继续上涨，志高将“根据市场情况适当上调销售价格”。他判断，原材料价格上涨速度较快，价格总趋势是要涨的。

能效标准或会提高

除了原材料价格上涨带来的成本压力外，中央空调领域还需要解决能效门槛提高等问题。

据了解，目前，中央空调产能的能效标准每一年都会提高，今年和明年的门槛值都已经

制定出来了，不过，2011年之后，中央空调的能效标准是否要再度提高？美的中央空调国内营销公司市场部部长黄国强透露：“目前正在调研中。”

中国电子商会副秘书长陆刃波认为，每一次能效标准的提高都意味着对企业使用原材料的要求更加苛刻，为达到新的能效标准，企业将提高生产成本，“也必然会淘汰一些行业内的小企业”。

<http://www.ttb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=15616>

Top ↑

3. 北京拟建零下 80℃ 冷冻血库

北京市血液中心正在筹划建立一个零下 80℃ 的冷冻血库，可储备上万袋血液。该中心主任刘江昨天表示，这一措施将能破解本市无偿献血淡季的难题。

刘江介绍，市血液中心去年采血量为 100.6 吨，是全国首个突破百吨的采供血单位，其中 96.5% 来源于街头流动采血点，“每当遭遇降温、降雪等异常天气时，”刘江说，“旅游、外出的人少了，街头采血点就会出现采血困难。”这种采血淡季一般出现在冬季最冷的时候和夏季最热的时候，每年到这些时候都会给医院临床用血带来很大压力。

为了解决无偿献血淡季问题，市血液中心计划建立一个冷冻血库，购置数个直径 1.2 米的液氮超低温冷冻罐，将采血旺季时采集的血液进行零下 80℃ 的冷冻保存，可保存 10 年不变质。目前市血液中心库存血液保质期是 30 天。

刘江透露，北京市还将为解决无偿献血淡季问题出台一项措施，《北京市流动采血点设置规划》正在制定当中。按照标准，每个街头采血点每天采血量应该在 100 袋以上，达不到标准的采血点将有可能被取消。该规划将上报市卫生局和市政府批准后实施。

<http://www.ttb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=15613>

Top ↑

4. 新兴行业发展规划下的制冷商机

继四万亿投资计划、十大产业振兴规划、调整结构淘汰落后产能后，中国又在酝酿推出新一轮的经济振兴计划，主要针对新能源、生物医药、新材料等新兴产业。国家发改委相关官员近日表示，“新兴产业发展规划出台后，对中国经济发展和结构调整起到的作用，将会超过四万亿刺激计划。”目前，国家发改委正在加紧起草该规划，最快将在年底前或明年年初出台。

需要重点指出的是，新兴产业发展规划的实施，意味着中国宏观调控政策的再次转向。在投资领域，2009 年唱主角的基础设施、民生工程项目将会转向新兴产业项目。

制冷行业又一次黄金机遇？

制冷行业在上一轮 4 万亿经济刺激计划中获益匪浅，房地产的强势复苏拉动了以中央空调为首的产业链的集体反弹。在有望于 2010 年实施的新兴产业振兴计划中，制冷行业将会更多地关注新能源和生物医药两大块，新能源方面，太阳能、热泵广受关注；生物医药的发展势必带动配套冷链设施的建设。同时，明年中央还将向市场投放 4 万亿计划中的剩余的 5885 亿资金。在两大振兴计划的强势助推下，制冷行业有望迎来又一个全新的黄金机遇，届时，“复苏”很可能成为过去式，“壮大”才是明年的主题。

节能环保有望唱主角

新兴产业中新能源主要反映了当前社会对节能环保的迫切需求，类似过去那种高能耗高污染的经济模式将有望实现转型。充分利用大自然清洁能源的太阳能和热泵行业很可能将得到公众更大范围和程度的认可，而冷链产业也将更加注重设备的节能性能，同时类似 R22 这样严重破坏臭氧层的工质也将加速被更加环保的混合工质乃至无氟工质所取代。

外贸萎缩、内需不振，是本次经济危机期间国内经济客观存在的问题，在国家一系列重磅经济刺激计划的强力助推下，这两大问题已经得到了一定程度的改善。而在新一轮新产业振兴计划的推动下，制冷行业能否从“复苏”转为“壮大”，还有待时间的考验。

<http://www.ttb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=15591>

Top ↑

5. 2010 新能源结构开拓新市场赢得新机遇

作为占世界人口五分之一的发展中大国，我国市场容量大，消费需求多样，因此稳住外需、着力开拓内需市场，将是国内各产业和企业今后努力的方向。在国内众多行业中，家电行业和纺织行业都面临着重新调整市场预期以及内需不断增长的情况。由此，本期推出“点击 2010 年工业经济‘调结构’关键词——开拓市场”，敬请关注。

2009 年，国际金融危机导致国际市场需求大幅萎缩，国内各行业都根据自身实际，积极调整产业结构，转变发展方式，开拓国内市场。作为占世界人口五分之一的发展中大国，我国市场容量大，消费需求多样。稳住外需、着力开拓内需市场，将是国内各产业和企业今后努力的方向。

比如，和百姓生活息息相关的家电行业，由于受国际金融危机影响，很多外资家电企业都采取了收缩的策略，并重新调整市场预期。这就给国内家电企业让出了市场空间。与此同时，国家先后出台了“家电下乡”、家电“以旧换新”、节能产品惠民工程等一系列帮扶政策，很大程度上激活了家电市场的潜在需求，为行业走出运行低谷增添了动力。据统计，截至 2009

年12月底，“家电下乡”共销售产品3767.98万多台，销售额累计达692.57亿多元；“以旧换新”共回收旧家电410.7万台，销售新家电364.9万台，销售额142.8亿元。

同样，纺织行业也呈现内需市场持续增长的态势。据统计，2009年前11个月，全国大型商场服装零售量同比增长7.33%，零售额同比增长15.51%。国家统计局数据显示，2009年全年全国限额以上服装鞋帽、针纺织品零售总额达4622亿元，同比增长18.8%，其中10月、11月、12月单月增速分别为22.4%、24.7%、21.8%。

回顾不平凡的2009年，国内不少企业眼睛向内，积极转变思路，逐步提高国内市场占有率，取得了明显收效。2009年，山推工程机械股份有限公司的主导产品推土机预计销售4900台，国内市场占有率达60%；山推道路机械销售1300台，同比增长124%。此外，山推还积极涉足工程机械零部件、建筑机械、桩工机械、工业车辆及挖掘机等相关产业，努力克服国际金融危机带来的不利影响，其2009年营业收入完成70亿元，同比增长6.38%。“山推将紧紧抓住国家拉动内需的机遇，大力开拓国内市场，坚持创新发展，积极开发新产品。”山推工程机械股份有限公司董事长张秀文表示，“2010年，我们的销售目标是120亿元。”

据了解，美菱电器早在2008年初就制订了布局农村、深耕三四级市场的战略，并结合农村市场的消费结构制订了新的产品规划，这些举措让美菱取得了丰硕的成果。据统计，2009年全年，美菱电器实现净利润约2.5亿元，增长约873.56%。上海电气风电公司积极开发新能源领域，该公司自主研发的3.6MW海上风机，光一个机头就有140多吨重，单个叶片有50多米长。上海电气风电公司董事长祁新平表示，海上风机是风机行业今后的发展方向，公司将提升自主研发能力，加快产品升级的步伐，以确保在国内海上风机市场上抢得先机。

众所周知，企业要想在市场中拥有强大的竞争力，首先要有一个明确的市场定位，要根据自身产品的实际进行市场细分，密切跟踪国内外市场形势变化，努力开发适销对路产品，提高对市场需求的快速反应能力，使产品开发、品牌培育与市场变化紧密结合。其次，企业要在开发新产品、提出新理念方面下功夫。面对复杂的市场竞争，企业要想打开销售新空间，就应积极探索新的市场以满足各层次消费者的需求，在摸索中前进，在前进中摸索。开拓国内市场，是国内企业未来发展的方向，但并不是说就要放弃国外市场。当前，对于许多对外依存度较高的企业来说，出口仍是决定增长的最主要因素，这些企业也不可能在短时间内转到内销上。因此，企业的发展应努力做到“内外兼修”，两条腿走路，调整好国内外市场的比例，提高产品覆盖的宽度和广度。只有这样，企业才能在各种冲击中可进可退，谋求转变，在激烈的市场竞争中立于不败之地。

<http://www.ttb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=15584>

Top ↑

6. 2010 空调市场走向：看似很“莫测”

通过分析格力、美的、海尔、格兰仕等空调企业将要重点推广的新品和销售策略以及国家的宏观政策，可以归纳出 2010 空调冷冻年度的两个主要特征，那就是节能和低价……

中国制冷网面对 2010 年的市场，多数人还多少有些迷茫，就像近期股市的暴跌暴涨一样，人们不知道怎样应对变幻莫测的市场。从各种渠道传来的消息也很多，2010 年氟利昂禁用、空调能效标准提高等等，但依然有很多不确定的因素引人猜测，各商家开始揣测 2010 年空调天下将是谁的天下？市场侧重点又是什么？变频能否成为主流？

空调市场呈现两大特征：节能和低价

通过分析格力、美的、海尔、格兰仕等空调企业将要重点推广的新品和销售策略以及国家的宏观政策，可以归纳出 2010 空调冷冻年度的两个主要特征，那就是节能和低价。

2009 年 6 月 1 日，国家启动了节能产品惠民工程，通过财政补贴的方式推广 1、2 级能效的高效节能空调，让不少消费者能用购买 4、5 级低能效空调的价格购买到高效节能空调。政策出台后，得到了众多主流空调企业的积极响应，表示不再生产高能耗产品，加上媒体铺天盖地的宣传，越来越多的消费者认同了高能效的空调。随着库存的高能耗空调通过低价促销差不多清理完，可以预见到 2010 年高效节能空调将成为主流。从目前厂家已销售出去的产品构成看，新的冷冻年度，定速高效节能空调会继续引导市场，但变频空调的市场份额也会继续增加。

此外，价格战仍将在 2010 冷冻年度频繁出现。业内专家认为，由于国民的消费习惯短时间内不会有较大的转变，并且经济复苏尚待时日，空调企业抢占市场份额的有效手段仍然是低价促销。美的觊觎格力的空调老大地位早已不是业界的秘密，而其惯用的手段就是抢先发动价格战。格兰仕为了抢滩第一军团，强势推出超低价二级能效空调必将再次引爆市场上的空调价格体系。2010 冷冻年度空调价格战一触即发。

变频能否成为主流

2009 年虽然是在金融危机重重压力的经济环境下，但是节能环保的意识却是增无减。很多国家政府都把节能环保作为经济转型的切入点。对于空调行业来说，一些企业把加快推广变频空调看成是企业转型的契机和增长点，并作为企业发展战略来实施。

2010 年看好变频的企业越来越多，包括龙头企业格力也与全球变频龙头日本大金联姻，从核心技术入手进入变频领域。当然，很多企业寄希望于政府在政策上给予变频扶持，从而形成类似日本那样变频占据市场绝对主流的局面。

