

空气热泵专家交流

背景：随着国际能源价格上涨，今年上半年热泵的产品国内出口的增速相比往年大幅增长，大概增长 60%。下半年冬天到来，热泵的采暖需求持续，预期向好。热泵的暴涨引发资本市场的强烈关注。

专家：纽恩泰海外营销总监，多年外贸行业的工作经验

Q1：拆分海外市场的一个大体的市场规模，以及增速，还有一些主要产品的一个占比情况。

A：先说一下去年的中国的热泵出口情况，2021 年中国热泵出口总额大概是 51 亿人民币，其中：泳池热泵占据 50%以上，可能在 25-30 亿之间；采暖热泵 10-15 亿人民币；热水热泵大概 8-10 亿人民币。今年预计全年的热泵出口总额会在 80 亿以上，应该在 80-100 亿之间，其中：采暖热泵出口额预计在 50 亿人民币以上；泳池热泵出口额预计同比下滑，可能在 15 亿人民币以上，大概是 15-20 亿人民币；热水热泵大概在 10 亿人民币左右。出口的部分跟国内有一个明显的差异，就是国内主要是采暖和热水热泵，以及由少量的烘干，而出口去年则主要是以泳池热泵为主，其次是采暖和热水。今年海外出口发生了较大的转变，采暖热泵出口大幅增长，成为主要部分，其次才是泳池、热水热泵。

Q2：欧洲目前本土的产品占比是怎样的？泳池热泵和两联供的采暖热泵产品对比哪种占比更高？

A：去年欧洲的热泵销售总金额在 200 亿人民币左右，其中采暖的占比是最高的，其次才是泳池，最后是热水热泵，跟我们中国的出口情况不太一样。欧洲当地的采暖热泵从中国进口的比例还不太高，从日本进口的比例还要更高一点。但泳池热泵就不太一样，欧洲本土七八成都是从中国进口的，本土制造的和从其他国家进口的就比较少。

Q3：根据第三方数据，21 年欧洲本土的热泵销量增速是 30%左右，而国内的出口有翻倍的增速，这背后的原因是什么？是海外疫情导致的产能短缺还是之前做这些品类的比较少？

A：今年相对于去年的大幅增长主要是来源于采暖的增长，采暖业务去年从 10-15 亿到达了今年全年预计 50 多亿的情况，有三四倍的增长。主要的原因也是欧洲的能源危机，导致天然气以及电价都大幅上涨，用户出于节能的需求选择更节能高效的热泵。另外就是政府对于热泵的补贴以及政府对天然气等化石燃料的限制也促进了热泵的增长。

Q4：国内企业出口主要是代工还是自主品牌比较多？

A：中国出口的热泵企业基本上都是贴牌和代工，自主品牌微乎其微，美的和格力可能有一点，但也不是很多。其他的基本都是没有做自主品牌。

Q5：目前热泵的市场空间比较大，海外的那些品牌他们会有扩产能的计划，这些会不会挤压国内代工厂商的空间？

A：是有的，比如菲斯曼就有在波兰建厂计划扩产能。但是建厂的步伐并不会太快，到明年甚至后年产能还跟不上。在国内其实产能也是不足的，比如美的为主的中国热泵都出现了产能不足的情况，美的在年中的时候，接单答复周期已经达到了半年以上，也就是说年

中的订单已经排到了第二年。像芬尼、艾美泰、春光这种小一点厂家，他们的交期普遍也很长，都在三个月以上。

Q6：2021 年中国热泵出口到欧洲的金额大概是 50 亿人民币左右，然后欧洲市场规模大概是 200 多亿。我们的出口份额的话其实就占他们那边大概 20% 左右。那从您的角度说的话，未来我们这个份额还有没有在提升的空间？

A：实际上我们现在占欧洲这个市场份额可能不到 20%，那未来的话当然是有提升空间。因为欧洲的产能确实是不足，中国的产能虽然也不足，但是中国扩产能的速度我认为是比欧洲快的。现在美的、芬尼、爱美泰等企业都有扩充产能的计划。美的今年总产能规划是 30 万台，大概是 30 多亿人民币左右，明年规划产能是 60 万台，就是翻倍的产能。爱美泰也是现在再建一个新的厂，可能明年这个下半年会投产，计划产能是 20 万台。芬尼的话之前在安徽建了一个厂，这个工厂一直没有负荷，那后续他的规划是把这个厂转向热泵。

