

上半年中国对欧盟空调出口同比增长43.2% 为什么欧洲人都爱买中国空调？

近期欧洲极端高温天气频发，带动中国空调产品在当地市场热销。这波热销，源于中国家电品牌前瞻的合规布局、本土化定制研发能力与高效协同的跨境供应链体系，精准填补了欧洲市场的供需缺口。

热浪引爆空调出海

今年夏季，欧洲极端高温天气频发，强度显著提升。据世界天气归因联盟监测数据，今年6月法国、德国、意大利、西班牙等多国气温较季节均值偏高5至12℃，多项历史气温纪录接连被打破。

以往欧洲夏季高温周期短，民众主要依靠风扇、开窗通风等传统方式消暑，空调属于非必需可选消费品。

据国际能源署(IEA) 2025—2026年统计数据，全欧家庭空调普及率仅约20%。随着极端高温愈发频繁，传统降温方式已无法满足居住舒适与健康需求，安装空调正成为越来越多欧洲家庭的必选项。

公共场景需求同步释放。法国卫生部长斯特凡妮·里斯特于6月28日表示，政府紧急采购3万台空调以应对下一波高温热浪。巴黎第十七区也紧急采购海尔空调，安装于该区下辖学校。

市场需求集中爆发的同时，欧洲本土产能短板全面凸显，供需关系严重失衡。据欧洲家电协会统计，欧洲空调年产能仅320万台，而年均市场需求超1000万台，超六成缺口需要依靠进口填补。

旺盛的市场需求直接拉动中国空调对欧出口大幅增长。海关总署数据显示，2026年上半年中国对欧盟空调出口额达37.6亿美元，同比增长43.2%；其中适配租房、老旧住宅场景的移动空调出口增幅超70%，两项数据均创下历史新高。从国别来看，今年前5个月，中国对法国、荷兰、比利时空调出口额同比翻倍，对西班牙、德国等中欧、南欧核心市场出口保持两位数稳健增长。

各大平台、家电品牌及物流端运营数据，进一步印证欧洲空调市场的火热态势。京东旗下欧洲线上零售平台Joybuy提供的数据显示，6月19日至25日高温期间，该平台空调产品销量较6月首周增长近40倍；恰逢Joybuy开启“夏季黑五”年中购物节，美的PortaSplit分体空调销量增长近42倍。美的方面透露，2026年PortaSplit出货量已超20万套，销量较去年实现翻倍。物流端，菜鸟依托欧洲28座海外仓布局，今年6月移动空调出库



6月23日，在法国巴黎，人们在埃菲尔铁塔前的喷泉区域消暑休闲。(新华社)

量同比暴涨18倍，空调配件出库量同比增长12倍，英国、德国、波兰成为核心需求市场。

供需失衡之下，欧洲本地市场已出现货源紧张问题，不少民众在社交平台分享抢购空调的经历，市场甚至出现黄牛加价倒卖的现象。记者了解到，为快速填补市场供给缺口，海尔、美的、海信等中国头部家电品牌均开启国内工厂加急排产模式。据透露，国内新增产能最快将于8月批量运抵欧洲。

中国空调缘何热销

中国空调产品在欧洲市场热销，源于行业提前研判政策走向、企业坚持技术创新、跨境供应链高效协同。

记者从中国家用电器协会了解到，欧盟依托F-Gas等法规持续收紧碳减排及含氟制冷剂管控要求，逐步压缩高GWP(全球变暖潜能值)制冷剂的使用范围，并计划在2050年全面淘汰传统HFCs传统合成制冷剂。新规并非仅简单要求替换

制冷剂，而是对空调生产的安全标准、制造工艺、产线设备、供应链配套及产品认证提出全维度改造要求，行业准入门槛显著提高。中国家用电器协会副秘书长窦艳伟介绍，针对欧洲严苛的环保合规要求，中国家电行业十余年前便启动制冷剂绿色转型，提出零ODP(臭氧层消耗潜能值)和极低GWP值的R290天然制冷剂解决方案。依托多方支持，行业完成基础性应用技术研发、产线改造、标准更新等系统性工作，积极布局后HFCs时代制冷剂技术。经过十余年家电行业和相关方面的共同努力，采用R290制冷剂的空调已实现规模化上市，该制冷剂GWP值仅为3，高度

