

家用空調貿易市場分析

金屬中心 產業研究組 黃得晉

出版日期：2010.08.31

2010 年全球家用空調總進口值約 315.5 億美元，若從近 4 年成長趨勢來看，至 2008 年為止，全球家用空調總進口值呈現成長的趨勢，但 2009 年受全球金融風暴影響，使得進口值大幅下滑至 257.8 億美元，使得近 4 年的年平均複合成長率降至 6.6%，不過，2010 年已呈現回升態勢。至於在進口單價方面，近 4 年的進口單價從 2006 年的每公斤 9.05 美元成長至 2010 年每公斤 12.22 美元，如【圖 1】所示。

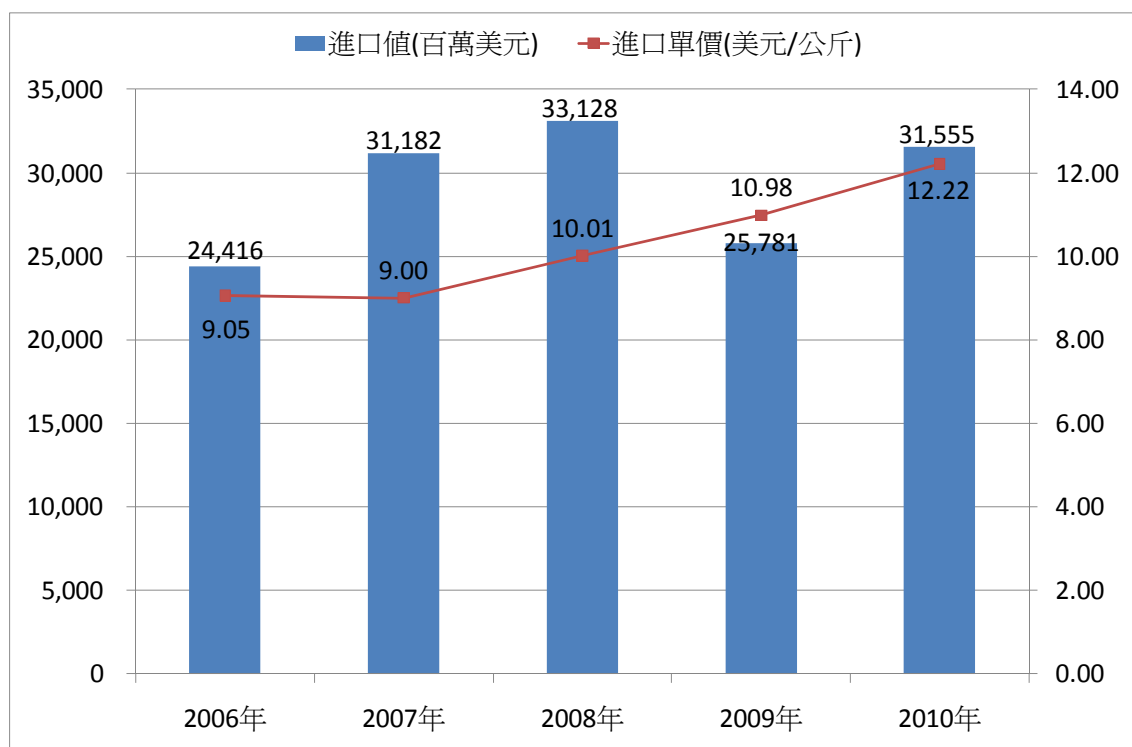


圖 1 2006~2010 年全球家用空調貿易統計分析

資料來源：台經院進出口資料庫/金屬中心產研組整理

一、全球家用空調貿易市場分析

(一) 進、出口概況

2010 年全球家用空調的進口值為 315.5 億美元，歐洲、美國與日本是前三大進口地區，合計約佔全球家用空調進口值的 50.4%。歐洲是全球家用空調最大進口地區，2010 年進口值為 99.7 億美元，佔全球家用空調進口值的 31.6%，近 4 年的年平均成長率為 2.7%；其中，德國、法國與義大利是歐洲前三大的進口國家，2010

產業評析

年的進口值分別為 15.2 億美元、13.24 億美元及 13.21 億美元，分佔全球空調進口比重的 4.8% 及 4.2%，並以義大利的成長率最高，近 4 年的年平均成長率為 6.9%。美國是全球家用空調的第二大進口地區，2010 年進口值為 36.7 億美元，約佔全球家用空調的 11.6%，但受全球金融風暴影響，在美國房地產不景氣的情況下，近 4 年的年平均成長率僅 0.5%；日本為全球家用空調第三大進口地區，2010 年進口值為 22.8 億美元，約佔全球家用空調的 7.2%，近 4 年進口值的年平均成長率高達 14%，遠高於其他歐美國家，如【表 1】所示。

