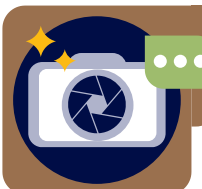


「灣區智造」解安裝難題 一機難求銷量爆升150%

歐洲人熱瘋了：感謝中國空調救命



新聞熱話

6月以來，歐洲多地遭遇大範圍極端高溫天氣，讓歐洲人「熱瘋了」。面對歐洲國家空調普及率低、分體式空調安裝難度高費用貴的現實，「中國製造」牢牢把握了商機。近期，大灣區企業美的空調專為歐洲市場研發的PortaSplit移動分體空調全線熱銷，線上線下渠道全面售罄，法國、德國、西班牙等多國「一機難求」，買到的消費者在網上高呼「中國空調救了我一命」。

大公報記者 敖敬輝佛山報道



▲法國一家商場剛開門，就有大批民眾湧向家電區，希望能買到空調。



▲歐洲多國持續高溫，民眾空調購買需求激增。中國產空調「一機難求」。圖為法國一間大型超市裏，人們在排隊求購空調。

記者手記

「中國製造」智慧 創新突破限制

好產品要有好銷路，靠的不仅是硬核技術。歐洲「難攻」的市場，背後是一整套難以突破的行業規則：建築保護法規限制外牆改造、高昂人工成本抬高安裝造價、高比例租房群體無法改造房屋、嚴苛噪音與環保標準抬高准入門檻。面對重重約束，不少海外家電品牌選擇觀望，甚至放棄細分市場，而中國家電企業沒有抱怨當地規則限制，反而將各類市場痛點轉化為產品研發突破口。

傳統思路裏，空調必須打孔固定、由專業人員安裝；美的跳出固有框架，重構空調內外機結構、輕量化機身、免打孔支架整套解決方案，把「規則約束」轉化為產品差異化優勢，創造出全新細分品類，把原本無法釋放的製冷需求全部激活。這正是中國製造轉型的核心變化：不再等待市場適應產品，而是改造產品適應市場。

過去歐洲消費者對中國家電的印象只停留在性價比高、基礎代工，如今風靡歐洲的中國小空調，憑原

創專利、本地化設計、精細化技術打磨，重塑中國製造口碑，證明中國企業具備完整的需求洞察、原創研發、全球供應鏈運營能力。中國空調的「歐洲破圈」告訴我們，中國製造想要持續佔領全球市場，唯有堅持本土化創新，主動適應各地政策、文化、生活習慣，以技術創新挖掘潛在需求，才能向品牌、技術、供應鏈全方位出海進階。



▲法國一間大型超市裏，民眾搶購到空調，如獲至寶。

在歐洲裝空調有多難？

門檻高

- 歐洲建築法規限制嚴苛，大量百年歷史民居屬於保護建築，嚴禁外牆打孔加裝外機

流程長

- 申請安裝空調的流程繁瑣有難度，例如改造外立面、打孔安裝需要業主大會、市政雙重審批，很難通過

價錢貴

- 歐洲持證安裝空調工人稀缺，普通分體空調需要高空作業、打洞，安裝費普遍1500至2000歐元，甚至遠超機器售價。加上歐洲租房群體佔比高，租客更不願意花錢安裝流程麻煩且無法帶走的空調。



▲PortaSplit空調的窗口支架無需改造外牆便可安裝使用。

▶法國網民稱自己的中國空調為「我的寶貝」。

國產「歐洲特供」空調強在哪？

難打孔？無需打孔

- 美的、TCL等品牌在海外市場推出的便攜空調體積小、易攜帶，無需在外牆打孔安裝，僅需將外機用金屬支架掛在窗台，或直接將外機放在陽台即可使用。

人工高？自己能裝

- 歐洲傳統分體空調，室內外機需要現場運管、抽真空、灌製冷劑，法律規定必須由持F-Gas（氟化氣體）證的工程師上門安裝。而國產便攜空調安裝簡單，只需把機器從包裝箱取出來就可以插電運行。

噪聲大？靜音模式

- 據美的英國官網介紹，便攜空調PortaSplit製冷能效A++，但靜音模式下噪聲僅為39分貝。

大公報整理



▲包括美的在內的多個國產品牌都推出了面向歐洲市場的空調產品。



▲美的的空調歐洲大區總監熊學勤表示，歐洲租房比例高，約三至五成城市居民為租客，傳統分體機很難拆卸、運輸，而PortaSplit即裝即拆、可隨人搬遷，契合流動居住需求，這也是產品走紅的核心加分項。熊學勤介紹，美的空調廣州工廠近日加班加點生產，還更改了運輸策略，棄用以往經濟實惠的海運出貨方式：「雖然運費更高，但我們還是改用了中歐班列，全程最快只需要15天左右。目前，我們的部分補貨已經經由陸路抵達歐洲港口，正陸續運往各合作經銷商。」熊學勤說。

