

產業趨勢 – 耐用消費品/零售

波斯灣衝突 導致物價上漲 家戶紛紛縮減開支

2026年5月



全球概覽

隨著能源價格飆升，因支出減少而受影響的產業

就整體結構來說，耐用消費品產業特別容易受到地緣政治與經濟下滑風險所衝擊，例如股市崩跌與大宗商品價格劇烈波動。因此，波灣衝突正對該產業表現造成負面影響也就並不令人意外。荷姆茲海峽的封鎖已推升全球大部分地區的油價。加上天然氣、肥料與農產品價格的上漲，全球消費者物價指數 (CPI) 通膨率將在 2026 年第二季攀升至 4.4% 的高峰，這對於一般家庭而言無疑是雪上加霜。能源與糧食價格上漲壓縮了可支配收入，並將導致非必要支出減少；許多家庭不僅比以往更傾向儲蓄，並且延後或取消了大筆開支。因此，家電與家具產品的銷售將受到負面影響，消費電子產品也同樣難以倖免。同時，耐用消費品製造商也面臨能源及特定原物料成本上升的壓力。

一旦波灣衝突一時間難以平息 – 假設油價在四個月內持續高於每桶 150 美元，並伴隨精煉能源產品供應短缺 – 2026 年全球通膨率將上升至 7.7%。在此情況下，全球耐用消費品銷售成長率將降至 0.4%，比目前預期低 1.5 個百分點。

貿易關稅與保護主義持續構成下滑風險

在當前動盪的全球經濟環境中，貿易關稅與保護主義的日益盛行，仍持續構成一種下滑風險。關稅帶動的貿易成本提高會直接拖累經濟成長，而這通常會進一步推升消費者物價，並壓縮家庭可支配所得。若營運成本大幅攀升，零售商可能被迫調整其採購策略，尋求新的合作夥伴以規避關稅調漲的影響。許多企業還會試圖提高售價而將成本轉嫁給消費者，以維持原本就已微薄的利潤空間。

先進市場中規模較小的業者面臨更高的破產風險

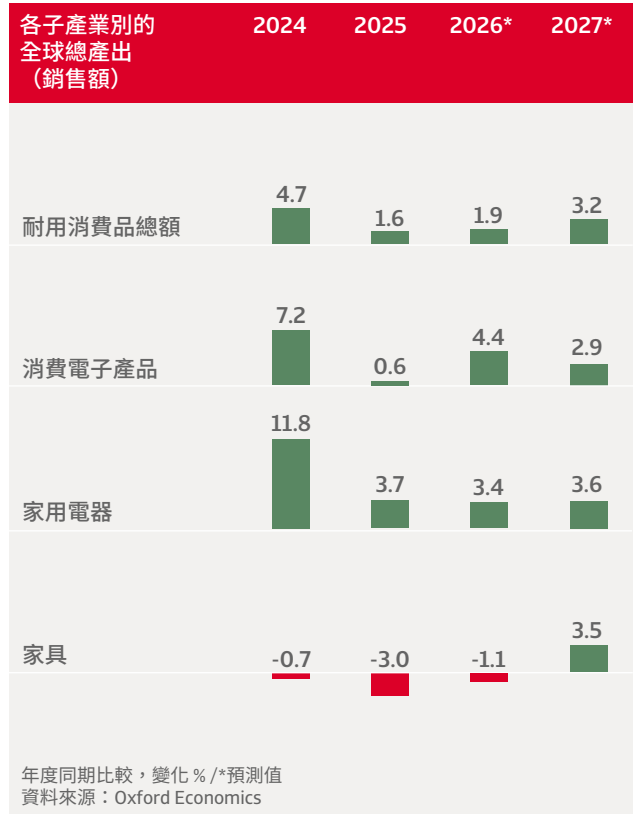
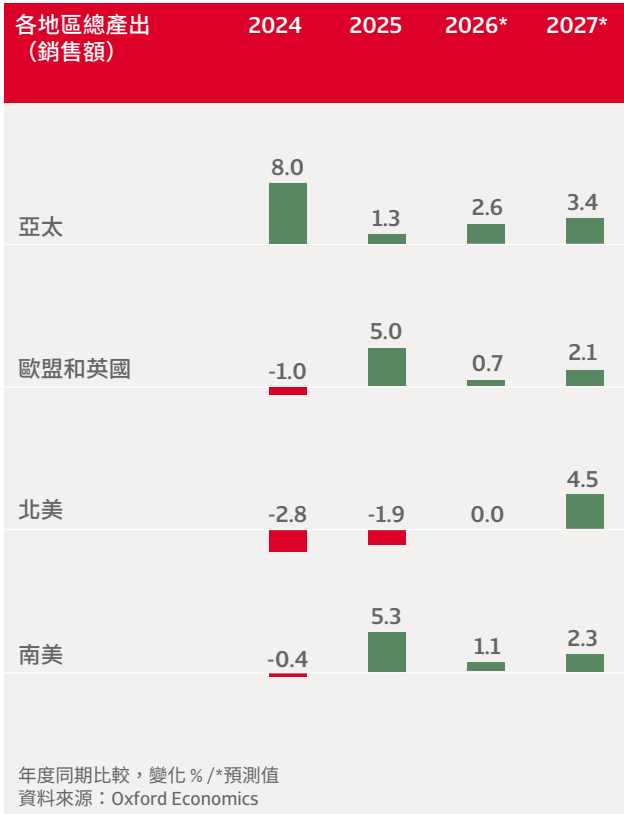
許多先進市場耐用消費品零售業者的信用風險仍然很高，其中規模較小的零售業者特別容易發生違約和無力償債等問題。整個產業別所處經營環境競爭激烈，利潤不高。消費者全年都想要折扣，市場頻繁降價的現象更進一步壓縮已經微薄的利潤。同時，線上零售業者的市佔率開始提高，對實體商店業者形成壓力。現金儲備充足的大型企業將最有能力度過這段動盪時期，而規模較小的零售業者則可能面臨債務償還能力危機。