近日国家把变频空调列入家电下乡名单，显示了政策大门已在为变频打开，为变频早日

成为主流铺设道路。美的此前将预期的变频空调国内销售，由 200 万台提高到 300 万台就是很好的证明。2010 年变频产品的比例能否进一步扩大，值得业内的进一步关注。

谁能成为 2010 年黑马

空调行业是一个黑马频出的行业。美的、格力、海尔已经是业内公认的白马，美的、格力的规模和品质已经无人撼动，海尔的品牌与影响力为行业公认，海信科龙的变频与高效能一直领先行业，而曾经的黑马奥克斯、志高已经经过多年的市场洗礼，由黑转白，进入到白马阵营。奥克斯已经摆脱纯粹的市场操作，转型系统发力整合营销。

于是，很多人开始揣测 2010 年的黑马会不会从二线空调里一跃而出，对此，我们只能拭目以待

<http://www.ttb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=15582>

Top ↑

7. 铜价 2010 年预计大跌 67%

铜价在去年大升逾一倍后，分析员表示，今年将会大跌，原因是炒家陆续结清了持有的长仓，和全球的铜库存量正不断增加。

美国金属交易兼顾问公司 Resolved 的总裁 David Threlkeld 警告，铜价将临灾难性的大跌，价格可能会跌低于每磅 1 美元以下，相等于每吨 2205 美元，即较当前的价格大跌 67%，主要是受到中国和美国加息，打击全球经济的影响。三个月期铜价格去年在伦敦金属交易所大升了 140%，主要是受到中国政府动用数十亿美元刺激经济的推动。铜价在昨日一度企稳于每吨 6750 美元。中国是全球最大的铜进口国，在去年进口了 320 万吨铜，打破历来纪录，并比对上一年大幅增加了 119%。David Threlkeld 是在 1991 年公开指出住友商事株式会社 (Sumitomo Corp.) 前交易员 Yasuo Hamanaka 在囤积铜的首位交易员。

Threlkeld 指出，目前在中国共有 300 万吨未有申报的铜库存，长城期货的首席经济分析师表示，300 万吨这个数目未免太多，占去了中国去年所有使用量，即 500 万吨的一半。

Threlkeld 又指出，当前的形势有点特别，一方面，铜的余额与产量愈来愈多，但另一方面，铜的消耗量却不断下跌。根据世界金属统计协会的数字显示，去年首十一个月内，铜供过于求的数量达 19.1 万吨，而由伦敦金属交易所所监管的铜存货量在去年急升了 48%，在周一更高企于 543525 吨的一年新高。

不过，Western Mining 期货部的分析员认为，铜的价格并非单靠库存多少来决定，虽然去年铜价大升的确有点与基本因素不符，但相信今年铜的价格将会回复正常，跌至 1 美元一磅的机会看来很低。

铜主要用在铜管和电线上，其价格升跌足以影响其他种类的金属，而铜价大跌亦会令矿务公司，包括 Freeport - McMoRan Copper & Gold Inc 等盈利受损，并会拖累其他商品价格下跌。

除了铜价外，油价亦可能会显着回吐。澳洲国民银行技术分析师 Gordon Manning 表示，虽然市场充斥着刺激油价上升的因素，但是他不相信油价的升势可以持续，油价未来虽然有可能回升至每桶 78 至 79 美元，但是，这个反弹将不会历时太长。

原油期货价格在一月份大跌了 8.2%，创下自从 2008 年 12 月以来最大的跌幅，原因是市场忧虑全球能源的需求将会放慢。纽约期油昨日在电子交易时段一度微升 33 美分，报每桶 74.76 美元。

<http://www.ttb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=15547>

Top ↑

8. 国内最大地源热泵+冰蓄能空调系统竣工

用“地源热泵+冰蓄能”技术建设的用友软件园 18.5 万平方米中央空调系统工程日前在北京海淀区竣工，该系统建设规模之大、综合性之强，技术措施之先进在国内尚属首例。由华清地热开发有限责任公司设计的这套“地源……

用“地源热泵+冰蓄能”技术建设的用友软件园 18.5 万平方米中央空调系统工程日前在北京海淀区竣工，该系统建设规模之大、综合性之强，技术措施之先进在国内尚属首例。

由华清地热开发有限责任公司设计的这套“地源热泵+冰蓄能”系统是集热泵技术、变频技术、夏季蓄冰、冬季蓄热技术和地下土壤的换热技术为一体的复合式能源系统。此系统使用清洁的电能和地下免费的可再生能源，既为系统提供了稳定的冷热源，又解决了燃煤的污染问题和燃油、燃气的高能耗问题。

2006 年 6 月，北京市发展和改革委员会等九市委办局下发了《关于发展热泵系统的指导意见》，明确提出“充分利用地热资源是‘大力发展循环经济，建设节约型城市’的需要”。

据初步测算，若该项能源技术得以充分利用，可为北京 2000 万平方米以上的住宅供暖和 1000 万平方米以上的公共建筑制冷，且每年可至少替代 80000 余吨煤、减少一氧化碳排放 1800 余吨、碳氢化合物 36 吨、氮氧化物 300 吨、二氧化硫 1350 吨，粉尘 800 余吨，环保效益显著。

专家认为，用友软件园“地源热泵+冰蓄能”空调系统的建成，无疑会对北京市及全国其他城市今后的地热利用起到示范和推动作用。

<http://www.ttb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=15512>

Top ↑

二、 行业情况

1. 空压机行业代理商发展瓶颈与思路

“店大欺客，客大欺店”这句话用来描述生产厂家与零售商之间的矛盾本没有错，但恰恰就在这“店”（经销商）和“客”（生产企业）互相推挤的夹缝中，最为尴尬的其实是为数众多的各级经销商。一方面是生产企业在力推被过滤的广告渠道扁平化绕开经销商，一方面是大中型中间商的快速崛起，这必然使经销商倍感英雄无用武之地……

短暂的十年辉煌史

在将近 15 年中，真正属于那些在市场中成长起来的经销商的好日子，屈指算来不过十年光景。在上世纪 80 年代到 90 年代的好日子里，他们垄断了绝大部分空压机产品的销售权，而且那个时候的主要市场特征是供不应求，普通消费者根本没有太多的选择余地。一部分头脑灵活，开始参加设备流通的人们渐渐成为销售体系中的一员，成为初步的经销商。

90 年代初到 20 世纪末的这十年，是真正属于经销商的黄金年代。经济体制改革后留下了大量空白商业地带，让许多先知先觉者如鱼得水。产品极大丰富而企业营销乏力，生产企业最需要的就是这些有资金、有网络、有关系的经销商。几乎不用出门，经销商每天都可以接待数拨来自各地企业的销售代表，而且可以讨价还价乃至挑三拣四。此时，绝大部分企业尚无力建设属于自己的庞大的分销体系，只能对经销商恩宠有加，经销商也习惯了向企业要政策、要人员、要促销支持，而且以能否及时回款作为要价条件。然而，激烈的市场竞争让企业不得不开始向渠道要利润。历经产品战、技术战后，残酷的价格战严重削弱了企业的盈利能力，经销商不仅要忍受利润巨降之苦，还要拱手让出自己的部分地盘，以满足企业扁平化管理要求和日益长大的销售网点的胃口。同时，就仿佛在一夜之间，外资企业进来了，国内的经销商也如同雨后春笋般冒出来了，经销商在市场上呼风唤雨的日子一去不复返。

几大问题困扰中国经销商

2008 年经销商群体已经感觉到面前的生存空间骤然变小，市场游戏规则完全变了。虽然从 2005 年起，经销商群体集体踏上了艰难的转型之旅，但我们依然看到，由于受中国特殊的环境和格局影响，加上经销商自身发展历程较短，无论是生存还是发展，仍需解决大量实际问题。在这些问题中，无论是环境造成的，还是经销商自己身上的痼疾，无一不是成长路上的拦路虎。经销商要想完成这一巨变，非正面解决这些问题不可。

问题一，厂家不成熟。

处于产业链条最上端的厂家，拥有最大话语权，必须保证战略方向正确、产品质量过硬、营销执行力强，这是让经销商保持信心的根本。但现实情况是许多厂家同样在上述问题上表现不过关，打一枪换一个地方、投机心态浓厚仍是最常见的问题，这往往让经销商一荣俱荣，一损俱损。

问题二，营销政策陷阱多。

为了吸引经销商，有些厂家往往在营销政策和合同条款上设下陷阱，或是承诺返利，或是承诺退货，或是承诺广告支持，却都暗含玄机，以完成不可能实现之目标为前提，让缺乏火眼金睛的经销商进退维谷。

问题三，行业利润低。

电视机、空调、冰箱、微波炉、日化业、饮料业，中国几乎所有的行业都已经或正在发动价格战。不正常的价格战除了企业难以为继外，也让该行业的经销商沦为刀俎，丧失正常利润来源的经销商完全成了“搬运工”，无法完成自身的业务拓展和素质提升。国家宏观调控的变化，钢铁、电力等基础设施建设的逐步放缓都会让竞争日加激烈。

问题四，监管不透明。

中国各区域经济水平相差巨大，一些地方政府部门实施行业监管时水平较低，简单粗暴，甚或夹杂灰色权钱交易，而无法做到在执法时一碗水端平，让经销商大受其害。尤其是在食品、医药保健品等领域被过分放大的广告，问题更为明显。

问题五，品牌意识差。

不少经销商仍是传统思路，重视营销网络控制能力，重视与行业的人脉关系，却忘了营建一个属于自己的服务性品牌。其实，厂家一般最看重的除了有形的网络外，更重要的是看经销商的诚信口碑、推广能力等“软件”，因此，应该重视自身品牌的重要价值。

问题六，服务不重视。

经销商同样要面对下一级经销商和中间商，却常常忘了这方面的服务。设备共计、技术支持、运作管理、人员培训等工作都是下一级经销商最缺的，如果经销商不重视服务支持，渠道是缺乏凝聚力的。

问题七，管理较落后。

不少经销商的公司仍是“三四个人，五六杆枪”，没有明确的职责分工，没有有效的绩效管理，不喜欢做计划做方案，而是凭感觉做市场，一年做下来到时年底算总帐才知道是亏是赚。这样的企业，无法想象其如何能适应今天竞争激烈的市场。

问题八，人才最缺乏。

经销商企业有的是缺应用型人才，如负责促销的，负责广告的，负责展台的，负责咨询的，但更多的是缺乏复合型人才，那些既懂战术、又懂战略，既能配合企业，又能解决消费者问题的人才。因而，企业总是无法完成授权与分权，无法将企业真正做大。

问题九，盲目扩张热。

有的经销商不愿忍受利润奇低之苦，开始招兵买马，自己扩大销售和经营，这本无可厚非，但却一定要量力而行。很多经销商经历过盲目扩大之后，才知道带来的沉重经济及管理压力，这种做事不专业的苦果恐怕只有深受其苦的经销商自己才知道。

