

2023-2025年泰國電器產業展望

資料來源：Krungsri 銀行「泰國2023-2025產業展望報告」

編撰：駐泰經濟組

● 2022年概況

2022年前9個月，電器產量同比微升0.7%至4,012萬台。生產線因銷量低迷(同比下降2.7%至1,119萬台)而受到抑制，此係因油價上漲與高通脹削弱消費者的購買力所致，導致幾乎所有產品類別的銷售疲軟，例如電飯鍋(同比-20.5%)、洗衣機(同比-10.3%)、冰箱(同比-1.0%)及空調(同比-1.1%)的銷售均出現下滑。然而，出口卻表現亮眼，同比成長7.1%，產生225億美元的收入；其中，風扇的海外銷售額同比+24.6%，微波爐同比+19.6%，空調同比+11.3%，壓縮機同比+5.9%，冰箱同比+0.9%。

2022年最後一季，雖然需求將受：(i)農產品價格上漲使得農民收入增加；(ii)需要更換在洪水中受損的電器產品；(iii)製造商為增加年終銷售額所開展的促銷活動等因素影響而有所提振，但預期產量及銷售將基本保持不變。由於海外市場經濟低迷，出口也欲振乏力。因此，預計2022年全年國內銷售將下降1.0-2.0%，而出口額將增長5.0-6.0%。相比之下，2021年國內銷售及出口分別成長0.8%及20.3%。

● 2023-2025年展望

未來3年，國內電器需求有望以每年2.0-3.0%的速度增長。以下因素將刺激需求增加，包括：(i)住宅市場，特別是考慮到新住房項目的建設；(ii)開發提供額外有益於健康及/或支持互聯網的新設備，此對年輕消費者特別有吸引力；(iii)更多地使用線上銷售管道，為消費者提供更多的資訊，從而

促進購買決策；(iv)持續的城市化將提高對某些類型電器的需求，例如自助洗衣店使用的投幣式洗衣機與烘乾機，其數量正穩步增加。此外，氣候變遷影響的惡化也將刺激對空調的需求(截至2021年僅有8%的泰國家庭擁有空調)。

儘管2023年海外市場經濟疲軟將導致電器銷售額下滑，但收入應會在2024年反彈，預計出口將以每年2.0-3.0%的速度成長。此外，亞洲較低的電器擁有率將支持對世界其他地區出口的持續增長，尤其是空調，例如目前印度、印尼、菲律賓、緬甸、柬埔寨及寮國的家庭空調擁有率低於20%(資料來源：日本製冷空調工業協會(JRAIA)，2022年7月)。持續的城市化進程與中產階級規模的穩步擴大將進一步推動在亞洲市場的銷售。