

东南亚地区 的空调市场需求回升

1997年金融危机后,东南亚市场上RAC/PAC的本地需求量持续走低。但自2000年以来,市场需求开始缓慢回升。而且自2002起,市场需求量开始稳步增长。尤其是在印度尼西亚和马来西亚两国。



文/中国家电网

据估算,2003年东盟地区的空调销量在200万台(套)左右。

1、印度尼西亚

和其它东盟国家一样,在1997年印度尼西亚空调的市场规模也曾达到过35万台(套)的峰值,而1998年市场规模则下降到10万台(套)以下。但从2000年起,市场迅速恢复,在2003年市场规模又达到了50万台(套)左右。

在印尼,National Gobel的市场占有率居首位,紧随其后的是来自韩国LG电子、中国长虹和日本的东芝。和其它家电市场一样,2003年空调器的市场价格大幅下降,平均降幅达30%。但由于产品原材料价格的上涨导致产品成本的提高,使得空调器的价位维持在一定的水平而没有进一步恶化。从功能和技术的趋势来看,健康和节能仍将是市场的两大主题,生产厂商也纷纷紧跟市场趋势。2002年夏普就推出了一种复合了空气净化功能的“Plasma Cluster”空调器。

2、泰国

2003年泰国市场的销量约为45万台(套),三菱电机保持着该地区最大的市场份额。而在泰国本土制造商中,市场份额最大的是Saijo Denki。最近,一些日韩制造商也纷纷推出众多极具价格竞争力的家用空调,以扩大自己的市场份额。2003年泰国的空调市场情况非常好,由于经济复苏所带来的房地产市场的繁荣以及气候因素的影响,使得泰国的空调市场保持着良好的销售态势。由于政府降低了住房抵押税,使得办公楼和住宅的建设增加,因而,空调器的市场需求也随之不断扩大。受种种对市场有利因素的影响,2003年泰国的空调销售量超过了金融危机前所达到的历史最高纪录。受来自中国的低价空调的影响,泰国国内的空调价格大幅下降。有些品牌通过降价的方式提高产品的市场占有率,而有些品牌则在提高产品附加值上做文章,例如:在空调器上添加空气净化功能。总之,越是低端的产品,价格竞争就越激烈。

3、马来西亚

马来西亚的空调市场已经恢复到了金融危机以前的水平。据估算,2003年马来西亚市场的销量约为40万台(套)。在去年1月份,市场价格下降了15%。在东南亚各国中,马来西亚市场的价格竞争最为激烈。由于受SAILS的影响,市场上带有空气净化功能的空调器受到消费者特别的关注,松下空调器居市场占有率的首位。McQuay-OYL是马来西亚一家当地资本的空调制造商,为Acson,约克以及三菱贴牌生产,产品也占据一定的国内市场份额,McQuay-OYL还以McQuay为品牌出口到国际市场。另一家本土制造商为Topaire,其生产的空调器的品牌为“Topaire”。

4、菲律宾

2003年菲律宾的市场规模为38万台(套)。窗式空调占据了将近90%的市场份额。Carrier-Concepcion和松下两大厂商则占据了窗式空调市场的大部分份额。在分体式空调市场上,大金、松下、开利是市场的主流品牌。由于消费者对于分体式空调的总开销(包括安装费用),高出窗式空调2.5-3倍,故其在菲律宾的市场接受度较低。

5、新加坡

2003年新加坡的市场规模据估算为16万(台)套。总体上说,75%的家庭已经在居室里安装了空调,而且商用建筑和大型购物场所也普遍安有空调器。由于新加坡的生活水平较高,空调器市场已趋于饱和。随着家用空调市场的萎缩,使得本国空调工业处境日益艰难。厂商只能依靠用户对产品的更新换代。

最近,新加坡市场上出现了一些好消息。2004年第1季度新加坡的经济增长率为7.3%,这是相当令人惊讶的。这是2000年底至今,增速最快的一段时期。近三年来一直低迷,增长率持续为负(-10%)的建筑业,也出现了0.1%的增长。