新经销商：未来十年的主流力量

我们有理由相信，由于中国经济正处于高速发展和转型期，企业的经销商群体在中国市场仍有巨大的生存空间。但是，如果经销商群体不能与时俱进、求新求变，其生存将会更加艰难。事实上，几乎在一些老经销商衰落的同时，各地市场上已经涌现一批新经销商势力，迅速地完成了与生产企业和零售渠道的对接，成为当地市场上不容忽视的黑马。

真正的变化或许就是一字之差：要从“经销商”变成“经营者”。这些新经销商往往并不在传统渠道和终端网络上占有多大优势，甚至在至关重要的地政关系上也未必最强，但他们大多有在营销型企业的历练，有操作区域市场的经验，有强烈的品牌意识，有换位思考的合作心态，有对当地市场消费心态的敏锐洞察，而且，他们都将自己的团队视为真正的“企业”进行规范化经营。

当这样的新势力崛起时，任何企业都必须给予足够的重视。这样的新经销商往往将最终成为当地市场的门户型企业，他们的产品选择和营销推广往往能够深刻影响当地市场。一轮新的市场搏奕正在开始，未来十年的市场格局或许由此而变。

目前，不容忽视的是，空压机行业已经从原来的十几家到现在 400 多家，竞争日益激烈——如何在这样的竞争中脱颖而出，长期保持高速的增长率是一个需要长期探讨的问题。

<http://www.compressoronline.cn/Article/ShowArticle.asp?ArticleID=1600> Top ↑

2. 压缩机行业 2010 年出口形势展望

时值年初，压缩机行业各企业盘点了过去一年的出口产销情况后，纷纷将希望寄予了 2010 年的国际市场。回顾 2009 年压缩机行业出口情况，各出口型企业形势不容乐观，尤其是 2009 年上半年，各企业面临着市场需求下降与国际贸易摩擦的压力，出口受阻，出口增幅放缓。2009 年年末，出口形势有所回暖，但是压缩机出口市场与过去的几年相比而言，仍旧存在着较大差距。2010 年压缩机行业出口形势又将如何？从目前的态势来看，2010 年压缩机出口市

场还是较为乐观的，但国际形势的变化仍旧给 2010 年的压缩机出口市场带来了很多变数。

经济复苏是出口恢复增长基础性因素

从世界总体经济大环境来分析，在各国政府干预和大规模刺激政策支持下，世界经济逐步走向缓慢复苏。国际货币基金组织在报告中提到 2010 年发达经济体将呈现疲弱扩张态势，全年 GDP 增长约 1.3%。2010 年新兴经济体 GDP 增长预计将达到 5% 左右。中国、印度以及其它亚洲新兴经济体成为此轮世界经济复苏的主要动力。

主要贸易伙伴经济逐步复苏是支持我国 2010 年出口恢复增长的重要因素，但由于阻碍及诸多风险仍然存在，世界经济复苏态势尚不稳固，复苏过程将较为漫长，由此，我国出口恢复速度和程度也将受到影响。在经济整体受到影响的情况下，压缩机行业也会因此而受到震荡，因此，总体贸易和经济复苏是行业出口恢复增长基础性因素。

2010 年压缩机行业出口面临的问题

贸易保护主义抬头成为影响出口复苏重要因素。针对 2009 年年末国内经济出现复苏，各压缩机企业在出口方面销量有所增加，许多业内专家分析 2010 年压缩机行业出口情况将会出现回暖。但是由于当前各国就业压力增大、经济下滑、内需减少、市场竞争更加激烈形势下，贸易保护主义势头加剧，提高关税、滥用救济措施等各种贸易摩擦急剧增多。因此，2010 年，行业面临着空前的国际贸易保护主义重压。近年来，随着中国经济的发展，国内压缩机行业也得到了较快发展，产品技术提高飞快，在一些技术领域，国产压缩机达到了世界先进水平，因此，国内压缩机出口贸易加大，许多压缩机企业纷纷将视线转向了国外市场，促使国外市场竞争越来越激烈，2010 年的贸易摩擦有可能进一步激化。2009 年，欧盟委员会发布公告称，对原产于中国空气压缩机的反倾销措施即将于 2010 年 3 月 21 日到期，在这一反倾销案还没有落幕的时候，2009 年 9 月，阿根廷生产部发布第 297/2009 号决议，对原产于中国的螺杆压缩机进行反倾销调查，涉案产品海关编码为 84148032 和 84143099。如果说之前几年贸易保护主义压力还不是太大的话，那么从现在起的相当长一段时间内，世界贸易保护主义压力将有增无减，且对我国出口的抑制作用将逐步表现出括大化趋势。

人民币升值、成本上涨影响出口利润。人民币升值给压缩机企业造成了新的利润损失，而本来原材料价格上涨、管理成本提高等因素已经压缩了企业的利润空间。在这种新形势下，不少出口型压缩机企业纷纷寻求生存的出路，提价的同时进行压价，做外贸的同时也做起了内销，以此来应对汇率变动带来的压力。2009 年，根据出口小型压缩机的浙江鑫磊机电股份有限公司外贸经理分析，在造成出口困难的因素中，成本上涨占到 75%，人民币对美元的汇率因素占 25%。2009 年以来，整个生产成本比 2008 年同期上涨了 20%，其中原材料成本平均

上涨了 13%，因劳动力和汇率变化的成本上涨占 6%~7%。而这 20% 的上涨成本不可能都转嫁到国外客商身上，出口价格只能是涨 10%，客户还勉强接受，涨多了客户就流失了。无奈之下，自己只得消化 10%，导致目前本来利润率就很低的小型空压机企业的利润更加微薄。

2010 年压缩机行业出口形势分析

目前，外部需求迅速萎缩，个别国家贸易保护主义抬头。全球性产能过剩矛盾突出，我国压缩机出口企业普遍出现了利润降低、订单减少等现象。但是，一些具有自主知识产权、自主品牌和生产调整灵活性较强的企业，反而抓住了竞争对手纷纷陷入困境的机遇，扩大了市场份额，取得了良好的出口增长业绩。因此，要应对金融危机的冲击，关键是要增强企业出口竞争力，积极开拓市场，改善出口增长方式，优化出口产品结构，加强营销服务，这才能实现压缩机企业出口的可持续发展。

压缩机企业要想在产品出口业务上保持业绩必须要提升压缩机企业在全全球生产价值链上的地位。为此，需要不断加大研发力度，发展具有自主知识产权和自主品牌的压缩机产品出口。同时，积极延伸服务价值链，发展高附加价值的服务活动，逐步建立起由中国企业掌控的全球销售网络，即开发新兴市场。在新兴市场的开拓上，行业人士的建议是稳固欧美传统市场，加大对印度、巴西以及俄罗斯“金砖”市场的开发。同时，加大新产品开发力度，优化产品结构，提高技术含量，多接触海外买家，加大“新产品、新市场、新客户”的开发。

针对目前的压缩机出口情况，行业人士分析空压机有几种优势机型出口市场需求较为旺盛，一是家用小型活塞式空压机，出口批量大、单价甚低，将继续表现为热销。目前东南沿海已形成数家年产 100 万~200 万台能力的企业（90%出口）。家用小型活塞式空压机总体上看，外观较美观、质量较稳定、售价很低，有较强的竞争力。但是，获利最甚者为中间商。目前，针对这一机型，压缩机企业需要从外观、内在结构、应用配套诸多方面继续改进。二是动力用活塞式空压机、螺杆式空压机仍有进一步扩展市场的空间，性能、价格比有优势。三是 CNG 空压机、LPG 空压机的出口将有较大幅度的提升。CNG 空压机之性能、价格比，国产机远优于欧美、日本 CNG 空压机，有较强的竞争力。需要积极引导有关企业进一步改进设计、提高质量、强化标准、规范的贯彻和服务、增加品种，更应一致对外。四是大型工艺气体用空压机随成套装置出口的台数、金额将上升。加大工艺用空压机随成套装置出口的力度，需进一步提高质量、降低成本，其创汇空间不可小视。工艺压缩机是我国空压机制造业的弱项，其随成套装置进口是必然的。因此对工艺压缩机进行研发设计，经济价值不可估量，如果能满足国内市场的需要再开拓国外市场，压缩机企业出口业绩必然得到提升。

综合分析，2010 年压缩机行业出口发展面临的环境总体向好，但也面对很多不确定不稳

定因素。我们既要看到压缩机行业出口发展的积极变化和有利条件，进一步增强发展的信心，也要充分估计形势的复杂性、严峻性和不确定性，把各方面的困难和风险考虑得更充分一些，广大压缩机企业要加强自身管理，苦练基本功，加快科技创新步伐，进一步优化进出口商品结构，努力推动外贸发展方式转变，促进对外贸易健康稳定发展。

<http://www.compressoronline.cn/Article/ShowArticle.asp?ArticleID=1568> Top ↑

3. 国内空压机行业可持续发展分析

国内空压机市场竞争趋势

目前，国内空压机处于比较严重的劣势地位，其市场竞争力较差；同时我国空压机制造业的增长方式，仍缺乏总体质量上的快速增长。因此，我们不仅应该客观分析我空压机的市场竞争形势，同时也需要积极创造条件以获取竞争优势。

我国空压机的市场竞争主要体现在高档产品市场和中低档产品市场的竞争。我国空压机的高档产品主要是依靠进口或测绘仿制而获得的，许多技术诀窍尚未掌握，创新能力不强和知识产权问题制约了这些高档空压机的发展（如离心机的核心技术）。国外空压机主要依靠技术优势和技术壁垒取得对我国空压机的竞争优势，从而长期占据我国高档空压机（如大型化、高精尖等产品）的主要市场份额。此外，国外的空压机实际上也存在着激烈的相互竞争，如美国、瑞典、英国、德国、意大利、日本等国的空压机制造企业，也都在利用各自的优势互相争夺我国市场，它们之间谁也不具备垄断全部空压机市场的能力，只是在部分产品、部分技术和部分材料等方面具有不同程度的垄断特征。因此，我国空压机的市场竞争，实际上是国际市场的激烈竞争在我国空压机市场上竞争的延续。同时表明，市场竞争的焦点不是数量，而是技术、标准和产品质量的竞争。

目前来看，我国空压机制造业仍以中低档产品为主，主要依靠低价位优势参与竞争和占领市场。各企业之间普遍采用价格竞争方式和不断提升质量来赢得市场空间，企业还缺乏足够的自主创新能力形成左右市场的主导势力，即使业内强者也只是在个别品种上拥有一定主导优势，而多数产品还处于分散竞争状态。企业之间普遍采取价格竞争的原因主要有三个方面：一是随着多元化和市场化投资体制的形成，越来越多的外国资本进入到我国压缩机制造业，这导致了我国众多的低端企业无法与外资企业抗衡，形成了所谓的“低水平重复生产严重状况”，从而引起价格竞争。二是我国市场上高档产品是少数，中低档产品是多数，因而市场结构呈现中低档产品的强竞争性。所以中低档产品的竞争方式只能采取价格竞争，而高档产品才存在技术竞争。三是我国多数企业目前还不具备很强的技术创新能力，企业更多的是