表 1 家用空調主要進口國及地區

地區/國家	進口值 (百萬美元)	比重 (2010)	成長率 (2006~2010)	進口單價 (美元/公斤)
全球	31,555	100.0%	6.6%	12.22
歐盟	9,974	31.6%	2.7%	12.77
德國	1,515	4.8%	2.8%	16.30
法國	1,324	4.2%	3.4%	11.00
義大利	1,321	4.2%	6.9%	15.04
西班牙	1,216	3.9%	-3.7%	8.34
英國	845	2.7%	0.1%	14.98
美國	3,671	11.6%	0.5%	13.67
日本	2,280	7.2%	14.0%	11.68
加拿大	1,065	3.4%	-1.3%	14.85
澳洲	1,001	3.2%	9.7%	13.08
印度	824	2.6%	36.3%	10.83
俄羅斯	798	2.5%	57.6%	8.38
中國	763	2.4%	11.5%	18.02

資料來源：台經院進出口資料庫/金屬中心產研組整理

2010 年全球前十大家用空調出口國，約佔全球家用空調出口總值的 8 成左右，且幾乎大部份集中在亞洲地區，其中，又以中國大陸出口最多，2010 年以 99.8 億美元出口值囊括全球 39.7%，如【圖 2】所示，近 4 年的年平均複合成長率高達 15%，為前十大出口國成長率最高的國家。泰國則為全球家用空調的第二大出口國，2010 年家用空調出口值為 33.5 億美元，佔全球家用空調出口值的 9.2%，近 4 年的年平均複合成長率也有 9.9%；美國則為全球家用空調的第三大出口國，2010 年家用空調出口值為 21.8 億美元，佔全球家用空調出口值的 5.4%，2009 年因受金融風暴影響而下降至 18 億美元，使得近 4 年的年平均複合成長率僅有 0.8%。

產業評析

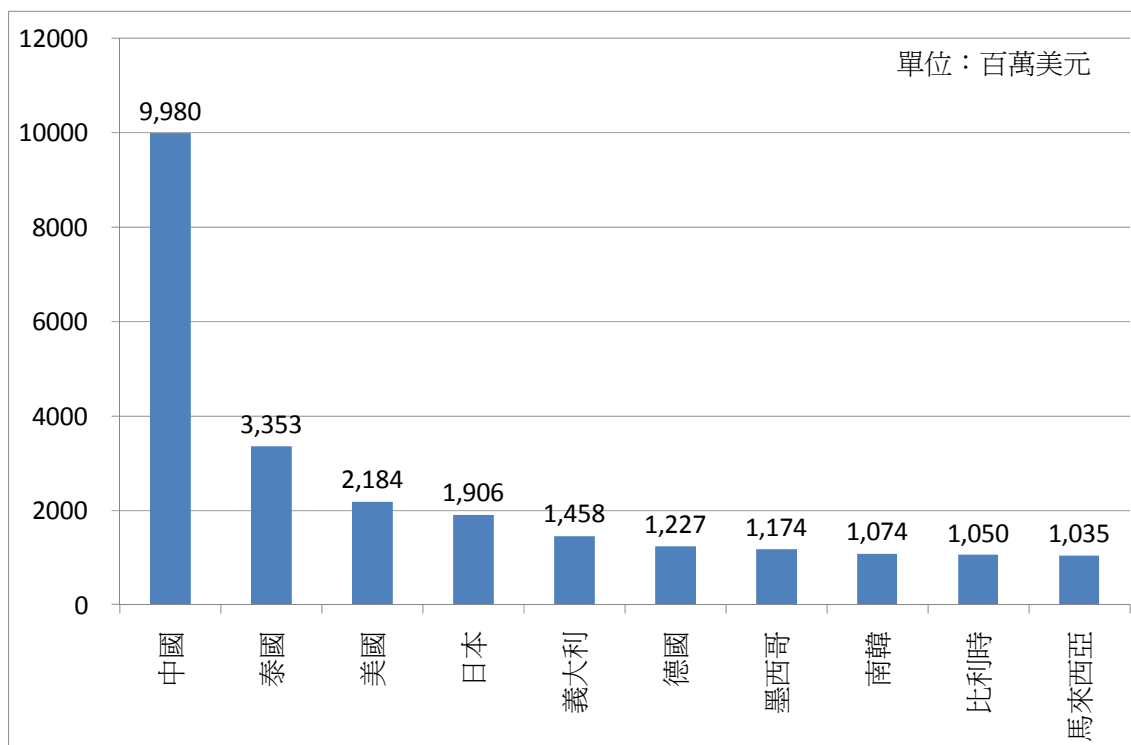


圖 3 2010 年家用空調全球前十大出口國統計

資料來源：台經院進出口資料庫/金屬中心產研組整理

(二) 台灣的競爭地位

台灣家用空調出口以美國、日本、新加坡、菲律賓與中國為主，約占整體出口值 55%，其中，2010 年對美國出口值約 2,214 萬美元，佔我國家用空調出口值的 19.1%，且近 4 年的年平均成長率為 2.4%；日本是我國第二大家用空調出口國，2010 年我國對日本出口值為 1,576 萬美元，不過近 4 年來已大幅下滑，年平均複合成長率為-11.7%；新加坡與菲律賓是我國家用空調第三、四大出口國，2010 年出口值分別為 1,054 萬美元與 870 萬美元；至於我國對中國大陸家用空調在 2006 年尚有 1,918 萬美元的出口值，但在近年快速萎縮，至 2010 年已降至 661 萬美元，年平均複合成長率為-23.4%，如【表 2】所示。