產業表現預測

歐洲		亞洲和大洋洲				美洲		優 產業信用風險現況穩定/ 產業業務表現強於其長期趨勢。 好 產業信用風險現況看好/ 產業業務表現高於其長期趨勢。 可 產業信用風險現況普通/ 產業業務表現穩定。 差 產業信用風險現況相對偏高/ 產業業務表現低於其長期趨勢。 劣 產業信用風險不佳/ 產業業務表現弱於其長期趨勢。
奧地利	荷蘭	澳洲	中國	菲律賓	巴西	新加坡	加拿大	
比利時	波蘭	香港	南韓	台灣	墨西哥	泰國	美國	
捷克共和國	葡萄牙	印度	印尼	阿拉伯聯合大公國				
丹麥	斯洛伐克	日本	越南					
法國	西班牙	馬來西亞						
德國	瑞典	紐西蘭						
匈牙利	瑞士							
愛爾蘭	土耳其							
義大利	英國							



產業趨勢 耐用消費品產出



優勢與成長動力

新興市場成長：都會化和中等收入家庭數量不斷增加，因此帶動未來幾年對耐用消費品的需求。再加上互聯網普及率和數位化程度提高，許多新興市場將會開始吸引零售投資。

新技術：零售業者可以運用 AR/VR 技術打造沉浸式購物體驗和對話式商務聊天機器人，透過一對一互動交流加強品牌與消費者之間的關係。聊天機器人可以和消費者進行大規模對話，因此已經成為與客戶互動的重要策略媒介。

永續發展：環保回收商品和整新品的銷售業績成長，為零售業者提供越來越多的商機。消費者接受度提高有可能提升零售業者的競爭力。

限制與衰退風險

彈性需求：相較於食品之類的必需品，耐用消費品的需求與收入、價格和經濟循環波動程度的關係更是密切。

利潤問題：在許多市場，零售利潤率結構薄弱且飽受壓力。在競爭激烈的環境中，線上零售業者的議價空間更大，其價格透明度給整個供應鏈的利潤增添了壓力。

更高的投入成本：許多市場的零售業者都在物流、人力和能源等各方面承受著更高的成本壓力。

業務重組：在現今的數位時代中，實體零售業者若想生存，必須提供更多附加服務，並拓展其線上業務與數位化能力。要做到這點，不但要大手筆投資，還要有改變的意願；在利潤率不高的情況下，這是相當困難的任務，對規模較小的零售業者來說更是如此。





耐用消費品/零售前景 美洲

耐用消費品總產出（銷售額）	2024	2025	2026*	2027*
巴西	11.6	-0.3	0.8	-1.4
加拿大	-6.6	1.2	0.8	1.9
墨西哥	-3.5	7.3	1.3	3.9
美國	-2.1	-4.4	-0.4	5.0