Q7：如果是从那个产品的角度来看，我们国内品牌不管是自主品牌也好，还是代工的一些热泵产品，跟海外的这些本土品牌做的产品比起来是怎么样？有竞争力吗？

A：用户目前还是认为欧洲本土品牌更好，中国本来就有很多出口是贴牌的，不过主要都是一些欧洲的中小经销商，知名度不是很高。总的来说，中国出口的产品定位在欧洲就是中低端的。

Q8：您刚刚提到那个关于产能的问题，比如说像这种十万台 20 万台的这种产能，扩产的周期大概是要有多久？

A：如果这个场地是建好的，开始动工到这个真正投产的话，要一年多到两年，甚至有些慢的可能会两年多。

Q9：国内热泵目前是三大白电品牌份额占比最高，他们的产品跟纽恩泰这种专业做热泵的品牌相比怎么样？

A：从三个品类来说：

采暖热泵美的和格力做的很不错，今年的出口也是这两家公司占了绝大部分，美的的热泵出口第一，格力基本上就是第二的位置，然后才到了专业做热泵的企业，像芬尼、纽恩泰这些公司。

泳池热泵，美的去年才开始开发泳池热泵，但是今年的泳池热泵行情不佳，美的也把重心进行了调整，所以说这个现在泳池产品也不是太健全，业务拓展方面也没有太大进展。泳池热泵的话，美的现在做得很少，那格力的话就还没有做。这一部分都是专业的热泵在做。

热水的话，专业的空调厂家也是有做的，包括美的、格力、TCL、海信、万和、太阳雨等，美的的出口量还是最大的，大概有 2-3 万台，芬尼的热水热泵的出口量大概使 1 万多台，金额也就是 1 亿人民币出头。

Q10：，热泵这些产品横跨起来会有难度吗？比如说之前做热水的想改去做两联供，之前做两联供的想去做热水做泳池什么的，会有难度吗？

A: 其实这三类产品的差异非常大, 虽然工作原理是相同的, 但使用的需求差异还是很大的, 也就是对制热量的需求差异很大。比如从功能上, 泳池的热泵需要换水气防腐, 因为泳池里的水加了氯之后有腐蚀性, 泳池的热泵很多要采用 ABS 塑料壳, 外形更加多变, 同时也要做到防水。而采暖的热泵都是钣金。从制热量的角度来说, 泳池热泵主要是 7-11kw 的, 但采暖热泵的主要销售型号是 9-16kw, 热水热泵则是 2-3kw。另外热水热泵要求内置的水箱有 200-300L 的容量, 采暖则没有内置水箱, 只有膨胀罐, 泳池则两者都没有。所以说三者的差异还是很大的。

Q11: 如果是从公司的角度看, 比如说现在份额比较高的三大白电, 然后像芬尼包括纽恩泰, 然后日出东方, 他们是所有热泵产品都能做吗? 还是说他们是会专注在某个领域?

A: 实际上想说的话, 这个技术难度并不是太高, 只不过是需要时间。因为这个产品不同品类之间差异比较大, 都是各个品类之间就是差异大, 所以都是全新开发, 就时间周期的问题。做都是能做的, 技术上没有什么难点。

Q12: 国内的这些厂商尤其做出口做得比较好的企业有没有可能通过组建一些安装团队或者是在渠道上有一些突破, 然后去挑战份额做自主品牌, 还是说消费者的认知已经完全固化, 未来的商业模式, 只能做代工?

A: 中国的企业也可以尝试去做自主品牌。但其中一个关键点就是这个安装售后的服务, 因为热泵产品跟这种家电差异是很大的, 热泵需要专业人员进行安装, 流程非常复杂, 对售后服务的要求也是非常高的。所以想做自主品牌, 那在当地一定要有非常健全完整的专业的安装和售后团队。

Q13: 听说有一些企业他们已经在海外组织基础人员做培训, 然后组成这样一个团队。请问本地的这种人员是能够快速找到, 也不隶属于当地的品牌, 团队是容易组建的吗?