依靠模仿国外技术或国内别人的技术而获得短期利益。

因此，目前国内空压机市场仍旧被国外品牌所垄断，产品的发展趋势是生产研发大型高端机组、产品质量高、环保节能等。

国内空压机行业经济形势

从当前的宏观经济形势看，经济增长下行压力仍未得到根本性缓解。虽然空压机行业经济运行比年初预计的要好，但由于内外经济环境严峻而复杂，不可预见的因素较多，还不能过早断言行业止跌回升。尽管目前经济形势开始回暖，但是2010年行业内经济形势能否彻底向好依旧未知。根据国内重点压缩机企业调查显示来看，2009年以来，沈鼓集团今年1至10月份累计完成产值722333万元，为去年同期的105.9%。透平公司累计完成产值332023万元，为去年同期的102.4%。其中：往复机产品累计完成产值36055万元，为去年同期的54.9%。开山集团仅在2009年1~2月份销售同比增幅高达33.6%。

预计2010年，在世界经济和贸易出现急剧下滑、各国就业压力增大、市场竞争更加激烈的形势下，贸易保护主义势头加剧，各种贸易摩擦急剧增多，因此行业内应该下力气、出重拳改变企业结构、产业布局、通过行业内产、学、研联合，加速开发新产品，提高工艺装备和专业化水平，形成一批具有竞争实力的骨干企业。

国内空压机行业发展形势分析

我国的压缩机行业最早有着极大的成本优势，但是随着近几年原材料价格持续上涨、人民币升值、劳动力成本增加等因素的影响，压缩机制造业已经缩小了成本优势的差距。因此，行业内一些企业为了降低成本，偷工减料，低档配置，不能确保整机质量，而售后服务质量又很差，使这些企业失去了竞争优势，这对行业的整体健康发展起到了反作用。

同时，行业内出现了一批骨干企业，抓产品质量、攻关新型产品、在售前售后服务方面加强力量，不仅提升了企业形象也提升了企业产品档次，还有一些企业积极与研究所合作，参与国家项目开发计划、工艺改进工作，通过加强对设备的定期维护和对客户的培训等来赢得更多的客户。这些企业抓住了市场机遇，加快了结构调整步伐，因此竞争力不断的增强。

目前，空压机企业数量众多、良莠不齐。可以预见，随着空压机市场的逐步成熟与规范，空压机行业将面临一次大的整合。在日益激烈的市场竞争中，规模小、产品质量无对比优势的企业将难以生存，通过兼并重组，行业中的龙头企业将会出现，并占有相当的市场份额。

综合分析，我国压缩机行业发展依然存在很多危机，一是行业发展高端产品技术来源过度依赖外方。二是原材料及能源的需求强度增长过快，供应的瓶颈约束不断强化。三是国际贸易平衡的压力加大，尤其是金融危机爆发之后，导致国际贸易萎缩，继而加剧国际市场竞

争，这迫使各国采取更为保守的贸易政策和措施，从而加剧国际贸易摩擦。现在，国家已经继续采取各种措施增加进口，减缓贸易顺差高速增长的势头。因此，进入国际市场的门槛将不断提高，继续指望靠扩大出口支撑高速增长将面临产品不断升级的巨大压力。四是关键零部件和原材料的瓶颈制约越来越强烈。关键零部件和原材料受制于人的矛盾日益尖锐，外方价格不断攀升、交货期无法满足要求。受制于人，无法掌握发展主动权。今年，我国颁布的《装备制造业调整和振兴规划》明确振兴重大装备的同时，也要发展关键零部件配套设备。这有望在今后的几年内缓解国内压缩机等重大装备关键零部件受制于人的窘境。

随着近几年国内装备制造技术水平的逐步提高，国家新修订了国内投资项目不予免税的进口商品目录，有 154 种（按税号计）石化通用机械进口不免税，这些设备国内已具备制造能力，技术水平已能满足用户要求，或市场容量较大，国内有可能在短期内形成制造能力，因此不再享受免进口关税和进口环节增值税的优惠。这次税收调整还取消了部分进口产品享受的超国民待遇，使国内生产的同类产品有一个公平竞争的环境，为国内装备制造企业进行自主创新提供了条件。但由于该目录在征求意见和酝酿的过程中历时过长，这期间国内制造企业新产品开发进展较快，目前已经有一批先进技术设备尤其是一批重大技术装备投放市场，并可以满足用户需求。因此业界认为此项税收调整政策还有进一步完善的必要，并希望增加一批不予免税的石化通用机械目录。如≤100 万吨/年乙烯装置中的裂解气压缩机、丙烯压缩机、二元制冷压缩机；大化肥设备中的二氧化碳压缩机、空压机、原料气压缩机、氨冷冻压缩机；天然气长输管线离心压缩机组；甲醇装置中的丙烯压缩机、合成气压缩机；大型空分装置中的空气压缩机、氧气压缩机、氮气压缩机；聚丙烯和聚乙烯用的迷宫压缩机；功率 48000kW~60000kW 高炉鼓风机等。

现在，国家相关政策越来越完善，不仅为压缩机行业指明了发展方向，也在危机中给压缩机行业提供了机遇，各企业应抓住机遇、与时俱进、自主创新。

<http://www.compressoronline.cn/Article/ShowArticle.asp?ArticleID=1569> Top ↑

4. 污水源成可再生市场又一亮点

目前，与煤炭、电力、天然气等能源形式在国内市场供求相对平稳对应，新能源在市场上所占比重快速提升。与此同时，我国正在着重发展重要能源基地，对有丰富的自然资源地区，加大对可再生能源的利用。

利用城市污水作为冷热源对建筑进行制热供冷可以直接减少其他短缺能源的消耗，同时还可以达到废物利用的目的，是资源再生利用、发展循环经济、建设节约型和友好环境社会

的重要措施。据统计，我国每年排放的城市污水达到 400 亿吨左右。随着城镇化进程的推进，污水排放量还在增加。

专家表示，随着国家节能减排工作的大力开展，原生污水源热泵技术应用前景十分广阔。污水热能是一种良好的低位热源，具有“冬暖夏凉”的特性。污水源热泵机组具有热量输出稳定、COP 值高、换热效果好、机组结构紧凑等优点，是实现污水资源化的有效途径。另外，相比起其他方式，原生污水源热泵有着许多明显的优势：首先，原生污水源热泵机组可以达到一机两用的效果，即冬季利用污水源热泵采暖，夏季进行制冷；既节约了制冷机组的费用，又节省了锅炉房的占地面积，同时达到了环保的要求。其次，用于生活采暖和生活水加热等需要的能源消耗，如果依靠直接电热会造成能源再浪费，采用污水源热泵供热和加温才能更有效地利用电能。使用原生污水源热泵技术供热采暖对大气及环境无任何污染，而且高效节能，属于绿色环保技术和装置，符合目前我国能源、环保的基本政策，对用户本身也在无形中起到自我宣传的作用。最后，污水源热泵系统可以有效减小各项费用。由于热泵装置不需要燃料输送费用、保管费、排渣运输费等，运行直接费用（电费）一般比燃煤锅炉少，而这是污水源热泵的主要开支；污水源热泵系统投资的回收年限约为 6 年。此外，污水源热泵系统检修周期较长，因锅炉设备与高温烟气接触，构件极易受损；而这种系统只有两个部件运动，磨损少，平时无需任何检修。管理人员与劳动强度均可减少，节省工资开支。开展城市污水热能利用技术的研究，具有重大的节能和环保意义。如北京瑞宝利热能科技有限公司的原生污水源热泵技术在山东威海广信百度城的成功应用，使该项目在建成后每年运行费用只有 112.19 万元（每平方米 18.70 元），不但为当地 6 万平方米建筑解决了供暖制冷、全年提供生活热水的问题，每年还可节省标准煤 1662 吨，减排二氧化碳 4354 吨、二氧化硫 49.86 吨、氮氧化物 6.65 吨、粉尘 33.24 吨。

目前，全国各地纷纷出台有关政策，大力推动可再生能源，尤其是污水源热泵技术的发展。污水源热泵系统目前在我国大部分省市得到了推广与应用，例如北京、天津、山西、山东、石家庄、新疆、广西等地；北京南站等还被列为国家级示范工程。

不过，污水源热泵系统要正常运行，也需要满足一些基本条件。首先，在建筑物附近应有适合的污水源（生活污水渠）；其次，应用建筑需提供符合要求的电力（220V~380V）；最后，利用地表水作为冷热源时，水温必须达到 4° C 以上。此外，具体地区还需因环境和地质不同作出具体分析。例如，重庆当地污水有着温度受气候影响小、冬暖夏凉的特性，自来水逐月平均温度与污水逐月平均温度接近，这是因为城市污水温度与自来水温度直接相关，大量的自来水经使用后直接排入污水系统，二者温度接近是合理的。因此，采用污水作为夏季制冷

的冷却水和冬季供热的冷冻水，可使空调机组的性能系数分别提高 8%和 17%左右，也使整个空调系统的能耗大大降低，具有非常明显的节能效果。

随着整个社会节约能源、环保意识的提高，污水源热泵的应用领域也在不断扩展。除了在城市公共事业（供暖制冷、生活热水）应用外，其在食品、生化、制药工业、种植养殖及农副产品加工储藏等领域也有应用。

<http://www.ttb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=15426>

Top ↑

5. 我国冷链物流下游产业现状及存在的问题

我国冷链物流还处于起步阶段，尚未形成完整独立的冷链物流体系，虽然随着经济的发展和人民生活水平、消费观念的不断提升，国内冷链物流的需求也在加大，但与发达国家相比，仍存在较大差距，从下游产业来看，除行业规范的缺乏外，传统物流观念以及冷链物流较高的成本是目前限制其发展的主要因素。

1. 果蔬产品冷链物流市场发展缓慢

从产品来讲，果蔬产品从采收、贮藏、包装、运输、销售都需要冷链物流的支持，一方面可以减少果蔬因腐坏变质而造成的损失，另一方面可以提高果蔬产品的质量水平，在国外发达国家，80%的果蔬是通过冷链物流来运输的，而中国目前则只有 5%。数据显示：中国市场上的果蔬产品每年在流通环节造成的损失占果蔬总产量的 20%~30%，而由于受到传统的常温及自然物流、商品化处理技术落后、信息化程度低、物流费用高等因素影响，果蔬产品冷链物流在今后很长一段时期内仍难以获得较快的发展。

2. 肉制品冷链物流市场规模效应难以实现

目前，国内大约 90% 的肉类基本上还是在没有冷链保证的情况下运销，除外贸出口的部分外，肉制品冷链的第三方物流发展十分滞后。冷链物流多由生产商和经销商完成，致使服务网络和信息系统不够健全；同时由于国内肉制品原有设施设备陈旧，发展和分布不均衡，无法为肉制品流通系统提供有效的低温保障，加上供应链上下游之间缺乏整体的规划和协调，均在相当程度上影响着肉制品产业的发展。目前国内肉制品零售商虽然希望提高冷链的可靠性，但由于零售点密度不足，分布范围较大，导致物流配送成本的大量提升，使肉制品冷链物流难以实现规模效应。