年度同期比較，變化 % / *預測值 - 資料來源：Oxford Economics

美國

私人消費疲軟拖累產業表現

美國私人消費成長率預計將從 2025 年的 2.6% 放緩至今年的 1.7%。儘管 2026 年初市場曾預期強勁的退稅季能帶來成長動能，但汽油價格上漲與通貨膨脹很可能會抵銷這項支撐力。能源成本上漲對核心物價的傳導效應將在未來幾個月內逐漸顯現，預計 2026 年美國消費者物價將上漲 3.3%。汽油價格上漲與物價通膨雙重因素將侵蝕實質收入，進而壓抑家庭支出。然而，這種影響並不均衡，低收入家庭將面臨更為嚴峻的財務壓力。

我們預計美國零售業績成長率將從 2025 年 3.2% 的擴張放緩至今年僅 0.1%。短期內，美國消費品的生產預計將維持低迷，且預測 2026 年耐用消費品的銷售額將萎縮 0.4%。非必需品支出以及對耐用財的需求最易受當前局勢影響；當能源價格、通膨與市場不確定性升高時，消費者通常會延後高單價商品的購買。在家庭用品、家具及服飾等類別中，通膨的上升幅度約為核心通膨的兩倍。

關稅尚未促成生產回流

在關稅實施之前，美國境內的大量家用電器、消費電子產品及家具，主要依賴亞洲（尤其是中國）的供應。事實上，自 2024 年 11 月以來，美國零售業者便已預先因應關稅，維持疫情後本已偏高的庫存水準，以期穩定銷售價格。然而，目前家用電器、電子產品及家具的銷售價格已明顯高於長期趨勢水準。多數進口商既無法要求供應商降價，也無法自行吸收關稅所提高的成本，進而侵蝕其利潤空間。因此，儘管零售商犧牲部分利潤以吸收部分額外成本，但最終大多數仍轉嫁給了消費者。

關稅並未促成美國耐用消費品生產的回流。雖然從中國的進口量有所減少，但相關供應鏈已轉移至墨西哥與越南等其他國家。儘管少數美國生產商確實掌握了更強的定價權，但同時關稅也增加了國內製造商的投入成本（例如金屬）。整體而言，美國將耐用消費品生產線遷回國內的選擇相當有限，主因是美國製造商缺乏基礎設施與專業技能，難以在短期內擴大生產規模，同時勞動成本也是一大挑戰。

實體零售業者的市佔率仍然在被電子商務蠶食。由於供應鏈和庫存方面的問題加劇，加上總體經濟方面的疑慮，這個細分市場的破產風險仍然很高。為了維持競爭力，傳統實體商店正逐漸採用數位化策略，進一步推動了線上零售業績的成長。

展望 2027 年，隨著經濟與家庭消費成長力道轉強，預計耐用消費品市場將出現 5% 的強勁反彈，零售銷售額亦將成長 2.5%。



產業表現預測

	巴西
	加拿大
	墨西哥
	美國
	優 產業信用風險現況穩定/產業業務表現強於其長期趨勢。
	好 產業信用風險現況看好/產業業務表現高於其長期趨勢。
	可 產業信用風險現況普通/產業業務表現穩定。
	差 產業信用風險現況相對偏高/產業業務表現低於其長期趨勢。
	劣 產業信用風險不佳/產業業務表現弱於其長期趨勢。



耐用消費品/零售前景 亞太

耐用消費品總產出 (銷售額)	2024	2025	2026*	2027*
中國	9.6	1.2	2.5	3.2
印度	5.2	2.4	9.5	7.8
印尼	3.9	5.3	2.0	5.1
日本	-10.8	-10.1	1.9	1.2

年度同期比較，變化 % / *預測值 - 資料來源：Oxford Economics

中國

消費者信心仍持續波動導致成長放緩

中國零售市場目前是全球第二大消費市場，2025年消費品零售總額達到50.12兆人民幣（約6.23兆歐元）。實體商品的網路零售額持續超越線下成長，其中即時零售（30分鐘至1小時送達）正成為主要動能。此外，各大線上平台也正在擴大低毛利、高頻率的銷售模式。