美的空調相關負責人表示，PortaSplit在歐洲的現象級暢銷是美的全球本地化研發的集中體現。針對不同區域的氣候特徵、建築標準、基礎設施與生活習慣差異，美的在全球各大市場均打造專屬的家電解決方案。從電網、氣候到建築場景適配，所有定製均基於本地團隊的深度正向研發，而非國內機型簡單改款。

「中國企業出海的核心優勢，一是中國製造的強大產能與快速響應能力，可快速匹配市場爆發的需求；二是中國企業已從單純的製造輸出，轉向本地化創新研發，能打造真正適應本地市場的差異化產品。」熊學勤說。

霧、風扇等多重實用設計。義烏國際商貿城經營戶張女士展示手裏的一把傘，外觀普通，打開後卻別有洞天。傘內安裝有風扇和噴霧，只要輕輕觸摸按鈕，風扇即打開，同時，在特種塗料下，光線無法穿過傘面，並隔絕99%的紫外線。

據了解，義烏依託成熟的小商品供應鏈和跨境物流體系，疊加跨境電商平台的促銷活動，各類消暑小家電線上銷售渠道全面打開，出口勢頭良好。商戶介紹，幾乎所有的跨境電商平台在義烏都有國內

倉，這對賣家非常友好。

廣東作為中國空調和製冷設備出口的主陣地，降溫產品出口同樣形勢喜人。佛山一家主營製冰機的企業負責人介紹，受歐洲持續高溫帶動，小型家用戶外便攜製冰機需求大漲，初步統計，今年前6月，製冰機在歐洲的銷售出貨量比去年同期增長40%左右。

DIY突圍 膺《時代》周刊年度最佳發明

潛心研發

早在2021年，美的團隊洞察到歐洲氣候變暖趨勢明顯但空調滲透率奇低，瞄準了當地的空調市場。調研發現，消費者在兩極化選項中糾結：高端分體機體驗好，但總價高達2500歐元；廉價的移動一體空調售價200歐元，但製冷差、噪聲大。美的決定走第三條路——做一款「可DIY安裝的移動分體機」。

「最難的是把壓縮機從外機移到內機後，如何解決室內機壓縮機的噪聲問題，僅這一項我們就攻關了近两年，申請了數十項專利。」美的家用空調歐洲產品經理趙阿立表示，研發團隊通過多重技術優化，使空調噪聲主要來源於風聲而非機械

震動，聽感更柔和。

另一個細節是窗戶。歐洲各國窗型千差萬別，支架若不匹配就無法安裝。研發團隊實地測量、收集反饋，前後迭代100多次，可定製化適配主流窗型、無需工具打孔徒手可拆裝的空調外機窗戶支架終於誕生。

此外，傳統家用空調外機重量約為20公斤甚至更重，而PortaSplit移動分體式空調則控制在10公斤左右。2025年，PortaSplit入選《時代》周刊全球最佳發明榜單。「PortaSplit申請了三四百個專利，覆蓋產品形態、核心技術、外觀等全維度，凝結了我們研發和市場團隊的大量心血。」趙阿立說。

歐洲多國的高溫天氣催生了空調、風扇等產品的消費需求，在跨境電商渠道的強勢帶動下，中國製造的降溫產品訂單量顯著增長，成為今夏外貿出口的新增長點。隨着中國空調在歐洲爆火，風扇、除濕設備的銷售也同步增長。此外，內地各式各樣富有創意的降溫產品，也正在加速出口。

在義烏國際商貿城，不少遮陽、防曬產品在功能上持續升級，不僅注重降溫效果，還附加了噴

義烏消暑產品受捧 創新設計超乎想像

商機無限

霧、風扇等多重實用設計。義烏國際商貿城經營戶張女士展示手裏的一把傘，外觀普通，打開後卻別有洞天。傘內安裝有風扇和噴霧，只要輕輕觸摸按鈕，風扇即打開，同時，在特種塗料下，光線無法穿過傘面，並隔絕99%的紫外線。

據了解，義烏依託成熟的小商品供應鏈和跨境物流體系，疊加跨境電商平台的促銷活動，各類消暑小家電線上銷售渠道全面打開，出口勢頭良好。商戶介紹，幾乎所有的跨境電商平台在義烏都有國內

倉，這對賣家非常友好。

廣東作為中國空調和製冷設備出口的主陣地，降溫產品出口同樣形勢喜人。佛山一家主營製冰機的企業負責人介紹，受歐洲持續高溫帶動，小型家用戶外便攜製冰機需求大漲，初步統計，今年前6月，製冰機在歐洲的銷售出貨量比去年同期增長40%左右。