契合欧盟低碳与制冷剂管控的长期要求。

在环保合规基础之上，国内企业改变通用机型出口思路，结合当地建筑标准、气候环境、用电及居住特征，围绕安装改造、能效、噪声、合规落地四大需求开展定向研发，针对不同消费群体打造差异化产品矩阵。

格力有关负责人介绍，已在环保冷媒R290、极限温度不衰减、光伏直驱等技术领域提前布局。结合不同的用户痛点，格力精准匹配产品：移动空调适配租房人群免安装、易挪动的需求；A+++能效分体机兼顾公寓用户对静音、节能的要求；R290热泵热水器与多联机组合，则为自建房提供冷暖、热水一体化集成系统。

美的相关负责人表示，欧洲空调市场长期存在传统空调安装审批流程烦琐、人工安装成本高昂的问题，叠加老旧建筑外立面管控、租赁住宅安装受限等用户痛点。美的针对性推出PortaSplit空调，该产品无须审批、无须打孔、无须专业安装，用户可自行快速完成安装和拆卸，大幅降低了使用门槛，同时兼具出色的制冷能力、能效表现与静音效果。

安装工是欧洲空调市场的关键推介群体。海尔依托意大利、法国等多国安装工的一线实操反馈，针对性定制EXPERT系列空调。产品采用单螺钉模块化可拆卸结构，大幅简化安装与检修流程；同时优化拆机清洗方式，可解决空调积污异味问题，支持用户自主清洁，有效降低售后维保成本。此外，海尔Pearl Premium全系列产品均达到欧盟A+++顶级能效标准，适配欧洲低碳政策，有效降低用户日常使用能耗成本。

海信有关负责人介绍，品牌面向高端市场推出Air Master(U8)系列产品，全系达到欧盟A+++顶级能效；面向大众家庭推出Uni系列，凭借易安装、易拆洗的产品优势，成为主流家用机型；免安装移动空调搭载小型变频、微型净化、低噪压缩机等专属技术，契合欧洲高温刚需；商用热泵与中央空调产品线，则聚焦欧洲新能源升级与低碳改造需求，适配当地采暖、制冷双向需求，已在匈牙利、波兰等国商用项目实现批量落地。

跨境供应链能力成为空调产品海外交付的重要保障。移动空调对

仓储、物流、末端配送要求较高，菜鸟在欧洲布局28座海外仓，覆盖英、德、法、西等核心区域，实现本地备货、隔日配送，并运用AI与机器人技术优化仓储、拣选、配送全流程，保障订单履约。菜鸟海外供应链副总经理孙蓓蓓表示，中国空调在欧洲热销，是产品适配本土需求与跨境供应链高效运转共同作用的结果。

服务支撑长效发展

短期销量暴涨，并不代表品牌能够实现长期本土化经营。随着欧洲相关法规持续升级、市场竞争日趋规范化，服务已从市场竞争中的加分项，转变为品牌扎根当地、实现可持续发展的核心抓手与必备条件。

跨境电商资深从业者李先生认为，当前欧洲消费者选购家电，不再单纯比价、比参数，而是更加看重产品环保合规性、技术标准，以及品牌对当地就业、区域经济的正向价值。他认为，产品质量仅是市场准入基础，深度适配本土规则、落地全周期本地化服务，才是品牌长期扎根的核心。

“欧洲消费者愿意为优质服务付费，核心取决于服务价格透明度、服务范围清晰度、本地语种客服配套以及售后快速履约能力。”北京见微睿行创始人、CEO文建平建议，中国品牌布局欧洲市场应前置服务思维，从初期就将服务嵌入销售全链路，优先搭建重点国家本地服务商网络，避免出现“先做销量、后补售后”的问题。

中国建筑科学研究院首席专家、全国工程勘察设计大师、中国建筑学会暖通空调分会主任委员徐伟指出，目前国产空调虽可满足欧盟基础法规要求，但高端中央空调等大型设备对本土化定制设计、现场安装调试、长期维保、合规回收的全流程服务能力要求极高，这也是当前中国品牌深耕欧洲高端市场面临的核心考验。

文建平补充建议，家电行业需搭建分层化、标准化服务框架，针对不同品类空调制定专项服务规范，补齐多语种客服对接、原厂配件保障、合规废旧家电回收等配套能力，这是中国品牌从“出口品牌”转型为“欧洲本地经营品牌”的关键所在。(新华网)