

江苏室内通风系统产品项目 建议书

xxx 集团有限公司

目录

第一章 市场预测.....	5.....
一、行业面临的机遇和挑战	5.....
二、行业面临的机遇和挑战	7.....
三、行业所处上下游及其关联性	10.....
第二章 项目背景、必要性.....	
一、进入本行业的主要壁垒	12.....
二、行业技术水平及特点	13.....
三、项目实施的必要性	15.....
第三章 建设规模与产品方案.....	
一、建设规模及主要建设内容	16.....
二、产品规划方案及生产纲领	16.....
第四章 法人治理.....	
一、股东权利及义务.....	18.....
二、董事	20.....
三、高级管理人员.....	25.....
四、监事	27.....
第五章 发展规划.....	
一、公司发展规划.....	29.....
二、保障措施.....	33.....

第六章 项目环境影响分析.....	
一、 编制依据.....	36
二、 环境影响合理性分析	37
三、 建设期大气环境影响分析	39
四、 建设期水环境影响分析	41
五、 建设期固体废弃物环境影响分析.....	42
六、 建设期声环境影响分析	42
七、 建设期生态环境影响分析	43
八、 营运期环境影响.....	43
九、 清洁生产.....	44
十、 环境管理分析.....	46
十一、 环境影响结论.....	48
十二、 环境影响建议.....	48
第七章 工艺技术及设备选型.....	
一、 企业技术研发分析	49
二、 项目技术工艺分析	51
三、 质量管理.....	52
四、 项目技术流程.....	53
五、 设备选型方案.....	54
第八章 项目招投标方案	
一、 项目招标依据.....	56
二、 项目招标范围.....	56

三、 招标要求.....	56
四、 招标组织方式.....	58
五、 招标信息发布.....	60
第九章 项目总结.....	
第十章 附表附录.....	

本报告为模板参考范文，不作为投资建议，仅供参考。报告产业背景、市场分析、技术方案、风险评估等内容基于公开信息；项目建设方案、投资估算、经济效益分析等内容基于行业研究模型。本报告可用于学习交流或模板参考应用。

第一章 市场预测

一、行业面临的机遇和挑战

1、面临的机遇

(1) 城镇化水平不断提高

数据显示，2017 年末，我国城镇常住人口已经达到 8.1 亿人，比 1978 年末增加 6.4 亿人，年均增加 1,644 万人；常住人口城镇化率达到 58.52%，比 1978 年末提高 40.6%，年均提高 1.04 个百分点。城镇化率的提升意味着大量基础设施、商业、工业建筑及住宅建设面积的增加，促进相配套的室内通风系统产品市场的稳步发展。

(2) 国家政策支持

近年来社会对“绿色建筑”的关注度有所上升，国家陆续出台了相关产业指导政策，促进建筑朝节能、高效、智能方向发展。以热回收新风装置、风幕机为代表的室内通风系统产品对于降低建筑能耗、推动建筑产业升级具有重要意义，在国家政策的支持鼓励下，行业将获得长远的发展动力。

(3) 公众对空气质量的关注及产品更新换代需求

随着我国居民可支配收入的增长及消费理念的升级，公众对于室内环境的要求更高，不再仅限于舒适的温度，更关注通风情况、空气

质量对人体健康及生活品质带来的影响，新风系统产品的普及率将更高，同时对产品的降噪、节能、外观设计等方面将给予更多的关注，产品相应的升级换代需求将促使市场进一步扩容。

2020年初新型冠状病毒感染肺炎疫情爆发，本次疫情具有影响范围大、持续时间长的特点，客观上对室内通风能力提出了更高的要求，短期内会带动新风类产品的需求；长期来看，疫情显著提升了公众对于室内通风、新风类产品的重视度，行业规模后续有望持续提升。

2、面临的挑战

（1）行业标准不够完善

室内通风系统行业在我国起步较晚，目前仍处于成长阶段，且由于行业下游应用领域广泛，产品品类较多，尚未形成统一的行业标准。虽然近年来国家加快了对室内通风系统产品各项术语定义、性能指标、安装规范等方面标准的制定与发布，但行业现阶段标准化程度与国外发达国家相比仍然不高，相关标准正在进一步完善以促进行业向更加正规专业的方向发展。

（2）产品普及率较低，用户认知程度不足

我国现阶段新风系统产品的普及率远低于发达国家，多数用户虽然有改进室内空气质量的诉求，但对产品缺乏深入认知，难以自主选择适合的新风系统产品，且易混淆空气净化器等空气内循环产品的净