3. 水产品冷链物流市场起步较晚，发展尚不成熟

目前我国水产品处于冷链物流阶段（21 世纪初），是在冷藏库阶段（上世纪 80 年代）、冷藏链阶段（上世纪末）两个阶段基础上建立，建立了信息网络，维护良好资源、生态环境，

且更重视冷链物流整个体系的成本核算。

目前我国水产品市场的主要特点是腐败量减少，变质量增加，首先导致这一状况的主要原因包括限时加工再入库规定的难以实行；其次批发市场（配货中心）的交易（配送）场所没有温度控制要求，水产品出库后在没满足规定低温控制的条件下滞留时间较长，影响了产品鲜度；而水产品冷链物流配套机制的缺乏，也使得对水产品难以实现有效的监控措施。

4. 冷饮、速冻、乳制品冷链物流市场发展较为稳定

由于产品特性原因，冷饮、速冻及部分乳制品冷链物流市场保持了较为稳定的发展态势。

国内冷饮物流一般都是企业作为冷饮企业的自建部门；速冻食品企业则大部分依靠第三方冷链物流企业来帮助将产品输送到消费者手中；乳制品市场由于目前国家监管的严格以及品牌健康形象的树立，使企业无论是在自营冷链物流还是在使用第三方冷链物流方面均加大了管理的力度。

5. 连锁餐饮企业对冷链物流要求较高

连锁餐饮业对于产品保鲜的较高要求，使冷链物流在连锁餐饮行业中占有比较重要的位置。但是，中国大部分冷链物流配送供应商的专业化程度较低，服务内容缺乏竞争力，较多冷链物流配送供应商提供的服务不能满足连锁餐饮企业的需求，特别是外资连锁餐饮企业。

综合来看，冷链物流下游产业市场虽然有了一定的发展，但仍存在众多的问题，大部分农副产品没有形成冷链物流体系，导致在物流环节中的损失很高；冷链物流市场化程度很低，第三方物流发展滞后，服务网络和信息系统不够健全；冷链物流的现有设施设备陈旧，发展和分布不均衡，无法为食品流通系统地提供低温保障；冷链物流综合性人才以及供应链上下游之间的整体规划与协调的缺乏，影响了冷链物流的资源整合。那么如何解决以上问题，将成为我国冷链物流及下游客户产业下一阶段主要的思考方向。

<http://www.ttb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=15309>

Top ↑

三、行业资讯

1. 三洋制冷一年开发十六项节能环保新品

大连三洋制冷有限公司抢抓国家加大节能减排与经济结构调整力度的历史机遇，2009年一年开发环保节能新产品16项，其中获得国家级科技奖1项、市级优秀发明创新奖3项，高新技术产品占销售收入的80%以上，取得了国家高新技术企业认定，在中国制冷行业低碳经济发展新模式的起跑线上抢得先机。

去年以来，大连三洋制冷面对全球金融危机对企业造成的冲击，把握世界经济发展方向，把节能减排作为企业的重大社会责任，走节能环保为中心的技术产品创新之路，赢得了新的发展商机。一年来，这家公司先后开发了溴化锂热泵、烟气利用机组、超低品位余（废）热蒸汽机组、抗腐蚀的不锈钢机组、焦炉煤气专用直燃机组、多功能型三用机以及特殊防爆机组等一系列以能源综合利用、节能减排、再生能源为目标的新产品，在多项领域填补了国际国内空白，引领了未来中国环保空调市场发展的方向。其产品广泛应用于油田、化工、化纤、热电、钢铁、石化等国家重点节能项目，以及商场、医院、学校、机场、火车站等领域。

“领跑”来自对发展趋势的正确预判。在国家倡导节能减排之初，这家企业就认识到，低碳经济的发展模式，必将改变市场需求结构。据此，三洋制冷自主研发的国内首台直燃型吸收式热泵 DG-63GMHP 机组在天津塘沽中海油渤海港区一次调试成功，成为溴冷机产品在国内废热、余热应用领域的一大突破。该机组供热量 512 万大卡，能够满足 9 万平方米的采暖需求，机组通过回收 30℃~40℃ 地热尾水的热量，将采暖水从 50℃ 加热到 70℃~80℃，替代了过去使用蒸汽锅炉采暖的方式，节能 40% 以上，并将地热尾水温度降低到 20℃ 左右，其稳定性、节能效果获得客户的好评，更成为节能减排项目的样板工程，为油田、石化等工矿企业的节能减排改造项目提供了成功样板实例。而公司为美国霍尼韦尔位于上海亚太总部及研发中心研发的烟气利用机组，也在国内实现了零的突破。该项目中公司首次采用了烟气流动压力控制技术、变频节能技术、负荷调节技术、系统匹配控制技术等多项新技术。利用其实验室所产生的废热烟气，为建筑面积约 7000 平方米的研发中心大楼提供空调冷热源，相比其改造前使用的风冷热泵制冷机组，年节约空调运行费用达 27 万元以上。该工程属霍尼韦尔公司全球重点节能改造项目，受到美国霍尼韦尔总部、上海市政府重点关注。同时，该公司新研发的产品还有：使用未处理的焦炉煤气做热源的焦炉煤气专用直燃机组，可以制冷、采暖、卫生热水一机三用的多功能型直燃机，使用化纤厂废热酯化蒸汽机组以及为石化、有特殊防爆要求的行业和场所专门研发的特殊防爆机组等。

目前，大连三洋制冷生产的产品，已入选国家政府采购节能产品清单，同时，公司的国家级博士后科研工作站，正在从事国内领先水平的余热利用型技术研究及太阳能空调的研究开发。一批高水平的储备项目，为公司在低碳经济新发展模式下的可持续发展奠定了坚实的基础。

<http://www.ttb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=15590>

Top ↑

2. 美的方洪波：继续加大变频空调投入

“2010年将继续加大对变频空调的投入。”1月29日，美的制冷集团CEO方洪波明确表示。“三年后，洗衣机行业第一，冰箱行业第二。”方洪波接受时代周报记者采访时雄心勃勃地表示。

而在美的制冷家电集团中国营销总部副总裁王金亮看来，2010年美的系、海尔系、海信系等白电巨头都已呈现出集团化作战的趋势，家电市场新格局呼之欲出。

不过，2009年年初家电行业并不这样乐观，实际上，从美的上半年的财报上面便可以看出，2008年下半年至2009年年初，其出口受到了巨大的冲击，然而，下半年家电业行业复苏，使得美的集团在2009年全年整体实现销售收入950亿元，其中空调、冰箱、洗衣机产业的整合优势逐渐凸显。

家电业的复苏一方面来自于全球经济的回暖，王金亮向时代周报记者表示，国家针对家电行业出台的一系列扶持政策，有效地拉动了内需增长，推动了家电行业的复苏。

王金亮表示，2009年美的变频空调国内销量已超120万台，以27%的市场份额位居行业第一。“可以预见，2010年空调品牌格局将会发生进一步的变化，冰箱、洗衣机也将进入激烈的市场角逐阶段。”王金亮表示。

“在总体经济复苏的外部环境与高风险的行业游戏规则下，行业的市场份额将进一步向规模大、实力强、应变能力和抗风险能力强的优势企业集中。”王金亮说。

2009年12月，广州美的销售公司总经理杨军宣布，将家用空调、冰箱、洗衣机产品的营销平台进行整合。在此之后，冰箱、洗衣机将依托于家用空调的渠道，从而形成相互拉动销售的新局面。

“在渠道方面，通过三个产品各有优势的销售网络体系和服务体系的整合，在渠道的渗透率、网点的覆盖率、品牌的影响力上都实现了非常大的进步。”王金亮称，在今年元旦假期联合促销中，美的空调、冰箱、洗衣机的整合优势进一步显现。

<http://www.ttb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=15555>

Top ↑

3. 申菱空调进驻南昌昌北机场新航站楼

日前，广东申菱空调设备有限公司成功中标南昌昌北机场扩建工程空调末端设备采购项目，配套提供组合式空气处理机组、新风机组、风机盘管机组等末端设备共计500多台套。

作为江西省重点工程，昌北机场扩建工程完成后，将成为中部地区不多的具有两个航站楼的国际机场，其中新航站楼面积为93996平方米，位于现有航站楼以东约400米，面南背北，正对进场路方向居中布置。扩建后的机场跑道延长至3400米，可以起降波音747飞机，

机场等级提升至 4E，设计旅客流量达到每年 1200 万。将开通更多的国际国内航线，构建起南昌对外交流的空中走廊网络。同时，扩建工程预留了轨道交通位置，轨道交通随时可以直达机场。扩建工程计划 2010 年 10 月全部竣工，2010 年 12 月完成验收并交付使用。

据悉，此前申菱空调 (SHENLING AIR CONDITIONING) 曾成功服务了国内数个大型国际机场，如北京首都国际机场 T3 航站楼申菱 (SHENLING) 为其配套提供廊桥飞机地面专用空调，首都机场信息中心、机场管理楼、旅客过夜用楼、配餐楼和工程指挥部公安大楼等则配套提供了大型中央空调设备。在广州新白云国际机场连续两期设备招标中，申菱空调均成功中标：2002 年的首期项目中为新机场航站楼（包括连接楼、主楼、指廊、设备机房等）以及位于新机场内的南航基地等配套了包括大温差组合式空调机组等在内的所有中央空调空气侧产品；2008 年，白云机场扩建工程航站楼东三、西三指廊及相关链接楼空调系统工程的空气侧产品也全部采用了申菱空调 (SHENLING AIR CONDITIONING) 产品。

<http://www.ttb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=15482>

Top ↑

4. 美的公布变频离心热泵技术

2010 年 1 月 22 日，由重庆美的通用制冷设备有限公司主办的“美的变频离心热泵技术交流会”在北京新世纪日航酒店隆重举行。全国及北京的暖通行业（学）协会专家领导、北京地区建筑设计院的专家领导、北京地区专业中央空调工程商、代理商等 200 多人参加了交流会，总经理郝然等重庆美的通用制冷设备有限公司的高层领导以及北京美的商用空调销售有限公司的领导出席会议。

郝然总经理首先在会上作了发言，他认为，“随着我国能源紧缺与环境问题日益严重，开发浅层地热能资源，采用热泵技术供暖、供热水和制冷的热潮正在国内大规模兴起。由于关键技术限制，当前热泵制冷、供暖和产热水的热泵产品主要以中小容量为主，仍然存在能效有待进一步提升，难以解决城市大面积集中供暖等一系列问题”。郝然自豪的说，“重庆美的拥有国内一流的研发团队和宝贵的 45 年离心机研制经验，在不断的技术攻关下，终于攻克了离心机制热一系列难题。美的变频离心热泵的诞生，将开拓城市清洁低碳集中供暖的新领域”。郝然还对美的变频离心热泵产品和技术研发过程中，得到暖通空调界的许多专家、设计师和业界各位朋友的很多关怀和帮助表示了最衷心的感谢！