各大厂商主要通过价格战,以提高自己的市场占有率。而就产品质量而言,当地消费者普遍认为日本

厂商的空调器很有竞争力。该市场的主要需求为“一拖多”式分体空调。

新加坡空调市场的一个特点是：变频空调占有较高的市场份额。房屋建筑商和开发商普遍采用这些变频空调。主要的生产厂商有：大金，三洋。目前，只有三洋在新加坡建立了制造厂，其生产的空调器不仅面向新加坡国内市场，而且还出口到中东地区。

在东盟地区，新加坡是最大的VRF(变制冷剂流量系统)市场，主要厂商为大金。日本的厂商都在争夺这个市场。而且，以LG电子为首的韩国厂商也开始参与。随着新房建设的减少，现有中型建筑物上已有老式空调的更新换代，也将会有很大的市场需求。VRF系统的空调主要安装于高档公寓。

今年7月6~9日，在新加坡展览中心举办了“第五届亚洲暖通空调展”。展会展示了暖通空调业的最新技术。

6、越南

越南的空调市场尚不成熟，但其逐渐形成的市场规模也不可小视。2003年的销量为12万台(套)，预计规模也不可小视。2003年的销量为12万台(套)，预计2004年的销量将达到14万台(套)。越南市场上大大小小的品牌共有10余个。三大主流厂商为LG电子、松下和东芝。这三家占据了越南家用空调市场75%的市场份额。在最近新建成的公寓楼中，也出现了“一拖多”分体式空调。超过80%的市场需求为分体式空调。越南消费者在选购家用空调器时所考虑的3大因素分别是：品牌知名度、售后服务和噪声水平。

7、小结

在上世纪80年代末，出于产品出口的目的，日本企业在泰国、马来西亚、菲律宾、新加坡、印度尼西亚建立了工厂，生产RAC/PAC产品。现在，这些国家的工厂不仅作为美国和日本品牌的生产基地向全世界输出产品，而且，一些优秀的本土制造商为了寻求

更好的发展，也积极开拓海外市场。与中国和韩国企业的竞争尤为激烈。

在泰国，主要的制造商为三菱电机、东芝开利、大金、三菱重工、夏普和富士通将军公司。这些大厂商纷纷提高生产能力，年产量分别为40~80万套不等。韩国的LG电子和三星公司也在泰国建有工厂，生产空调器。泰国商业部和促进投资委员会(B01)批准了三星公司在泰国的年生产能力扩大至30台(套)的请求。虽然，目前三星公司的产量不大，但他们正计划加强产品的出口。LG电子的回转式压缩机生产线投产，其年产量为100万台。特灵公司也与本地资本结合，从事空调器的生产和销售。

虽然泰国有50多家本土制造商，但多数企业的规模很小。其中一些规模较大的企业也是以OEM的方式为国外品牌贴牌生产。当然，也有一些知名的本土制造商，诸如：Unifab Equipment、Star、Set Point、Finn Group、Better Living、Bitwise、Unico、Saijo Denki等等。这些知名制造商吸引了不少世界上的独立商人。这些制造商多数都能生产适合于欧洲市场的混合工质(R407C)空调。

在马来西亚，松下公司的年生产量最大，为180万台。日立和开利紧随其后。同时，也有几家实力较强的本土企业，如：McQuay-OYL、Dunham-Bush马来西亚分公司。

Dunham-Bush马来西亚分公司利用美国总部提供的全球销售网络，不断增强自己的国际竞争力。

在印度尼西亚，近几年，许多日本公司的组装厂纷纷停产关门。现在，印尼的主要空调企业是：National-Goble、Maspion Uchida(本地)、LG电子。

在菲律宾，有许多本土制造商。最近五六年，它们纷纷与欧美大厂商联姻，如：Carrier-Conception、Fedders-Koppel、Daikin-Alen。其中，Carrier-Conception和Matsushita两家在本地市场中居统治地位。■