化功能与新风系统产品的空气置换功能，亦较少认识到新风系统在与空调系统配套使用时的节能环保功效，这在一定程度上制约了行业快速发展。

（3）房地产调控短期内影响行业增长水平

室内通风系统产品涉及墙面、管道或吊顶安装，属于建筑物配套设备，行业下游客户主要为房地产开发商、建筑施工单位、安装公司以及零售用户等，受新建建筑物配置因素和更新换代需求的影响，与房地产市场存在一定的关联性。近年来为确保房地产市场的有序发展和国民经济长期健康稳定运行，国家出台了一系列房地产市场宏观调控政策，短期内可能影响房地产开发商的投资速度以及用户的短期购房装修需求，给室内通风系统行业的增速带来一定影响。

二、行业面临的机遇和挑战

1、面临的机遇

（1）城镇化水平不断提高

数据显示，2017年末，我国城镇常住人口已经达到8.1亿人，比1978年末增加6.4亿人，年均增加1,644万人；常住人口城镇化率达到58.52%，比1978年末提高40.6%，年均提高1.04个百分点。城镇化率的提升意味着大量基础设施、商业、工业建筑及住宅建设面积的增加，促进相配套的室内通风系统产品市场的稳步发展。

（2）国家政策支持

近年来社会对“绿色建筑”的关注度有所上升，国家陆续出台了相关产业指导政策，促进建筑朝节能、高效、智能方向发展。以热回收新风装置、风幕机为代表的室内通风系统产品对于降低建筑能耗、推动建筑产业升级具有重要意义，在国家政策的支持鼓励下，行业将获得长远的发展动力。

（3）公众对空气质量的关注及产品更新换代需求

随着我国居民可支配收入的增长及消费理念的升级，公众对于室内环境的要求更高，不再仅限于舒适的温度，更关注通风情况、空气质量对人体健康及生活品质带来的影响，新风系统产品的普及率将更高，同时对产品的降噪、节能、外观设计等方面将给予更多的关注，产品相应的升级换代需求将促使市场进一步扩容。

2020年初新型冠状病毒感染肺炎疫情爆发，本次疫情具有影响范围大、持续时间长的特点，客观上对室内通风能力提出了更高的要求，短期内会带动新风类产品的需求；长期来看，疫情显著提升了公众对于室内通风、新风类产品的重视度，行业规模后续有望持续提升。

2、面临的挑战

（1）行业标准不够完善

室内通风系统行业在我国起步较晚，目前仍处于成长阶段，且由于行业下游应用领域广泛，产品品类较多，尚未形成统一的行业标准。虽然近年来国家加快了对室内通风系统产品各项术语定义、性能指标、安装规范等方面标准的制定与发布，但行业现阶段标准化程度与国外发达国家相比仍然不高，相关标准正在进一步完善以促进行业向更加正规专业的方向发展。

（2）产品普及率较低，用户认知程度不足

我国现阶段新风系统产品的普及率远低于发达国家，多数用户虽然有改进室内空气质量的诉求，但对产品缺乏深入认知，难以自主选择适合的新风系统产品，且易混淆空气净化器等空气内循环产品的净化功能与新风系统产品的空气置换功能，亦较少认识到新风系统在与空调系统配套使用时的节能环保功效，这在一定程度上制约了行业快速发展。

（3）房地产调控短期内影响行业增长水平

室内通风系统产品涉及墙面、管道或吊顶安装，属于建筑物配套设备，行业下游客户主要为房地产开发商、建筑施工单位、安装公司以及零售用户等，受新建建筑物配置因素和更新换代需求的影响，与房地产市场存在一定的关联性。近年来为确保房地产市场的有序发展和国民经济长期健康稳定运行，国家出台了一系列房地产市场宏观调

控政策，短期内可能影响房地产开发商的投资速度以及用户的短期购房装修需求，给室内通风系统行业的增速带来一定影响。

三、行业所处上下游及其关联性

室内通风系统行业上游包括钢材、塑料及电子元器件等原材料；下游以住宅、写字楼、商场、餐厅、地铁站、火车站、工厂、医院、学校等为主要应用领域，生产厂商通过经销商、分销商等下游客户间接销售或直接销售至房地产开发商、工程承包商、安装公司、消费者等终端客户。

1、上游行业对本行业的影响

行业上游主要为钢材、塑料等原材料生产加工企业及其他配件生产加工企业。近年来我国钢材、塑料等大宗商品的价格整体处于波动当中，对本行业利润率产生直接影响，但在一定程度上也促进了行业的整合和集中，一些资金、技术、生产实力较差的小企业将会被淘汰。

2、下游行业对本行业的影响

室内通风系统行业涉及下游广泛，主要包括民用住宅、市政基建、商业场所、工业厂房等国民经济各个领域。民用市场具有巨大潜力，普通家庭是新风零售市场主要受众群体之一，同时众多房地产开发商主动开始为新建精装修楼盘配套新风系统；公共场所空气质量改善需

