

热浪席卷欧洲之际——

中国清凉好物趁“热”出海

刘少华 王浩旭

进入7月，欧洲地区又迎来新一轮热浪，高温天气势头不减。7月2日至5日，葡萄牙内陆多地观测到持续数日的40摄氏度以上极端高温；7月12日，法国本土有超1/3居民处于高温红色预警之下；意大利各地平均最高气温约35摄氏度……

从今年5月下旬至今，欧洲接连经历热浪侵袭，部分国家炎热程度创下历史同期新高。7月9日，欧盟气候监测机构哥白尼气候变化服务局发布报告称，今年6月是西欧有记录以来最热的6月，也是全球有记录以来第二热的6月。

热浪席卷之下，中国生产的空调、风扇、多功能防晒伞等防暑降温产品正日益受到欧洲民众追捧。对此，外交部发言人毛宁7月6日在例行记者会上答问时表示，契合需求、物美价廉的商品自然会受到欢迎。

消暑利器丰富多样

6月29日，经历过两轮热浪的法国巴黎市民萨米(Samy)在京东海外电商平台Joybuy上抢到一台国产的移动空调。“我看身边的人都在买，而且反馈还不错，我也就跟着下单了。”一天后，空调送抵他位于四楼的公寓。感受着机器吹出的冷风，萨米激动地说：“我终于过上了正常的生活。”

过去，由于夏季长时间高温并不多见，空调并不是多数欧洲家庭的刚需，安装比例仅在20%左右；然而，数月来的酷热天气改变了这一情况。有人估算，2026年欧洲市场对空调的需求超1000万台，但其本土产能仅有320万台，供需缺口达680万台。

许多中国企业正是抓住该契机，积极推动旗下空调产品远销欧洲。海关总署数据显示，2026年上半年，中国对欧盟空调出口额为37.6亿美元，同比上涨43.2%；6月单月出口同比上涨72.8%。其中，美的、海尔、格力、海信、TCL等品牌的空调尤为火爆。

据美的空调欧洲大区总监熊学勤介绍，今年美的面向欧洲市场推出的PortaSplit便携式分体空调出货量已突破20万套，且受高温拉长影响，在德国、法国、荷兰等核心市场，产品往往短期内被抢购一空。对此，萨米也深有体会：“我本来一开始也想买美的这款，但蹲了好几天都显示缺货，最后实在等不及，就挑了其他的，效果还不错。”

除了空调，其他国产消暑产品同样颇受欢迎。留学意大利米兰的周泽轩在当地租到了一套带空调的公寓，但他还是额外购入了一台美的生产的落地风扇。“我们屋子里有三个房间，但就客厅一台空调，所以就算打开，房间也凉快不到哪儿去。而且电费非常贵，每天一直开的话，一个月至少要200欧元（折合人民币约1550元）。”周泽轩说，“我身边朋友几乎人手一台落地扇。大家都习惯先开风扇，实在热得不行了，再考虑开空调。”

从2021年到伦敦算起，闫项霏已经在英国生活5年了。“我刚来的时候，夏天特别冷，是晚上下雨后上下牙会打颤的那种冷，但今年热得反常。”闫项霏说。据她观察，在伦敦卖得最好的国产消暑商品是手持小风扇



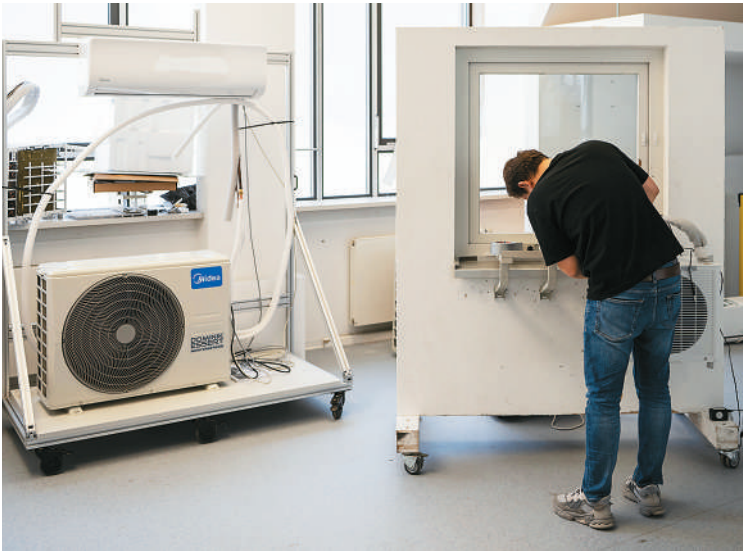
在浙江省宁波市江北区，宁波罗娃电器有限公司外籍工作人员拍摄短视频，推介移动空调等制冷设备。