A: 现在想找第三方安装服务公司合作, 但是比较难, 因为现在当地专业的人员并不多, 行业其实也就是近两年发展比较快, 之前没有达到这么大的体量, 相应的这个从业人员并不多, 所以想组建团队, 难度还是比较大, 更多要靠这个自己培养。

Q14: 这些人员上岗需要什么认证吗? 因为如果需求爆发的话, 总是要有人去安装的, 无非是说谁更快地找到这些人, 把他们体系化, 您觉得在这个过程中什么样的企业可能更有机会一点。

A: 上岗是需要相应的从业执照的, 所以组建团队的难度也比较大。国内做家电和空调的大企业肯定更有优势, 因为他们在欧洲本身就有分公司或者工厂, 有更大优势。

Q15: 那么本来就有证件的人, 流动性强吗?

A: 首先从业人员并不多, 挖人也是可以挖, 但是毕竟品类上存在差异, 也需要去培训。

Q16: 消费者购买热泵主要的消费渠道是哪些?

A: 购买的渠道是当地的门店为主。电商也可以。热泵的销售渠道跟热水器和天然气采暖的销售渠道是比较互通的, 可能有些店既卖燃气炉也会卖热泵热水器等等。

Q17: 跟空调的销售渠道差异大吗?

A: 跟空调的销售渠道差别还是有点大的, 因为热泵现在以出口采暖热泵为例, 也就是三联供, 那它有三个功能, 主要是采暖、制冷、以及生活热水, 主要功能还是这个采暖其次是生活热水, 制冷功能很多客户的要求并不高, 是一个负载功能。功能上热泵和空调有重叠, 而热泵主要工作还是采暖, 销售渠道可能有重叠, 但是重叠度也不大。

Q18: 大金和美的相比, 大金在渠道上会有优势吗? 还是说双方都差不多。

A: 大金这个品牌在欧洲还是受认可的, 也有自己比较健全的销售渠道, 那当然是有优势的。大金在欧洲还已经有所涉猎热泵了, 在欧洲知名度已经比较高了, 是大家比较熟知的热门品牌。

Q19: 热泵的哪些零部件比较关键? 比如压缩机, 是企业自主生产还是第三方采购?

A: 按照价值排序, 价值最高的是压缩机, 其次就是电控, 然后是换热器、水泵。

以压缩机来说, 主要的品牌有三菱、日立、海立、美芝, 主要是一些日本品牌, 热泵厂家都是采购这些外资压缩机的, 美的的话可能有一定份额是自主生产的。但是采暖热泵还是更多的会用三菱松下, 毕竟欧洲这个经销商更加认可压缩机日本品牌。格力同样的, 压缩机会用凌达、三菱。

水泵现在用得比较多的国际品牌就是格兰富和威乐, 这两个是欧洲市场比较认可的品牌。但现在因为交期问题很多, 欧洲也在逐步开始接受中国的水泵品牌, 比如新界、新沪。美的先在主要用新界, 格力用新沪比较多。

板式换热器中, 欧洲客户比较认可舒瑞普、阿法拉伐, 同样因为交期问题很多厂家会选择国产品牌, 比如美的现在在大量地使用唯益品牌。

Q20: 屏蔽泵现在哪些企业在做? 评价一下合肥新沪这家公司。

A: 新沪这家公司是格力的主要水泵供应商, 产能非常多, 质量也是逐步受到认可, 从格力开始, 很多的热泵厂家也开始用新沪, 市场份额逐渐增加。

Q21: 国内产品的出口价格怎么样? 哪个产品的出口价格最高, 未来的价格趋势是怎样的?

A: 这个以产暖热泵为例, 主流型号是从 6-12kW, 其中最销量最大的型号, 是 9kW 和 12kW。以 12kW 为例, 出厂价大概 1 万人民币出头。泳池热泵销量最大的是 7kW 和 9kW 两个型号, 以 9kW 为例, 出厂价是 3000-4000 元区间。热水热泵销量最大是 2-3kW 配 200-300L 水箱, 出厂价 4000-5000 元人民币。目前利润最高的是采暖热泵, 其次是热水, 泳池热泵的利润是比较低的。

Q22: 能否拆解一下, 如果 50 亿采暖热泵出口, 三大白电的份额大概会是多少? 纽恩泰、芬尼、日出东方的预期分别是多少? 后面三家的产品差异在哪? 能否预计一下 23 年的出口数据?