求提高，轨道交通、大型商场、医院、学校等都对通风换气及空气净化有着较为突出的诉求，这将会成为支撑行业发展的主要力量。

第二章 项目背景、必要性

一、进入本行业的主要壁垒

1、品牌壁垒

较早进入室内通风系统行业的品牌已经深入消费者的认知，更容易获得市场青睐。此外，建筑工程商选择配套的室内通风系统产品时通常有着严格的标准要求，考虑到产品寿命及后续维修服务等因素，更偏向于采用曾经合作过的、经过市场验证的、可靠的品牌。目前我国已经有较多占据一定市场份额的成熟品牌，新进入企业将面临一定的品牌壁垒。

2、技术壁垒

室内通风系统行业对技术研发及工业设计实力、产品线完善度、产品的应用场景方案解决能力等均提出了较高要求，且对产品运行可靠性的要求较高；随着国家及公众对节能环保等要求的不断提升，产品在能耗、效率、噪声等性能指标方面的要求也越来越高。企业需要持续进行技术研发、新品开发、新应用场景开发以应对市场竞争需求，同时保持持续的、较大的市场销售规模及渠道管理能力水平，以收集客户对于行业产品、技术的反馈，进而对技术、产品进行持续完善。新进企业在缺乏研发实力、技术储备、销售规模的情况下，很难在短

时间内通过技术攻关全面掌握、持续改善行业技术及工艺要领，面临一定壁垒。

3、资金壁垒

室内通风系统产品生产过程涉及多道生产加工程序，需要多种机床设备，关键设备对产品的质量有直接影响，企业需要投入大量资金对生产设备更新维护，以维持产品的正常生产和更新换代；另一方面为满足市场和企业发展需求，企业需要不断投资扩大生产规模。新进企业需要大规模资金进行建设投资，构成了资金壁垒。

4、渠道壁垒

目前我国室内通风系统行业竞争激烈，企业与长期的合作伙伴具有更加稳固的合作关系，经销商重新选择新的品牌就意味着影响与原有品牌的合作关系，不利于供货的稳定性。因此，行业新进厂商需要以更加优惠的条件及更具市场竞争力的产品才能建立并拓展销售渠道，对新进者而言壁垒较高。

二、行业技术水平及特点

室内通风系统是用于输送气体的机械，它是把原动机的机械能转变为气体能量的一种机械，产品的通用构件主要有电机、叶轮、叶轮流道和控制系统等，属于制造业中较为常见的部件，理论技术相对成熟，目前发展起来的 CFD 计算机模拟技术，在设计初期通过理论和新

方法的应用缩短开发周期，减少降低开发试验成本，对通风产品系统的内流进行仿真的数值实验研究，为清楚认识风机内部的流动状态提供直观的结果，为叶轮流道和叶轮的优化设计提供依据，并结合外部性能的测试，实现风机系统内部性能和外部性能良好的统一。

产品的结构设计需要考虑诸多因素，行业内的研发方向为通过结合电机的性能和叶轮、叶轮流道的合理选配研究，并针对不同的使用场景，在风压、风量和静音效果之间取得平衡，同时通过研发搭载热交换芯体、过滤装置，实现高效、节能、环保、降噪、净化等目的，业内仅少数大型生产厂商具备灵活、成熟的产品设计和生产能力。

随着互联网、物联网技术的快速发展，室内通风产品的智能化设计亦为行业的研发方向之一，通过远程 APP 控制、人体红外感应控制、语音控制、楼宇集中控制、无线射频控制等方式实现产品智能化。

随着通风系统越来越为大众消费者熟知，消费者对室内空气环境愈发重视，也激活了市场需求和消费升级，工业设计（外观设计）成为品牌方吸引消费者购买、提升产品价值的重要手段。工业设计的核心就是创新，它所追求的是从使用方式、材料、生产、组装、用户体验、服务方式、外观等多个方面不断创新，并更好地为人服务，从而提升产品价值和竞争力；好的工业设计更是企业与市场的桥梁，一方

面将生产和技术转化为适合市场需求的产品，一方面将市场信息反馈到企业，促进企业的发展，实现工业设计与企业发展共生共赢。

三、项目实施的必要性

（一）现有产能已无法满足公司业务发展需求

作为行业的领先企业，公司已建立良好的品牌形象和较高的市场知名度，产品销售形势良好，产销率超过 100%。预计未来几年公司的销售规模仍将保持快速增长。

随着业务发展，公司现有厂房、设备资源已不能满足不断增长的市场需求。公司通过优化生产流程、强化管理等手段，不断挖掘产能潜力，但仍难以从根本上缓解产能不足问题。通过本次项目的建设，公司将有效克服产能不足对公司发展的制约，为公司把握市场机遇奠定基础。

（二）公司产品结构升级的需要

随着制造业智能化、自动化产业升级，公司产品的性能也需要不断优化升级。公司只有以技术创新和市场开发为驱动，不断研发新产品，提升产品精密化程度，将产品质量水平提升到同类产品的领先水准，提高生产的灵活性和适应性，契合关键零部件国产化的需求，才能在与国外企业的竞争中获得优势，保持公司在领域的国内领先地位。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/567061103200010005>