李 越 摄（人民图片）



在浙江义乌国际商贸城内，客商在洽谈采购发往欧洲的智能电风扇订单。

时补法 摄（人民图片）



在德国斯图加特附近，工程师在美的德国研发中心工作。

新华社记者 张豪夫 摄



在英国多佛尔，一名女子经过喷雾降温装置。

新华社/美联发

或折扇。“在伦敦的地铁或者公交车上，经常可以见到有人在扇子或者举着风扇吹。因为它们很方便，随手装在包里就可以出门。”

此外，还有像制冰机、冰感毛巾、降温贴、冰感坐垫、冰丝夏凉被、能喷水雾的风扇伞等国产清凉产品都相继在欧洲市场走红。

抓住欧洲市场需求

7月2日，一家名为利德尔（Lidl）的连锁超市在法国各地门店推出了20万台风扇和空调的促销活动。

住在巴黎的萨米表示：“促销的东西太便宜了，只要40欧元你就能买到一台质量很好的风扇，机会非常难得。”

价格实惠是很多在欧洲居住生活的人选择国产消暑商品的重要原因。金洋日用品商行是浙江义乌一家专门面向欧洲出口手持小风扇的公司，其负责人陈剑萍介绍，一位意大利客人今年初来订购了6000件手持风扇，到5月份就已全部售光，目前正在洽谈新一年订单。“我们的产品质量稳定，同时价格也划算，通常定价为每台人民币5至9元，很受欧洲顾客欢迎。”

当然，为了让产品更受青睐，陈剑萍团队在设计时也融入了很多巧思。“知道欧洲顾客喜欢简约风，我们在配色上就推出了莫兰迪色系；了解到他们更偏向于户外使用，我们就在机身上加设了绳子和登山扣，让风扇无论是挂手上，还是挂脖子上、挂包上都可以；如果一些国家气候较为干燥，我们还会特意给手持风扇增加雾化喷水功能……总之，他们要什么，我们就提供什么。”

这次国产空调的走红，同样源于抓住了欧洲市场需求。

欧洲有着大量老式公寓和历史建筑，多国政府严禁在这些建筑外墙上打孔；与此同时，欧洲的人力成本也颇高，单台安装费在西欧可达1000至2000欧元，远超空调本身价格。美的PortaSplit空调正是围绕上述问题展开设计，据介绍，这种空调的室内机和室外机在出厂时就已预先连接完毕，安装时只需把仅10公斤重的室外机挂到窗外支架上，再把连接管从窗户引出去，就可以直接使用。整个过程不用在墙上打孔、不用专业安装工人现场连管、抽真空和灌注制冷剂，一个普通人即能解决。

面对欧洲电价过高的问题，国产空调品牌也给出了解决方案。海尔推出了Pearl Premium系列空调，全系达到欧盟A+++顶级能效等级，在高效制冷的同时大幅降低能耗成本。“用户每年能从电费账单上感受到节省。”海尔空调海外市场总监于世鹏说。

未来继续创新升级

几天前，义乌科万鸿日用品有限公司经理许晓正接到了一位北欧客户的产品反馈。“他问我们能不能给降温毛巾增加一个挂绳，因为户外活动时挂手上会更方便，而且还可以多使用几次。”

许晓正所在的企业主要生产一次性冰感降温毛巾。据他介绍，今年5月开始，公司陆续接到了来自欧洲的订单，目前共有4条生产线在同时开工，每天能生产十几万件，销量同比增长300%。

中国防暑降温产品之所以能畅销欧洲，不单是抓住了客户需求，更在于能根据需求变化不断创新。下一步，许晓正将组织公司团队讨论增添挂绳的可能性。“单纯增加挂绳其实并不难，如何延长冰感毛巾在高温天气中的降温效果才是需要我们再努力的。”他说。

陈剑萍也在积极改良产品。平时，除了在客户处收集反馈外，她还会主动寻找外国网友对同类产品的想法或建议。“我看国外有很多网友会‘吐槽’小风扇的续航效果不好，所以我也在考虑能否优化电池功能，比如能不能加上太阳能电池，这样风扇在室外就可以持续发力。”陈剑萍说。

海尔已扎根欧洲30年，对于欧洲的空调市场，于世鹏认为：“短期高温是偶发事件，绿色节能才是欧洲市场需求的主旋律。”他说，未来海尔将继续对易安装空调和高能效空调两个系列进行研发优化，同时也在积极推动自研的光储一体化家庭微电网方案落地欧洲。

“这套系统依托AI智能调配用电，在省下电费之余，多余电力还能并网增收，将有力缓解不少欧洲家庭‘装得起空调、用不起电、扛不住停电’的困境。”海尔新能源欧洲市场负责人说。