為了刺激消費支出，中國政府於2024年9月針對國內乘用車、家用電器和消費電子產品推出了以舊換新方案。這帶動了2024年底至2025年初的耐用消費品銷售額的成長。然而，該方案帶來的動能已逐漸消退，儘管2026年初因農曆新年需求而有所提振，但我們預計2026年耐用消費品銷售額只會成長2.5%。到了2027年，我們預期耐用消費品產業將成長3.2%。

相較於許多其他區域的國家，儘管中國相對較能抵禦波灣戰爭所引發的全球能源衝擊，但第二輪外溢效應的跡象已開始顯現。除此之外，整體而言中國消費者信心依然波動，主要原因在於房地產產業持續存在的問題：由於價格壓力，購屋者正面臨負財富效應。通貨緊縮的環境、薪資成長疲弱以及較高的失業率，也進一步抑制了消費支出的成長，尤其對高單價商品的消費影響更為明顯。

家具製造與銷售持續面臨挑戰

繼2025年下滑6.4%後，中國家具製造業預計在2026年將進一步萎縮3.7%。房地產市場問題與美國關稅則持續對家居用品出口造成壓力。這進一步促使中國工廠削減工時、降低薪資，並將部分產能轉移至東南亞地區。由於房市表現疲弱導致國內需求低迷，製造商已幾乎沒有能力抵銷外部環境疲弱所帶來的衝擊。

日本

消費者信心低迷持續拖累相關產業

在經歷2024年與2025年的大幅下滑後，我們預計日本耐用消費品銷售額在2026年僅會年增1.9%，並於2027年趨於平穩。儘管政府已採取諸如汽油補貼等措施，以緩解能源價格上漲對消費者的衝擊，但能源成本居高不下仍將限制民間消費，特別是對於耐用消費品的衝擊更為明顯。儘管春季薪資談判預期將帶來強勁的薪資成長，但由於核心消費物價通膨（不含能源與生鮮食品）預計在2026年全年將持續維持在2%以上，實質所得今年將再次面臨下滑。長遠來看，人口老化和人口規模下降代表著消費前景疲軟。

產業表現預測	
	澳洲
	中國
	香港
	印度
	印尼
	日本
	馬來西亞
	紐西蘭
	菲律賓
	新加坡
	南韓
	台灣
	泰國
	阿拉伯聯合大公國
	越南
	優 產業信用風險現況穩定/產業業務表現強於其長期趨勢。
	好 產業信用風險現況看好/產業業務表現高於其長期趨勢。
	可 產業信用風險現況普通/產業業務表現穩定。
	差 產業信用風險現況相對偏高/產業業務表現低於其長期趨勢。
	劣 產業信用風險不佳/產業業務表現弱於其長期趨勢。





耐用消費品/零售前景

歐洲

耐用消費品總產出 (銷售額)	2024	2025	2026*	2027*
法國	-0.2	-1.7	-1.8	1.1
德國	-4.1	0.3	-2.1	1.6
義大利	-5.7	0.2	-1.2	1.5
英國	-8.6	4.0	-1.1	-0.6

年度同期比較，變化 % / *預測值 - 資料來源：Oxford Economics

法國

通膨升溫衝擊家庭支出

在經歷兩年疲弱表現後，我們預期 2026 年法國耐用消費品銷售將再次萎縮 1.8%。國內消費正受到波灣戰爭及持續的政治不確定性影響。由於油價上漲，通貨膨脹已開始升溫，若荷姆茲海峽持續封鎖，恐將進一步推高油價，持續侵蝕家庭實質所得並拖累消費。

零售業的信貸風險依然偏高。由於需求低迷，庫存水準相當高，而金融合作夥伴對短期融資的限制也日益嚴格。各個子產業的利潤率整體偏低，但小型家用電器領域的利潤率則高於消費電子產品。小型零售商的付款延遲與破產情況依然嚴峻。相較之下，大型專業零售集團的財務狀況較為穩健，且市佔率持續擴大。

德國

付款延宕與企業倒閉頻傳，引發市場緊縮

我們預期 2026 年德國零售銷售成長將放緩至 0.1%，耐用消費品銷售則將萎縮 2.1%。受波灣衝突影響，消費者信心已出現惡化；燃料價格急劇上漲並預計將傳導至其他產業，進一步侵蝕消費者的購買力。目前預計今年平均通膨率將達到 2.9%，較戰前預測值高出 0.7 個百分點。通膨壓力的回升、高度的不確定性以及勞動市場的疲軟，將對消費決策造成壓力，特別是對非必需消費品的影響更為明顯。家庭財務若再度承受壓力，將有可能進一步抑制消費。