表 2 我國家用空調主要出口國

地區/國家	出口值(百萬美元)	比重(2010)	成長率(2006~2010)
全球	116	100.0%	-4.7%
美國	22.1	19.1%	2.4%
日本	15.8	13.6%	-11.7%

產業評析

新加坡	10.5	9.1%	-1.0%
菲律賓	8.7	7.5%	1.4%
中國	6.6	5.7%	-23.4%

資料來源：台經院進出口資料庫/金屬中心產研組整理

從全球家用空調的三大進口地區來看，我國對歐盟出口的家用空調產品少，2010年在歐洲地區僅排名第37大進口國，進口金額為1,260萬美元；而日本市場方面，我國是日本家用空調的第四大進口國，2010年進口金額為1,390萬美元；至於美國市場方面，我國是美國市場第8大進口國，2010年進口值為2,898萬美元，如【表3】所示。但從近4年我國對這三大家用空調的進口市場來看，無論是在日本、美國與歐盟市場，均呈現成長率下滑的趨勢，尤其是對歐盟市場，近4年來的年平均成長率為-13.8%

表3 家用空調主要進口市場台灣競爭地位

單位：百萬美元、美元/公斤

美國市場			歐盟市場			日本市場				
國家	進口值	成長率	進口單價	國家	進口值	成長率	國家	進口值	成長率	進口單價
墨西哥	1,400	4.4%	15.8	中國	1,337	0.9%	中國	1,835	17.4%	11.2
中國	1,323	-0.4%	11.2	捷克	1,097	14.4%	泰國	340	7.4%	13.6
加拿大	234	-5.3%	15.2	德國	923	-0.4%	馬來西亞	25	-14.7%	21.9
日本	196	7.5%	16.6	日本	842	5.6%	美國	22	1.5%	19.1
泰國	177	1.4%	13.6	義大利	816	6.0%	台灣	14	-9.9%	16.5
台灣	29	-4.5%	16.9	台灣	13	-13.8%	韓國	14	15.7%	11.9

資料來源：台經院美國、歐盟及日本海關進出口資料庫 /金屬中心產研組整理

註：成長率為2006~2009年進口值變動率

二、產業的問題與挑戰

隨著建築業、工商設施及人民生活品質的提高，家用空調產品的需求日益增加，需求範圍和需求層次也呈現複雜化和多樣化的發展趨勢。由於全球家用空調的需求成長來自房地產市場的景氣、產品更新循環以及新興市場的經濟成長，所以，經濟景氣與房地產景氣實是影響該產品需求成長的最重要關鍵。

對於家用空調產品技術來說，變頻技術的開發和製冷劑替代的應用匹配是現階段最重要產品開發的兩大重點。在變頻技術的開發方面，變頻驅動技術、變頻壓縮機、直流無刷電機和整機變頻智慧控制關鍵技術等均是開發的重點項目；至於製冷劑替代的應用方面，根據蒙特利爾議定書，將加速淘汰含氫氟氯烴即HCFC，到2030年停止HCFC的使用，所以蒙特利爾議定書締約國協定中對氫氟氯

產業評析

烩(HCFC)淘汰有時間表的規定，因而家用空調行業無氟製冷劑的推廣應用為未來製造廠商關注的重點。

至於在家用空調消費者的需求層面來看，使用者對家用空調產品的訴求不再簡單地停留在製冷制熱這個層面，“節能環保”已經被提高到一個很重要的位置，根據調查，在購買空調的消費者中，有 51.1%會將“是否節能環保”作為選購空調的重要因素，其中更有 75.7%的消費者將“無氟變頻”作為衡量“節能環保”的一個重要指標。另外，智慧數控、健康、易操作、低噪音等亦是消費者的重要選項。

三、結論與建議

雖然家用空調產品已屬於產品生命週期的成熟期，但隨著消費者消費趨勢變化，廠商依然可以經由滿足消費需求而提昇其產品價值，尤其是在未來全球對氫氯氟烩(HCFC)淘汰的時間壓力下，廠商更應積極朝向研發創新與行銷整合方面著手：

在研發創新方面，廠商可依消費者對產品功能的考量上努力，如節能環保、低震動、智慧數控、健康等方面均是消費者重要的選項，廠商若能針對需求提出更佳的产品功能，勢必贏得更多消費者的支持。而未來幾年中，變頻技術的開發和製冷劑替代的應用將是家用空調廠商在研究發展中的重要關鍵，至於時尚樂活需求導引出之智慧數控則是消費者在選購家用空調時的加減分之考量。

而在整合行銷方面，由於家用空調的採購時機一般來自於購屋、結婚及產品替換，若能採取整合行銷方式將可有效整合目標消費者形成最大綜效。尤其是家用空調產品間的彼此差異性很小，價格戰遠不如採取整合行銷，也可與相關的售後服務等整體行銷通路相結合，共同開創商機。