A: 50 亿以上的采暖, 美的今年的目标是 30 亿元以上, 芬尼在今年年中调整目标, 采暖热

泵出口定在了 7 亿人民币左右，爱美泰的目标是 4-5 亿，格力据我了解上半年接单是 3-4 亿，全年应该会在 8 亿左右。然后日出东方和纽恩泰这两家，采暖热泵出口还是初期阶段，产品推出比较晚，日出东方今年才推出了出口欧洲的采暖产品，部分型号还在生产，纽恩泰也是类似的，相应的认证工作都还在进行中。2022 年全年预计是 80-100 亿，2023 年估计还会有 50% 以上的增长，可能会接近 150 亿。

Q23：三大白电公司如何看待热泵赛道？他们之后是会就比较重视起来，会大力去做还是怎样？因为他们产能上来或者重视度提升的话，可能对二三线的品牌是有一定压力

A：现在先以美的为首的空调企业现在非常重视。据我从他们内部人士了解，现在从人员投入到资金投入都是往这个板块倾斜，明年的规划也是把产能翻倍。今年计划是 30 万台的产能，明年直接翻到 60 万台。其实对我们专业生产热泵的厂家是很大的压力。从产品的本身来讲，美的的产品做的非常功能性，非常完整，它现在数量并不低，但实际上它成本是很低的。如果后续由于欧洲经济的因素，导致用户需求更廉价的产品，那么美的完全有能力把价格压低，甚至低于热泵厂家的生产成本。所以说对于专业热泵生产厂家来说，如果产品跟美的产品没有差异化的话，那很可能打价格战的时期，他的业务就被收割掉。

Q24：热泵的这个产业链其实跟空调也比较类似，上游零部件方面包括说压缩机，然后换热器什么的，和普通的中央空调有什么大的区别吗？

A：有相当一部分两者压缩机是互通的，但是空调压缩机一般没有 EVI 技术，这个技术能够帮助热泵在极度低温条件下使用，空调则不需要。商用的热泵，比如谷轮开发了 ZW 系列的压缩机，这个系列的压缩机用于热泵能效会更突出。

Q25：追问一下各类热泵的成本价格、出厂价格、终端零售价格

A：以采暖热泵为例，目前国内这些厂家的毛利水平，大概是 30% -50%。这个跨度比较大具体看这个具体的厂家和产品。然后终欧洲的终端销售价格基本上是中国热泵厂家出厂价的 3 倍以上。以 12kW 为例，假如出厂价是 11,000 人民币，那终端价格可能是在 33,000 以上。

Q26：终端利润这么高，是哪些因素导致的？

A：其实利润水平也并不高，因为我们出厂价只含了产品的费用，欧洲经销商还要承担很多这个产品以外的费用，比如高额海运费、关税、增值税，以及自身的经营成本、仓储成本、用户成本。

Q27：欧美市场的话热泵是以新建住宅的需求为主呢？还是以这些存量房的更新更换需求为主呢？

A：目前来看是老房改造为主，原来的燃气炉替换成热泵或者和热泵联合使用比较多。欧洲原来的燃气炉可以采暖和热水，这就是为什么中国出口到欧洲的采暖热泵大部分是三联供，原因就是满足传统燃气炉改造。

Q28：新房本来就是要装修，像热泵这个产品，一方面也是符合这个能源转型的一个诉求，

然后另一方面政府那边也有补贴,那为什么新建的住宅不太会去装,还是说占比相对较低?存量房改造麻烦吗?

A: 只是说新房占比比较低,欧洲新建房都不那么多,但是新建房选热泵的比例是很高的。不一定会麻烦,原来的采暖设备有地暖管道,也可能有暖气片,这些末端的设备可以通用的,以及原来可能也有出水的水箱,都可以借用起来。

Q29: 欧美市场前面几年增速不是很快,近两年增速很快,是最近的政策补贴带动的还是因为欧洲能源价格升高导致的?

A: 热泵市场的增长取决于两个因素,一个是那个节能的因素,一个是环保的因素。节能因素就是现在欧洲能源价格上涨,热泵作为节能产品越来越受青睐,目前来说是一个很主要的因素。另外一个因素就环保的因素,欧洲也有碳中和的目标,相应也出台了很多政策去支持热泵,相应的补贴政策也好,或者是对于这种新型建筑的安装,甚至很多政府提出政策限制新房使用化石燃料,都在促进热泵的扩张。

Q30: 补贴政策会持续到什么时候?

A: 这个政策是长期的政策,而且有逐渐加码的趋势,现在看是逐年是增加的,甚至有些国家如果使用热泵或者是太阳能这种节能的产能设备,有提供免息贷款或者是设备免除增值税等等,支持力度是越来越大。

Q31: 行业增速方面的话,从欧洲市场整体来看,您觉得它后面几年大概是会维持什么水平呢?