重庆美的通用制冷设备公司研发中心主任袁剩勇就变频离心热泵技术做了专题介绍。袁剩勇详细的介绍分为五个部分：第一美的离心机技术发展的历程。袁剩勇介绍说，从 1964 年自主研发成功国内第一台离心机到变频离心热泵产品上市，美的通用离心机技术已经历了 46

年发展历程。第二国内热泵行业现状及当前的技术方案。袁剩勇认为，现有国内水（地）源热泵机组基本属于螺杆式一统天下，涡旋式热泵在逐年下滑，离心式热泵正处于刚刚起步的阶段。第三美的变频离心热泵七大核心技术。袁剩勇结合“美的中温型离心式热泵机组方案”与“美的高温型离心式热泵机组方案”，抓住离心热泵产品的技术难点，详细介绍了美的变频离心热泵的七大核心技术——“高承压技术、宽运行范围技术、防喘振技术、变频调节技术、高效换热技术、油和冷媒控制技术以及智能控制技术”。第四美的变频离心热泵五大优势。袁剩勇把美的变频离心热泵技术产品的优势归纳为五个方面：一是运行费用低，不仅高效节能，制热部分负荷 COP 最高达 9.6，且大面积供暖费用低。二是节能初始投资，既节省机房面积，又可省去一些高压供电设施。三是节能环保，利用可再生能源与清洁环保能源，避免一次能源燃烧带来的污染。四是运行可靠，一方面采用无级调节、出水温度恒定，另一方面采用无键连接的专利技术与智能诊断和多重保护，实现可靠稳定与运行无忧。五是智能控制，通过远程监控系统，实现无忧、安全、方便的使用。第五美的变频离心热泵产品的上市时间。袁剩勇郑重宣布，2010 年 4 月变频单机离心式热泵机组上市，2010 年 6 月水系统交叉串联方案产品上市，到 2011 年 3 月变频双级式热泵机组将会面市。

全国地源热泵委员会主任委员、中国建筑科学研究院建筑环境与节能研究院院长徐伟代表暖通空调行业的专家在会上讲话，徐伟对美的通用的变频离心热泵产品给予了很高的评价。他认为经济发展促使大型项目层出不穷，而且现在国内很多地区尝试集中供暖，大型项目对离心热泵这样的产品需求逐年增加。而美的通用不仅拥有多年离心机的技术经验，而且在变频技术上也有很好的技术储备，研究开发上市的美的变频离心热泵产品，代表了当今大型机组的先机技术，具有非常广阔的发展前景与空间。

会议期间，美的技术人员、市场推广人员还与国内暖通行业（学）协会专家、北京地区建筑设计院的专家、北京地区专业中央空调工程商、代理商进行了面对面的交流，共同探讨美的变频离心热泵的有关技术与推广问题。

<http://www.ttb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=15443>

Top ↑

5. 海尔组建全球首条无氟变频空调低碳产业链

日前，作为高效节能空调领军企业的海尔率先发起全球低碳行动，主导组建了全球首条“无氟变频空调低碳产业链”。首批加盟成员共八家，均是拥有全球顶级研发能力的供应商，包括三菱、霍尼韦尔、金龙、三花、菱电、松下、台达、瑞萨等。这一全球性产业链，以“双百方针”（即定频空调 100%一级能效、变频空调 100%无氟）为指导，彻底颠覆了传统供需模

式，代之以用户需求为起点、即需即供的模块化新模式，将全面加速普及无氟变频空调，为全球用户提供舒适空气最佳解决方案。

对此，作为目前中国可对企业减碳状况进行“测量、报告、核证”资质的中国质量认证中心做出高度评价。陈伟副主任表示：海尔空调的这一举动不仅是助力全人类、全球实现低碳经济发展的一次伟大创举，标志着中国企业成功向低碳经济进军的开始，更将为国内企业发展低碳经济起到良好的示范作用。

以专业化、领先实力全面进军全球低碳经济市场

作为舒适空气最佳解决方案的提供商，海尔 ACG 空调集团正以强大的专业化实力全面进军全球低碳市场。从位于青岛的海尔空调中央研究院及下设的 46 个噪音、环境模拟等专业空调实验室，到遍布全球的 8 大设计中心、10 大研发合作机构；从中国第一个与全球顶级专业制冷专家三菱重工合作成就全球一流技术，到可为用户提供最小 7 m²、最大 3 万 m² 房间的解决方案的全球最全产品线、再到遍布海内外最专业的 16 大空调生产基地……海尔整合最专业的研发、制造等资源全面满足了全球不同地区不同用户的个性化、差异化需求，深得用户认可，誉满世界。同时，作为目前全球首家实施低碳认证体系（国际 ISO14064 标准）的家电企业，海尔更是以全国示范的节能生产线、模块化集成化的设计制造、绿色产品回收和处置等为基点，打造低碳环保的高质量产品制造基地。

深厚的“低碳”积淀也为其成就低碳发展、始终引领时代潮流打下良好基础。以“低碳”为先导，技术方面，海尔无氟变频空调实现 6.91 的行业最高能效，运行 24 小时比普通变频空调省电 5.2 度，省下来的电相当于 94 只 11W 节能灯每天 5 小时的用电量，相当于少向大气排放了 4 公斤 CO₂（“碳足迹”计算公式：1 度电=0.785 公斤 CO₂），利国又利民；服务方面，海尔又首家向用户承诺：无氟变频空调整机十年免费包修再次引领了低碳消费的热潮；市场方面，其已牢牢占据自主品牌出口第一的位置。

打造全球首条低碳产业链 以模块化设计即时满足用户需求

在全球低碳大环境之下，“低碳”概念正深入人心，作为社会公民的企业更应该走在社会和政府推动的前面。此次海尔发起全球低碳行动，主导组建“无氟变频空调低碳产业链”，不仅是海尔作为社会公民价值的直接体现。而如何在互联网时代快速准确地满足全球用户的差异化需求，海尔空调推出的模块化新模式，给出新的思路，也成为此次成立低碳产业链的根本。

据了解，全新的模块化模式将始终围绕用户需求，通过海尔空调与供应商共同设计、优化模块的合作模式，实现信息共享、资源互换，直接实现整机满足用户需求，确保互联网时

代第一时间将舒适、高效、低碳的舒适空气最佳解决方案送入用户家，真正做到即需即供。目前海尔空调与供应商间的合作已进入到模块化模式的实战阶段，将有更多的用户从中受益。

<http://www.ttb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=15442>

Top ↑

6. 盾安 (DUNAN) 中央空调受京东方青睐

继上次盾安中央空调喜获京东方上千万订单后，近日，盾安中央空调再一次受到京东方青睐，将为其提供一批组合机空调机组。

京东方科技集团股份有限公司是中国大陆显示领域综合实力较强的高科技国有企业，主要产品在各自领域均保持国内或世界领先地位。

能够连续服务于京东方这样的重要大型高科技企业，足以证明盾安中央空调强大的品牌实力和强劲的发展势头。

<http://www.ttb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=15436>

Top ↑

7. 2009 年扬子空调业绩逆势上涨 30%

2010 年 1 月 19 日，扬子空调 2010 年合作伙伴年会在安徽滁州大剧院隆重召开。来自扬子空调全国上千名经销商欢聚一堂，与扬子空调一道回顾 2009，展望 2010。

回眸 2009 年，行业的跌宕起伏令许多企业陷入困境，扬子空调表示：也感受到了经济危机的影响，但更多的是看到了危机中蕴含的发展机会。面临挑战勇者胜，扬子空调审时度势，于 2008 年 11 月，果断在全部营销体系范围内实施“亮剑行动”，企业全面停止 5 级能效产品的生产，转向高效产品的生产，主动出击国内、国际市场，通过一系列的市场促销、高效产品推广措施，突出重围，给低迷的销售市场打了针强心剂，极大地恢复了渠道信心。

2009 年 3 月，在国家“家电下乡”这一拉动内需的国策中，扬子空调凭借扎实的三、四级网络基础，良好的企业形象，多款适应农村市场特点的中标产品，获得了财政部、工信部、家电协会等评委专家的好评，以高票投标中标！本着“人无我有，人有我优”的产品竞争策略，在“家电下乡”中荣创两项行业唯一：即首轮唯一柜机中标品牌，第二轮唯一高效节能 3 匹柜机中标品牌，成为撬动家电下乡市场的两大有力武器。在家电下乡销量排名中已跻身全国前六名，成为“09 年度家电下乡最畅销空调”品牌。

2009 年 5 月下旬，国家“节能惠民工程”项目启动，扬子在项目启动的当天便果断决策，立即停止低能效产品生产。据扬子空调总公司常务副总裁牛斌介绍，扬子空调不但是在行业

首家宣布停产 5 级能效的企业，并于 2008 年 11 月底，与中国制冷协会联合召开了“节能减排、共同行动”的行业论坛，成为高效节能产品的倡导者、推广者、普及者和践行者，在追求企业经济效益的同时，勇于、乐于承担更多的社会责任。在列入节能推广产品目录的 300 个型号中，90%以上是一级能效产品，2009 年 7 月起，扬子空调向市场提供的挂机产品全部为一级能效产品，在 09 年底国家节能惠民产品排行榜中，扬子空调位列全国第七位，并获得国家信息中心“节能惠民先锋奖”荣誉称号。

扬子家用空调在 09 年度错综复杂的经济环境下，抓住国家政策的机遇，实现了逆势上涨 30%的骄人业绩。

扬子商用空调一方面抓拳头产品的研发创新，形成了十八大系列商用及户式中央空调产品，六大系列热泵热水器产品；一方面在市场网络布局上下大功夫，把 09 年作为营销系统的“渠道建设年”。同时，一批技术领先，性能优异，极具市场前景性的产品阵营被相继推向市场，并取得骄人业绩。风冷模块式机冷热水组因其独到的产品结构和高性价比优势荣创行业销售冠军。水（地）源热泵在行业内首家被列入政府公共建筑节能推广产品以及招标首选产品。空气能热泵热水器列入安徽省“十一五”技术攻关项目，该产品已经先于行业实现全系列投放市场，并畅销欧美市场；农业人工环境率先介入，发展势头强劲。2009 年商用空调全年销售突破了 3 亿元，比 2008 年增长 14%，继续保持稳健而良性的发展态势。

国际市场方面，在 09 年出口市场大幅萎缩的大市场环境下，扬子空调积极开拓市场，海外营销网络不断拓展，市场网络建设日趋完善。以高效节能产品为主导，以差异化产品为切入点，与全球 80 多个国家近 300 家客户建立稳定的合作关系。09 年实现 28%的出口额增长，连续六年被安徽省商务厅评为“安徽省出口名牌”，并被国家商务部确定为“重点培育发展品牌”。

<http://www.ttb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=15431>

Top ↑

8. 台佳：好品质赢大订单

北京天坛生物制品股份有限公司、成都生物制品研究所、兰州生物制品研究所、武汉生物制品研究所……一份份生物制品行业顶尖用户的订单，累积成台佳空调品质的权威证明。日前，台佳再次中标中国生物技术集团公司上海生物制品研究所空调项目，中标金额达 400 万元。