熊学勤认为，对比南欧成熟市场，西欧国家传统分体空调渗透率仅约6%，需求潜力大。美的的策略是“开发一代、储备一代、研究一代”，持续完善产品矩阵。据透露，美的正针对欧洲开发新一代空调产品，向高效、AI节能、环保冷媒三个方向发力。目前，更为环保的冷媒已处于研发阶段，并计划于2027年后推出，以应对欧盟日趋严格的环保法规。

今年夏天中国防暑降温产品在欧洲的畅销并非偶然。除了高温原因，其背后更有中国完整的生产链供应链体系支撑，以及品牌常年来的本地化创新积累。从手持风扇、冰感毛巾、多功能雨伞等小商品，到空调等高端制冷家电，中国制造正在让欧洲变得清凉。

从看风景到看未来——

“中国游”的“新引力”

平台的流量热点，“科技力”正成为吸引海外游客来华旅游的“新引力”。

英国温迪·吴旅行社销售主管加里·金说，如今英国游客希望体验的是一个“完整的中国”，既有历史文化，也有现代科技，更有充满未来感的生活方式，“不少英国游客到中国后最大的感受就是中国的发展速度超出想象”。

这种变化也推动着旅游产品不断升级。金介绍，旅行社推出了一条名为“明日之城”的中国旅游线路，把新能源汽车、手机制造等现代产业体验纳入行程。此次安徽文旅推介会上，人工智能、绿色能源等新兴产业同样成为人们关注的重点。“未来，安徽完全可以成为科技旅游的新目的地。”金说。

科技之外，中国城市旺盛的消

费活力，也在不断刷新海外游客对中国的印象。

英国“月眼”新媒体公司创始人威廉·阿德林顿曾多次到中国旅游、考察。他说，每次来中国，都能发现新变化。“经济、基础设施建设、产业发展，一切都在向前推进。”令他印象深刻的不仅是不断更新的城市面貌，还有层出不穷的新产品、消费新场景。

金对此深有同感，坦言每次前往中国前都会提醒游客：“行李箱一定要留出空间。”外国游客依旧青睐丝绸、茶叶、手工艺品等传统纪念品，同时，越来越多的人将折叠屏手机、AI眼镜、智能穿戴设备、机器人玩具等科技产品装进行李箱。“中国游”不断激发“中国购”，“中国制造”“中国创造”以更加鲜活的方式走进海外消费者的生活。

“中国游”持续升温还得益于免签政策不断优化、支付服务更加便利、国际航线不断恢复等一系列便利化举措。随着来华旅游更加轻松便捷，越来越多外国游客有机会近距离感受一个真实、立体、全面的中国。

今年2月17日起，中国对英国持普通护照人员实施免签入境政策。英国国家旅游局首席执行官帕特里夏·耶茨表示，免签政策让英国游客赴华旅行更加便利，进一步拉近了双方的文化联系。“旅游的价值远不止于经济。旅游能建立友谊、增进文化理解和人与人之间的联系。”

爱丁堡大学中文专业毕业生塔莉娅·迪克斯对此颇为认同。她说，对许多海外年轻人来说，拉布布等中国文化潮流让世界看到一个真实的中国，也激发了他们走进中国、

了解中国的兴趣；而真正来到中国、与中国人面对面交流则让他们更直

观地感受到中国人的热情、友好和开放。在她看来，这种开放包容、真诚友善所展现出的“亲和力”，正成为越来越多外国游客愿意再次来到中国的重要原因。

正如英国《旅游评论》杂志网站刊文所说：“面对面友好接触是化解隔阂的最佳途径。”

（据新华社电 记者高文成）



在位于北京王府井银泰in88的华为旗舰店内，两名外国游客在选购商品。

新华社记者 鞠焕宗 摄

黄山迎客松、黄梅戏、徽州古村落、文房四宝……近日在英国伦敦举行的安徽文旅推介会上，伦敦皖韵随着一部宣传片的播放徐徐展现。当镜头切换到新能源汽车驶下生产线、机器人灵活作业、现代商业街区人流如织等画面时，不少英国嘉宾纷纷举起手机拍摄。

这些被定格的瞬间折射出海外游客对中国的新认识。除了山水建筑、传统人文，他们也想看看一个充满活力的现代中国。

今年暑期以来，包括英国在内的欧洲国家来华游客数量持续攀升。随着“中国游”持续升温，海外游客的关注视角不断更新。从最初打卡长城、故宫、熊猫、美食，到如今体验无人驾驶、观看无人机编队表演、参观新能源汽车工厂，科技元素正成为越来越多外国游客赴华旅行的新期待。

“中国生活在未来！”这是不少外国博主在社交媒体上分享中国之行时常发出的感叹。从机器人配餐到无人机送外卖，从移动支付到人工智能应用，中国科技创新带来的日常生活体验，正在成为海外社交