



2022年9月白电观察

欧洲碳中和目标的推进以及能源危机导致能源价格上涨，推动了我国空气源热泵的出口。

人们追求品质化、差异化产品，追求生活满足、精神满足的需求没有削弱，进而支撑起了干衣机销量增长。

作者：鲁光远 朱嘉林 张威

电话：010-58352887

邮箱：luguangyuan@xinhua.org

编辑：杜少军

审核：张 骐

官方网站：www.cnfic.com

客服热线：400-6123115



目录

一、空气源热泵出口增速达到 69.1%	3
二、疫情推升冰柜需求	4

2022年9月白电观察

欧洲能源危机导致能源价格上涨，尤其是天然气价格居高不下，加大了对于具有较强节能属性的空气源热泵的需求。而人们追求品质化、差异化产品，追求生活品质提升等需求并没有削弱，这种消费特点支撑起了干衣机的需求增长。冷柜内销量保持较高增速，很大程度上是疫情催化的结果。

一、空气源热泵出口增速达到69.1%

根据产业在线数据，9月份，我国家用空调企业端总产量、总销量分别为1015.3万台、1038.4万台，同比增速分别为1.5%、1.1%。其中，内销量、外销量分别为694.5万台、343.9万台，增速分别为4.5%、-5.07%。家用空调总体销售额为230.8亿元，同比增长3.1%，其中内销额、出口额分别为182.3亿元、48.5亿元，增速分别为3.0%、3.3%。

从零售端样本数据来看，9月份，家用空调终端零售量为143.8万台，同比增速为-12.5%，其中线上、线下渠道零售量分别为113.4万台、30.4万台，同比增速分别为3.4%、-44.4%，线上、线下渠道占比分别为78.9%、21.1%；终端零售额为49.6亿元，同比增速为-14.0%，线上、线下零售额分别为36.7亿、12.9亿元，增速分别为3.2%、-41.7%，线上、线下渠道占比分别为74.0%、26.0%。

从终端价格来看，9月份，线上、线下渠道终端价格分别为3446.2元每台、4290.9元每台，同比增速分别为2.8%、28.0%，线上、线下价差从8月份的937.9元每台缩减到844.7元每台。

与家用空调总体产销增速形成对比的是，中央空调与空气源热泵维持了较高的景气度。

根据产业在线数据，9月份，中央空调企业端销售额为132.1亿元，同比增长16.8%，其中，内销额、出口额分别为116.1亿元、16.0亿元，同比增速分别为14.4%、37.7%。从中央空调细分品类上看，8月份，单元机、多联机、离心机、螺杆机、溴化锂、末端内销额分别为13.1亿元、75.2亿元、5.2亿元、9.6亿元、7.1亿元、2.0亿元，同比增速分别为5.2%、12.9%、3.3%、24.6%、13.2%、8.4%。

9月份，空气源热泵企业端销售额为21.0亿元，同比增长12.2%，其中，内销额、出口额分别为16.6亿元、4.36亿元，同比增速分别为3.1%、69.1%。

分析认为，家用空调9月份内销量同比增速为4.5%，但1-9月累计内销量增速仅为0.5%，空调市场景气度依旧较低。住宅竣工情况是家用空调周期波动的重要影响因素，很大程度上决定了家用空调的周期波动。数据显示，9月，住宅竣工面积为2858万平方米，同比增速为-6.1%；1-9月住宅竣工面积为29595.4万平方米，同比增速为-19.6%。但应注意的是，制冷领域同时发生了一些结构性

变化，具有鲜明自身特色和优势的中央空调和热泵将会维持在相对较高的增速，占据更大的市场份额。

《中国热泵产业发展报告（2022）》显示，2021年，我国空气源热泵产业内销市场规模达178.5亿元，同比增长13.8%，出口市场规模为48.6亿元，同比增长93.6%。2022年，空气源热泵的外销需求持续爆发。据产业在线统计，6-9月，空气源热泵外销售额增速分别为50.3%、55.2%、60.1%、69.1%，外销增速保持在较高水平，主要是因为欧洲各国为实现“碳中和”目标而推出限制石化燃料供暖相关政策的催化，以及欧洲能源危机导致能源价格上涨，尤其是天然气价格居高不下，加大了对于具有较强节能属性的空气源热泵的需求。中国目前是欧洲空气源热泵的主要供应国，市场占比达60%。多个欧洲国家市场呈爆发式增长，上半年中国对保加利亚、波兰、意大利、西班牙出口空气源热泵的金额增幅分别高达614%、373%、198%、71%。

从长期来看，空气源热泵也契合国家双碳战略，其节能环保的属性有望使其在今后保持较好的发展前景。

二、疫情推升冰柜需求

8月份，我国洗衣机总产量、总销量分别为592.2万台、600.2万台，同比增速分别为-6.5%、-4.9%，内销量、外销量分别为345.1万台、255.2万台，同比增速分别为-7.7%、-0.9%。干衣机总销量为33.2万台，同比增速分别为-1.2%，内销量、外销量分别为5.4万台、27.8万台，同比增速分别为18.4%、-4.1%。

1-8月，我国洗衣机总产量、总销量分别为4357.6万台、4350.3万台，同比增速分别为-8.2%、-8.7%，内销量、外销量分别为2512.9万台、1837.4万台，同比增速分别为-8.0%、-9.7%。干衣机总销量为282.0万台，同比增速为8.5%，内销量、外销量分别为46.2万台、235.8万台，同比增速分别为48.6%、-3.0%。

8月份，我国冰箱总产量、总销量分别为629.8万台、612.7万台，同比增速分别为-8.7%、-14.01%，内销量、外销量分别为348.7万台、264.0万台，同比增速分别为-0.6%、-27.0%。冷柜总产量、总销量分别为284.6万台、273.9万台，同比增速分别为-8.0%、-9.9%，内销量、外销量分别为125.7万台、148.2万台，同比增速分别为17.8%、-24.8%。

1-8月，我国冰箱总产量、总销量分别为5041.0万台、5147.3万台，同比增速分别为-9.81%、-9.74%，内销量、外销量分别为2642.3万台、2505.0万台，同比增速分别为-5.0%、-14.3%。冷柜

总产量、总销量分别为2403.9万台、2469.4万台，同比增速为-9.7%、-7.8%，内销量、外销量分别为1073.0万台、1396.4万台，同比增速分别为8.9%、-17.4%。

分析认为，干衣机内销量增速在8月份、1-8月份分别达到18.4%、48.6%，高增长的背后是我国消费市场的变化，当前的消费市场已经不能笼统地用消费升级或消费降级来定义。一方面，人们控制开支的意识较疫情之前更为明显；但另一方面，人们追求品质化、差异化产品，追求生活品质提升等需求并没有明显削弱。而干衣机即符合这样的消费趋势，预期未来干衣机仍能够保持较好发展趋势。

冷柜内销量保持较高增速，很大程度上是在疫情背景下，人们对食品饮料的存储需求增加的结果。2019年、2020年、2021年，2022年1-8月，冷柜内销量增速分别为9.5%、20.8%、16.9%、8.9%，同时期，冰箱内销量增速分别为0.7%、-1.6%、0.1%、-5.0%，两者增速分别相差8.8、22.4、16.8、13.9个百分点。从疫情来临的2020年开始，冷柜与冰箱的增速差即保持在高位，而随着疫情延续并在总体上逐步得到有效控制，两者增速差也在逐渐缩小。

重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整，不对外公开发布，仅供接收客户参考。未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。