中国生物技术集团公司上海生物制品研究所创建于 1949 年，是一所集生物制品研究开发与生产、经营为一体的为人类健康与国民身体素质提高服务的国有大型企业。是国家生物化

学和分子生物学、病原生物学专业硕士学位授予单位，是国内外人才积聚的生物高科技企业。

台佳 12 月中标项目为该研究所血液制剂改造项目，该血液制剂生产线为国内一流，按照欧盟 GMP 标准设计，所有生产车间全部通过国家 GMP 认证。产品种类包括血液制品、预防制品、基因工程产品以及各类诊断试剂等。台佳为该改造项目提供的水冷螺杆式冷水机组和螺杆式工艺冷冻机组也是百里挑一，完全达到用户的严格标准。

<http://www.ttb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=15343>

Top ↑

9. 同方超低温空气源热泵机组在北方严寒中表现优秀

2010 年的 1 月份，北京气温达到 -16.7°C ，突破 38 年 1 月上旬气温最低极值记录。同方在北京地区以港中旅连锁酒店与云蒙山庄为代表的超低温热泵项目，经受住了低温严寒的考验，在近期同方组织的用户回访中，其设备运转稳定，室内供暖温度保持在 $+22^{\circ}\text{C}$ ，得到用户的充分满意。

<http://www.ttb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=15314>

Top ↑

10. 志高空调连续两年荣获“中国设计师最信赖十大暖通空调民族品牌”

2009 年 12 月 19 日，由中国设计师网举办的“2009 中国设计师最信赖十大暖通空调品牌”颁奖晚会在北京国宾酒店隆重召开。众所周知，设计师是暖通空调工程项目的中坚力量，他们的眼光严格而挑剔，建议专业而中肯，通过他们而选出来的品牌是在技术水平、产品质量、科学设计、节能环保、诚信服务等各个方面都具有综合优势的品牌，志高空调连续两年荣获“中国设计师最信赖十大暖通空调民族品牌”，充分体现了志高品牌在设计师领域的影响力和知名度，同时也高度彰显了志高实力。

<http://www.ttb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=15282>

Top ↑

11. 美的空调：中标万科集团集中采购项目

近日，万科企业股份有限公司 2009-2010 年度集中采购中标供应商签约仪式在深圳万科新总部隆重举行，美的空调、阿克苏诺贝尔涂料、赫普涂料(海虹)等品牌从众多实力雄厚的供应商中脱颖而出。其中，美的集团旗下家用空调和中央空调两个产品事业部双双中标，占据四家空调供应商中的两席，成为万科集中采购空调产品项目中的大赢家。

美的空调家用商用“双中标”

据悉，万科集团预计全年交付新房接近 5 万套，全装修房新开工比例达到 80%，其中包括家用空调和中央空调的安装，这意味着一个庞大的空调潜在市场。万科在全国范围内进行空调企业的公开招标，国内外数十家空调企业竞相投标，最终美的家用空调和中央空调双双中标，占据了四家空调供应商中的两席，可谓是大获全胜。

同时，业内专家表示，万科新竣工的项目分布在全国 30 多个大中城市，对任何一个供应商的供货能力、物流仓储能力、安装能力和快速服务能力都将是巨大考验。美的作为空调行业的龙头企业，在产品创新、设计创新、服务创新上，始终走在行业前列。特别是 09 年以来，美的变频空调依靠强大的产品力和优质的服务力，极大推动了变频产品的普及，为我国的节能环保事业做出了突出贡献，倍受广大消费者的青睐。

美的空调品质服务“双保障”

美的空调很早就开始涉足集中采购性质的团购业务，积累了多年的管理经验和服务模式，其强大的产品力和优质的服务力，是美的空调在业内持续领先的优势所在。可以说，美的空调和万科集团的强强联合，是最大限度满足消费者选择所需，是行业内的大势所趋。

强大的产品力，美的空调全面推进变频空调普及。继去年掀起变频空调普及风暴之后，今年 9 月，美的变频空调 2010 年新品隆重上市；10 月，美的变频空调推出 4 赫兹超低频变频新品，彻底终结了变频行业的“低频之争”；11 月，美的变频空调再次升级 2010 年市场目标预期，内销 300 万台、出口 150 万台，总计 450 万台；12 月，美的变频空调“制热不满意无条件退换”，以品质承诺再度增强美的变频空调的消费信心。

优质的服务力，美的空调强大的售后服务团队。美的空调大力完善客户信息集系统，建起了实时的全国客户档案，既便于综合查询和服务质量分析，以及服务命令单邮件自动发送到服务网点，同时也便于进行客户回访等，为客户提供更及时、快速的服务，提高用户的满意度。同时，美的空调开通了可同时接通 1000 线的 24 小时售后服务电话 4008899315，实行无缝式对接，跟进到底，对用户 100% 负责。美的空调对售后服务网络、资源和人员进行资源整合，7000 多家正式签约服务网点，7 万人的专业服务队伍，强大的技术支持及培训机制，保证美的空调售后服务的高效运转。

“我们将以万科项目为契机，全面加强美的空调在房地产集中采购市场上的推广力度，以对万科的服务为标准，全面提升大客户服务能力。”签约活动结束后，美的制冷中国营销总部副总裁王金亮表示。

<http://www.ttb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=15141>

Top ↑

四、 关于汉钟

1. 汉钟精机：投资者可逢低适当关注

在全球资源紧缺大背景下，世界各国都在大力进行压缩机技术创新换代，公司作为国内制冷业的技术引领者，产品具有节能效果，得到了政府的大力支持，公司业绩保持稳定增长，盈利水平不断提高。

二级市场上，该股盘子小业绩好，短期调整较为充分，后市有望再迎一波加速上涨行情，投资者可逢低适当关注。

<http://finance.sina.com.cn/stock/e/20100222/12037434577.shtml>

Top ↑

2. 汉钟精机：空头陷阱后强劲绝地反击

汉钟精机（002158）公司是唯一一家专注于螺杆式压缩机产品研发、制造及销售的企业，拥有从 90kW~1465kW 机型最完整的螺杆式压缩机产品，专业化水平较高。是全球应用工质最多的螺杆式压缩机生产企业，并且研制出具有节能降耗特点变频式螺杆压缩机，居全球技术开发前列。是国内螺杆式制冷压缩机主要生产厂商中，唯一采用直销模式的企业。汉钟精机属于"新能源及节能技术领域"，被认定为上海市高新技术企业。因此，在全球资源紧缺大背景下，世界各国都在大力进行压缩机技术创新换代，公司作为国内制冷业的技术引领者，产品具有节能效果，得到了政府的大力支持，未来汉钟将在新能源产业浪潮中展翅翱翔！给以"买入"的投资评级。

二级市场上，该股作为 07 年 8 月上市的次新股受到主力的热烈追捧，上市见高 44 元后，以快速杀跌一路出货调整下来，08 年 10 月 28 日见低点 6.12 元后，前期主力再次建仓，量能持续放大，新增资金介入迹象明显，主力一路保持了稳健盘升放量上攻趋势，显示主力资金实力雄厚，今年 1 月 20 日见高 22.15 元，受大盘影响大幅震荡下跌，主力借机顺势大幅打压洗盘击破 60 日均线 and 布林线下轨形成的强支撑！成功制造成空头陷阱股价打到 17.91 元，洗盘调整到位后强劲绝地反击峰回路转！该股估值处于市场平均水平附近，惜售筹码锁仓稳定，短期调整较为充分。今日该股强劲绝地反击峰回路转！从整体行情和历史上表现分析，惜售筹码锁仓稳定，显示资金对其未来成长空间的看好，目前超低的股价显然仍处于绝对低估状态，筹码集中度较上期趋向集中，1 月户均持股较上期再趋向集中。预计主力成本在 15.2 元左右，强支撑位 19-17 元，第一攻击位 21 元，第二攻击位 25 元。今日建议介入价 19.1-17.8 元！该股盘小业绩好短期调整较为充分，投资者可逢低积极关注！

3. 汉钟精机具有潜在的送转股能力

汉钟精机（002158）二级市场上，该股近期走势强劲，股价沿着 5 日均线处稳步上扬。该股流通股仅为 4116 万股，具有潜在的送转股能力，股性较为活跃。近日该股逆势收出六连阳，成交量有效放大，后市有望继续上扬再创新高，投资者可重点关注。

<http://news1.secutimes.com/20100201/38/28083437.shtml>

Top ↑

4. 节后最具爆发力 6 牛股

汉钟精机(002158, 股吧)：业绩回升显著高送转预期助推反弹

摘要：公司是国内螺杆式压缩机龙头，在节能环保的大政策推动下，公司进一步优化产品结构，完善的产品链将成为公司未来高增长的引擎，同时具有较强的高送转预期。今日是金牛最后一个交易日，A 股延续上涨态势，收出四阳喜迎虎年。盘口透析，高送转概念股今日可谓是盘面的一大亮丽风景线，如东湖高新(600133, 股吧)、禾盛新材(002290, 股吧)、京投银泰(600683, 股吧)等纷纷处于涨幅榜前列。可见，高送转概念股具有极强的市场号召力，建议积极关注汉钟精机(002158)，公司股本较小，资本公积金高达 1.799 元，年报高送转预期强烈。

业绩逐季反弹高送转预期强

公司是一家上海地区的台资制造企业，成立十年来一直专注于螺杆式压缩机的生产，现已牢牢占据了这一产品的市场龙头地位。目前公司产品主要包括制冷压缩机、空气压缩机、冷藏冷冻压缩机三类，制冷压缩机的下游主要是大型建筑的中央空调，包括冷水机组、水地源热泵等多个领域。随着市场需求回升及毛利率创新高，尤其是商业空调总需求的增长，以及毛利率创新高，带动公司盈利状况向好。今年三季报显示，公司第一季度净利润仅 314.96 万元，第二季度快速回升到 1639.58 万元，第三季度更迅速攀升至 3298.68 万元，业绩呈现出逐季反弹态势。更值得注意的是，公司股本较小，流通股仅为 4116 万股，自 07 年上市以来，公司从没实施过高送转，伴随公司的不断发展壮大，股本扩张的要求强烈。同时，公司每股资本公积金高达 1.799 元，具备潜在的送转股能力，由此，公司 09 年年报送转预期较强。

制冷压缩机王涉足节能减排

公司进一步优化产品结构，成功进入地源热泵领域，完善的产品链将成为公司高增长的引擎。在制冷机已经做到国内第一的前提下，公司又成功拓展了用于工业领域的空压机，2009年产量大幅提升，预计未来3年的年均增长将在30%以上。同时，公司积极开拓干式机械真空泵产品，新产品发展潜力巨大，国内这一市场目前基本完全依赖进口，替代进口空间广阔，公司计划2010年开始大力拓展该市场领域，预计2011年以后将成为拉动公司高增长的又一引擎。此外，公司借助清华同方人工环境和山东富尔达等下游整机客户，成功进入了地源热泵领域。在世界范围内节能减排大趋势的影响下，我国在沈阳、天津、山东等北方需要冬季取暖地区开始推行用地源热泵取代燃煤锅炉试点。如沈阳规划到2010年全市地源热泵供暖面积扩大到占全市供热总面积的三分之一以上，增量50%。在节能环保的大政策推动下，地源热泵这种清洁、环保、节能、减排设备，在我国冬季需要取暖的北方地区具有巨大的市场潜力。因此，随着新型节能环保型产品需求的持续向好，公司依托完善的产品链和先进的高效节能技术，将在新能源产业浪潮中展翅翱翔！

二级市场上，该股近期跟随大盘出现缩量调整，目前下降底部逐步探明，5日均线已翘头向上，后市该股有望呈现企稳反弹的走势，投资者可逢低关注。（金证顾问）.....