對於過去幾年原本就因較高的信貸風險而陷入困境的產業來說，所有這些因素都將對其造成衝擊。尤其是零售業正面臨投入成本偏高、信貸成本昂貴以及利潤率微薄等困境。2025 年及 2026 年初的付款延遲與破產案例已處於高檔，且由於市場前景不利，我們預計未來幾個月相關數據將進一步升高。

英國

市場環境正在惡化

我們預期英國私人消費成長今年將放緩至 0.4%，而耐用消費品銷售將萎縮 1.1%。近期消費者信心急劇下滑，主因是市場對經濟前景的看法轉趨悲觀，加上家庭財務狀況再度惡化；燃料成本上升與更廣泛的物價壓力加劇則持續削弱消費能力。我們預期今年家庭實質收入將下降 0.2%，這將是自 2022 年以來最為疲弱的表現。由於不確定性持續存在，消費者正採取更為審慎的觀望態度，並延後大筆的開支。

雖然在當前情況下營收成長的機會極為有限，但零售商仍面臨削減成本的需求。這是為了在計入國民保險 (NIC) 與國家生活薪資上漲的影響後，確保營運盡可能有效率，以維持獲利能力。該領域的信用風險依然偏高，因此透過庫存與供應鏈管理來保持強健的流動性紀律，將是致勝關鍵。在萎縮的市場中，規模較小的業者受創最嚴重，這是因為許多業者無法爭取到較有利的價格和付款條件。



產業表現預測

☁️	奧地利
☁️	比利時
☁️	捷克共和國
☁️	丹麥
☁️	法國
☁️	德國
☁️	匈牙利
☁️	愛爾蘭
☁️	義大利
☁️	荷蘭
☁️	波蘭
☁️	葡萄牙
☁️	斯洛伐克
☁️	西班牙
☁️	瑞典
☁️	瑞士
☁️	土耳其
☁️	英國

☀️	優 產業信用風險現況穩定/產業業務表現強於其長期趨勢。
☁️	好 產業信用風險現況看好/產業業務表現高於其長期趨勢。
☁️	可 產業信用風險現況普通/產業業務表現穩定。
☁️	差 產業信用風險現況相對偏高/產業業務表現低於其長期趨勢。
☁️	劣 產業信用風險不佳/產業業務表現弱於其長期趨勢。



您想深入瞭解更多資訊嗎？

請上網瀏覽 **Atradius** 網站，查閱更多最新出版品。[按一下這裡](#)可以瀏覽我們針對各產業表現進行的分析，我們的分析十分詳盡，內容著重於各國家/地區與全球經濟重要議題、信用管理問題相關洞見，以及保障應收帳款、防範客戶付款違約的相關資訊。

追蹤 Atradius 社群媒體

[youtube.com/
user/atradiusgroup](https://youtube.com/user/atradiusgroup)
[linkedin.com/
company/atradius](https://linkedin.com/company/atradius)



版權所有 Atradius N.V. 2026

免責聲明：本刊物僅供參考之用，並不構成任何保險產品的銷售、投資建議或法律建議，亦不代表以任何方式對任何讀者就特定交易、保險產品、投資或策略提出推薦或建議。讀者參酌本文提供之資訊時，無論應用於商業或其他用途，務請自行獨立判斷決定，並在適用情況下閱讀其保險保單條款。

Atradius 已盡全力確保本刊物所含資訊來自可靠來源，但不論是任何錯誤或疏漏，或因使用本報告所載資訊而得到的結果，Atradius 概不負責。本刊物內所有的資訊均按「原樣」提供，不保證其完整性、準確性、時效性，或因使用此份報告而得到的結果，亦不提供任何形式的明示或暗示保證。

Atradius 及其相關合夥人或合作企業，或其合作夥伴、代理商或員工，不為您或其他任何人因採用本刊物所載資訊而進行之任何決定或行動，或任何商機損失、利潤損失、生產損失、業務損失或間接損失、任何種類的特別或類似之損害負責，無論事前是否得知會有此類損失或損害之可能。

Atradius

David Ricardostraat 1
1066 JS Amsterdam
P.O. box 8982
1006 JD Amsterdam
The Netherlands
電話：+31 (0)20 - 553 91 11

info@atradius.com
www.atradius.com