SuperBrand空调品牌测评报告

空调是家庭必备的家用电器之一。中国有很多知名的空调品牌，如格力、海尔、美的等等，都拥有比较高的市场份额。那么这些品牌在海外市场的表现如何呢?

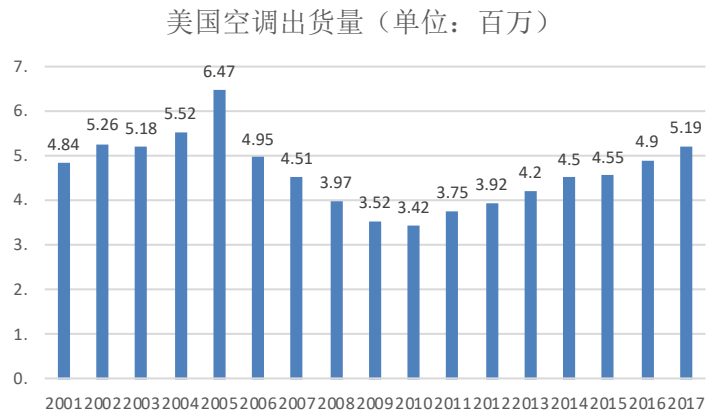
图表1：消费者报告空调品牌测评排名

排名	分类	品牌	加权分	舒适度	低风档室内噪音	高风档室内噪音	使用容易度
1	小型	GE	76	4.5	3.5	3.0	3.0
2		Amana	75	4.0	3.0	3.0	3.0
3		Frigidaire	74	4.5	3.5	3.0	2.5
8		Haier	63	4.0	3.0	3.0	3.0
1	中型	Friedrich	82	5.0	4.0	3.0	4.0
2		GE	77	5.0	2.7	2.0	3.0
3		Kenmore	76	4.5	3.5	2.5	3.5
1	大型	LG	82	5.0	4.0	3.0	3.0
2		SPT	76	5.0	3.0	2.0	4.0
3		Frigidaire	74	5.0	3.0	2.0	3.0
4		Haier	74	5.0	3.0	2.0	3.0

（数据来源：消费者报告。其中加权分和各项指标由SuperBrand根据每个产品的评分和排名加权获得）

美国第三方产品测评机构消费者报告Consumer Reports对27款市面上常见的空调做了测评。产品品牌多元化，共包含了11个品牌。小型空调市场评分最高的是GE。GE家电在2016年被海尔收购，但仍在美国总部独立运营，本文暂不把GE当做中国品牌。第二、三名均为美国本土品牌。海尔排名第8，评分和其他品牌仍然有一些差距。从各项指标来看，舒适度和噪音大小是海尔空调的主要缺点。消费者报告认为海尔这款产品的优点是有百叶窗可以调节风向、滤网脏了会提示等，缺点在于没有排风口。中型空调仍然基本只有美国本土品牌。大型空调市场，韩国LG则凭借出色的产品遥遥领先，评分比2、3名高出不少。海尔则排名第四，和2、3名的评分差距没有很大，各项指标也基本和同行业对齐。

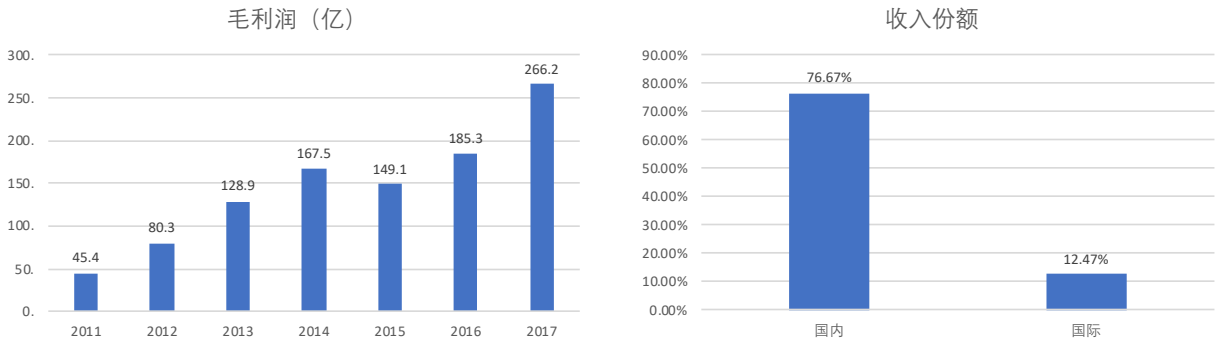
图表3：美国2001年-2017年空调出货量



（数据来源：Statista）

Statista的数据显示，美国市场在经历2005年的高峰之后，空调出货量持续跌落，直到2011年才开始回暖，并保持每年上升的趋势。美国Appliance Design杂志网站预测，2018年-2019年美国空调出货量仍将保持上升的态势，美国市场对空调的需求仍然没有饱和。

图表3：格力2011-2017年度空调业务利润走势以及2017年收入划分（按区域）



（数据来源：Statista）

中国品牌在海外市场的表现如何呢？先以格力为例。汇丰银行的一份报告指出，格力在2014年的海外市场业务销量只占格力总销量的11.3%。而Statista在2017年的数据显示，格力电器在国内市场的收入占了其76.67%的份额，而国际市场依然只占了12.47%。而与此同时，2015-2017年间，格力空调在国内的收入增长了将近50%。不难推导出，格力近些年来在海外市场的回报其实很低。

根据美的2017年的财报，空调业务美的国内市场份额24.6%，近几年都比较稳定。暖通空调相关的业务营收占比比前一年要低。国外市场营业收入也从2016年的62.18%减少到了43.19%。美的近些年通过大量收购、并购迅速获得海外的技术和市场，但到目前为止，空调业务上的效果并没有凸显出来。另外一边，海尔通过收购GE家电获得了美国市场的大量份额，据海尔提供的数据，海尔和GE家电在美国空调市场的份额已经占到27.2%，位居第一。从海尔2017年半年报的数据来看，空调业务的营业收入增长速度达到了68.94%，毛利率也有所提高。海尔对GE家电的收购比较成功地将海尔的业务拓展到了北美。

由于文化的差异，国内外的空调市场的用户需求有很大的差异。中国品牌想要拓展海外市场，需要重新设计产品、理解市场。空调市场上，中国主要的三个品牌——格力、美的、海尔——都在艰难的开拓业务，海尔通过收购GE家电反而抢占了美国市场的先机。其他小空调品牌的海外市场拓展更加缓慢。全球空调市场上，中国品牌目前仍然面对很大的挑战。