<http://news.hexun.com/2010-02-22/122720362.html>

Top ↑

5. 东方证券：机械行业09年报前瞻及2010年投资策略

研究结论

在金融危机冲击中迅速恢复的2009年。在众志成城应对今融危机的大环境下，机械行业跟随宏观经济一起呈现了大落大起，行业销售产值增速2009年1-2月为2.11%，1-11月为14.01%，我们预计全年增速约16.42%。我们重点覆盖的12家上市公司中，具有增长20%以上潜力的有6家：中国南车、中国北车、秦川发展、汉钟精机、华锐铸钢、烟台冰轮，其中具有增长30%以上潜力的有2家：秦川发展和烟台冰轮，其中烟台冰轮增速有望达到109.26%。

后金融危机时代“疗伤”的2010年。伴随着经济的复苏，2010年将进入后金融危机时代的“疗伤”阶段，机械行业与宏观经济一起，将面临诸多不确定性，行业将呈现前高后低的走势，预计全年销售产值增速约在17.01%：投资拉动的滞后效应、出口恢复、资产泡沫、增速前高后低的压力、产能过剩等。

2010年投资策略抉择：在重点追寻投资拉动的滞后效应的基础上，以出口恢复为主线来把握行业的波段性机会。一季度（5月之前）超配、二季度标配、三季度低配、四季度标配。

投资标抉择：首要目标是在不确定性中探寻确定性溢价，然后是在行业的波动中把握波段性机会，最后是自下而上寻找能够抵御周期，保持高增长的公司，以及具备资产重组、收购并购等题材的公司：

铁路装备：确定性高增长下的低碳经济溢价，主要上市公司：中国北车、中国南车、时代新材、晋亿实业、晋西车轴、南方汇通

工程机械：在投资拉动的滞后效应中探寻出口弹性，主要上市公司：山推股份、三一重工、徐工机械、中联重科、柳工、安徽合力、龙溪股份、厦工股份、山河智能

重机行业：装备升级拉动下的价值回归弹性，主要上市公司：太原重工、华锐铸钢、中国重工、振华重工

题材及其它：自下而上挖掘高成长与题材双轮驱动下的超弹性在：重点上市公司：秦川发展、汉钟精机、利欧股份、中国北车、中国南车、中国重工、上海机电、威海广泰、龙溪股份、天奇股份、中集集团

<http://finance.eastmoney.com/100129,1295053.html>

Top ↑

6. 汉钟精机：东方证券买入评级 目标价 26.48 元

摘要：

研究结论 拓展节能减排新领域，实现高增长。公司主导产品螺杆式压缩机除了用在楼宇空调（商业地产）、工业冷却和机械、冶金、电子电力、医药、包装、化工、食品、采矿、纺织、交通等传统领域外，还成功地拓展了节能减排新领域，如北方冬季取暖的地源热泵、居...

<http://www.topcj.com/html/2/KHGG/20100225/2229530.shtml>

Top ↑

7. 汉钟精机成功进入地源热泵领域

汉钟精机成功进入地源热泵领域，受惠节能减排政策拉动：公司借助清华同方人工环境和山东富尔达等下游整机客户，成功进入了地源热泵领域。在世界范围内节能减排大趋势的影响下，我国在沈阳、天津、山东等北方需要冬季取暖地区开始推行用地源热泵取代燃煤锅炉试点。如沈阳规划到 2010 年全市地源热泵供暖面积扩大到占全市供热总面积的三分之一以上，增量 50%。在节能环保的大政策推动下，地源热泵这种清洁、环保、节能、减排设备，在我国冬季需要取暖的北方地区具有巨大的市场潜力。

<http://www.ttb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=15403>

Top ↑

8. 汉钟精机：国内最具专业竞争优势的螺杆压缩机制造商

前言：枫泾，一个历史名镇，文化底蕴深厚。1998年上海汉钟正式落脚在金山区枫泾古镇，利用精密的各项加工设备与先进的管理制度，再加上灵活的市场策略，在短短的几年里，打败了许多国际性品牌，取得了市场占有率第一的位置，同时在“诚信、创新、卓越”的企业文化下，建立了稳固的上、下游、供应链与研究开发团队。随着市场的扩大，产品的增加，2006年汉钟再次向金山区政府申请，在政府的大力协助下，取得了原厂房周围共计18755平方米的土地，为第二期建设拉开了序幕。第二期厂房建设完成后，上海汉钟将成为世界上最先进自动化与生产规模工厂之一。

十几年来，上海汉钟是怎样不断发展壮大的？汉钟未来的发展蓝图又是怎样的？带着这些问题，《中国制冷》采访了上海汉钟精机股份有限公司 制冷产品 高经理。

《中国制冷》：首先，很感谢制冷产品高经理在百忙中抽空接受本刊的采访，据我们了解，汉钟精机是以制冷螺杆压缩机为主的生产型企业，制冷压缩机在市场上占有率非常高，近年来致力于低温冷冻压缩机市场开发，能否说说，到目前为止，低温冷冻产品的市场发展情况是怎样的？

高伟宾：汉钟精机是专精于螺杆制冷为主的生产、销售、服务为一体的企业，在中国空调螺杆市场上，汉钟凭借着众多客户的爱护与肯定，市场占有率一直名列前茅。在此，汉钟感谢客户不断的指导与反馈，使得我们的产品日臻完美，日新月异。随着中国内陆市场不断的蓬勃发展及不同运用领域的开拓，为实现与时俱进，汉钟制冷产品不断突破运用技术，强化产品研发团队，着重于低温领域的运用环节。经过漫长的产品研发、测试、改进，进而完成中低温专用压缩机开发。近年来汉钟冷冻压缩机，在工业化工制程冷却、医学药品、水果保鲜、食品速冻、农、渔业产品半加工，深加工、牛、猪、羊、鸡、鸭屠宰加工预冷，速冻等领域，产品销售发展迅猛，深受广大客户的喜爱。汉钟能去的如此成绩，皆有赖于成熟的产品质量及差异化市场销售策略，当然最重要的是客户的支持，没有客户，其它都是不切实际的。汉钟一直以尊重客户需求为导向，接近客户、拥抱客户、倾听客户的声音。

《中国制冷》：2008年的经济危机，让市场重新洗牌，09年经济逐渐回暖，可否谈谈，汉钟低温冷冻的产品规划与未来前景？

高伟宾：前面谈及，以客户需求为导向的产品开发策略，一直是汉钟产品开发的基调，没有市场，任何产品都只是实验室内的数据与报告。汉钟一向以实事求是的态度，致力于将实验室内的报告，转换成市场可以接受，对市场有利的产品，汉钟的低温压缩机就是此项工程转移的产物。2010年汉钟将在原有产品基础上，推出新系列的低温压缩机，未来冷冻市场的明日之

星——“LB 系列”。

“LB 系列”为汉钟多年精心研制的低温螺杆压缩机,俱有与同排量活塞/螺杆压缩机较高的制冷效能,合乎高效/节能的运用需求,设计理念以使用简单为原则,特点如下:

1. 去除繁琐且不必要的容量控制系统
2. 辅以高效率的油分离器装置
3. 降低低温工况下的抛油风险。
4. 提高蒸发器蒸发温度。
5. 无需考虑低压回油问题。
6. 增加系统制冷效率。
7. 独特电机冷却系统,减少吸气过热影响。
8. 减少业主外加二次油分及控制系统的成本费用。

《中国制冷》: 目前来说,汉钟精机已是螺杆制冷压机的佼佼者,有如此的成绩,背后一定有优于常态企业的企业文化,身为汉钟人,能否谈谈汉钟的企业文化? 支撑企业的核心竞争力在哪里?

高伟宾: 俗话说,一个成功的男人,背后一定有一个伟大的女人,当然着个谚语,有很多种版本,在此不用探究到底有多少版本,而是引申出来一个成功的企业,背后一定有不同的文化底蕴。因为不同,所以无法模仿,无法复制,更无法雷同,因人、事、时、地、物皆不同,发展出不同的文化结构,汉钟就是这一特殊中的特殊。从汉钟成长的轨迹中,处处可以发现,诚信、创新、卓越构成了企业文化内涵。客户与供应链都是汉钟赖以生存的合作伙伴,对供货商与客户的承诺,如钢铁一般的信念;对于不同领域的产品创新,专业技术领域的专研与投入,是一般企业无法比拟的。例如大流量气体压缩机的开发,超高度真空泵的产品研发,皆是汉钟在技术创新上取得的傲人成绩。当然创新不仅仅只在熟知的技术方向,在产品策略、客户关系、生产工艺、仓储物流等方面,皆进行着不同程度的大胆创新与突破!

汉钟不断凭借着以人为本的宗旨,如同海绵吸水般,吸引不同领域人才加入,不断的融合,发展出适合自己的优势,加以完善的公司体制,企业理念得以深入员工内心,员工高度的企业认同,是非常难得的实现!

汉钟的核心竞争力方程式=【技术+品质+服务】*【能力+可靠+态度】

《中国制冷》: 请您简单地谈谈您心目中汉钟未来的发展蓝图是怎样的? 对于汉钟的发展,您有哪些愿景?

高伟宾: 汉钟精机是全球少数专注于设计及制造螺杆式压缩机的世界性制造服务供应商

之一，是上海市高新技术外商投资先进技术企业，公司主要产品半封闭螺杆式制冷压缩机是上海市名牌产品，在中国大陆的市场占有率为第一位。

汉钟精机秉持“品质挂帅、物超所值、顾客满意、安全高效、节能减排、生态环境、遵纪守法、不断改善”的品质政策，提供优质的压缩机与相关系列产品服务中国所有客户。

“诚信、创新、卓越”的公司企业文化，不断推出新产品，同时致力于服务系统整合，以提供客户最好的压缩机产品为职责。

放眼未来，汉钟凭借坚强的研发团队、卓越的制造过程控制能力、绝佳的生产弹性、严格的品质管理和高效的售后服务，要在国内螺杆制冷压缩机行业逐步成长为最具竞争力的供应商。最近几年，公司主营业务收入及利润呈快速增长态势，显示公司在行业中的领先地位的得到了进一步的加强。汉钟精机用广大的中国市场为基础来建立中国人自主的压缩机关键技术。利用中国丰富的资源提升压缩机在世界市场的竞争能力，发扬中国人自有品牌、自有技术，进军世界。

<http://www.ttb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=15235>

Top ↑