A: 我认为(出口)可能不会有更大的增速。去年是 50 亿左右,今年可能达到翻倍。那到了明年可能就不会有这种类似在接近翻倍这种增长了。我预计可能是在 50% 以上,增速会有所下降。可能的原因有几个,一个是今年因为供不应求,很多经销商备库存,这种库存可能是超出了实际需求,以及一些库存由于交期太过延迟,导致不能及时安装;另外就是欧洲的经济因素,现在欧洲的经济情况并不乐观,因为战争所带来的除了能源危机,还有粮食危机,后面如经济进一步恶化,对于热泵这种初期投入成本这么高的产品,销售必然会产生很大影响。

Q32: 欧洲市场整体那边的一个增速大概是怎样?这两年就 30% 左右,这个增速就是要比我们出口要慢的。

A: 往后看的话,平均增速是会越来越大的,因为现能源问题是短期的问题,随着战争的情况的转变,那他可能会缓解。但是环保的因素是长期存在的,而且是越来越严格。现在个每一年国内外的自然灾害越来越多,很多自然的灾害是源于全球温室效应,所以欧洲政府十分重视环保的问题,对于节能的设备去替代原来的化石燃料,支持政策越来越多,目前利润也越来越大。政府对热泵业务发展的促进作用会越来越明显。

Q33: 三大白电、芬尼、以及热泵份额较高的一些公司产品差异在哪,未来的价格趋势是怎样的?

A: 以采暖热泵来说,美的采暖热泵功能性是做得非常的丰富,基本上涵盖了所有的主流

的市场需求，是比较标准化产品，就功能好像很齐全但是比较标准化的产品。但是像芬尼的产品定制化程度会高一点，不同客户有不同需求，他们根据不同客户的需求会做一些调整和转变，包括内置的部件的改变，包括外观的定制化都比较丰富，包括这个操作面板定制化。另外美的、格力这种大企业的 LOT 更加优秀，对后台的远程的程序有电工参数的更改查询，其他厂家会逊色一些。然后价格水平，现在美的的采暖热泵价格是非常高的。基本上就是行业这种最高价的，实际上今年他们是在涨价。我们有接触到一些客户，同时有从我们和从美的都有询价。从客户获取到的信息，美的报的价格实际上是可以很低的。甚至对于一些大客户，他的报价可以低于我们的这个成本价，他在成本的把控能力上是比较强的。但是美的没有因为他的成本低就把价格定得很低，而是他根据现在这个市场的普遍的价格水平，以及现在市场供不应求的情况，他现在反而是在涨价。那芬尼的价格是比美的要低的，但是比其他的热泵企业还是挺高的。

Q34：热泵在其他领域的应用空间大吗？比如说农业工业、光伏储能。

A： 热泵应用范围非常广泛的产品，现在中国出口主要是用于这个采暖热水泳池这三块。国内泳池可能比较少，采暖和热水很多。那除此之外还有烘干，烘干就包括了农业的烘干、果蔬烘干、粮食烘干、烟草烘干、木材烘干等等，也包括工业的烘干，比如说药品的烘干、污泥的烘干，应用范围是非常广的。那只不过现在中国在其他的应用板块出口还没太做起来。因为烘干对于安装和售后要求非常非常高，安装很复杂。在国内的话，每安装一台烘干的热泵，都需要热泵的厂家派人员去现场调试，而且一次调试还不够，要几次调试，所以说它安装很复杂。对于出口业务，安装的复杂性是非常不友好的。

另外热泵还有其他的应用板块，比如说烘干来说，刚刚讲了农业、工业、汽车，还有这种家用的烘干，比如干衣机。比如博世就有一款热泵干衣机，以及像大的这个家电企业还没有做热泵干衣机，只不过现在热泵干衣机的出口销量并不大。

Q35：像日出东方它的产品还在认证，请问这里指的是它的一个自有品牌吗？然后他的代工业务有正常开展吗？

A： 日出东方出口用的是太阳雨品牌，采暖热泵整个系列的开发还没有完成，那可能主流型号认证工作正在进行，所以出口主要是做其他当地的品牌的贴牌代工。做认证都是以工厂的名义做，不过并不影响这个客户在当地去申请补贴。