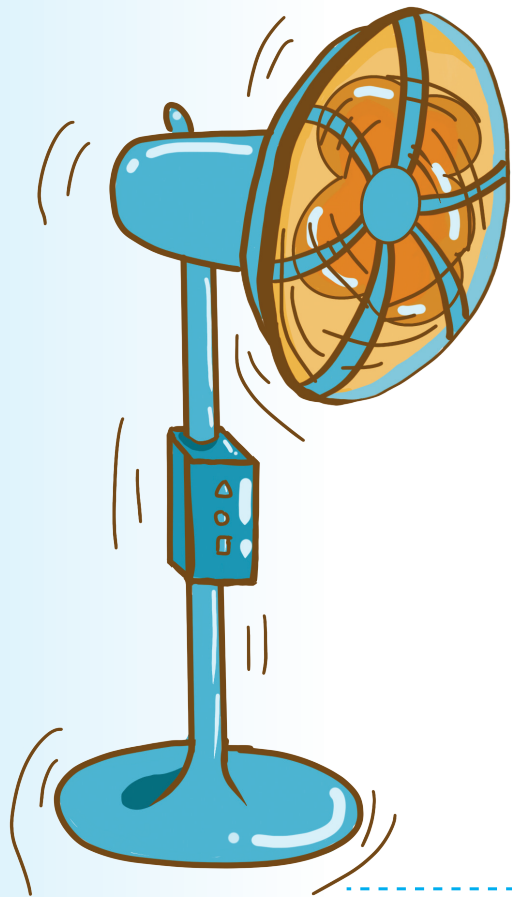




甬企三“凉”策 接住欧洲热浪下“冷”机遇

近段时间，常居斯洛伐克的华侨李捷锋时常感到庆幸，因为家里提前购买了风扇和空调，“怕父母热，2015年买了第一台风扇，前几年又装上了空调。眼下高温还在持续，家门口的公共绿地都被烈日晒黄了”。

李捷锋于2004年来到欧洲，后来常居斯洛伐克，经营着3家超市。他说，往年夏天最高气温就35℃，只会持续一周左右，如今接近40℃，但当地空调普及率仅两成，“这里风扇已经卖断货了，空调安装起码要等一个月”。

罕见的热浪持续炙烤欧洲，“烤”出了当地居民的清凉焦虑，也“烤”出了中国清凉电器出海的忙碌。海关总署数据显示，今年上半年，中国对欧盟空调出口额同比增长43.2%，创历史新高。

记者从宁波海关获悉，面对清凉电器集中出货的高峰，海关开通绿色通道，助力快速出口。6月份，宁波海关接受申报出口的冰箱、冰柜、冷藏箱等产品约162万台，同比增长30.6%，制冰机设备81.4万台，同比增长77.7%。

在为欧洲送去清凉的浪潮中，“宁波制造”是如何踩准风口，拿下更多订单的？记者为此走访了多家企业，寻找这本消暑生意经背后的奥秘。

记 者 孙佳丽 卢昕炎 通讯员 关莹咏
本版图片除署名外均由受访者提供

A 不打无准备的仗

明天，奥克斯增开的智能化产线将运转。很快，移动空调能数以万计、源源不断下线，目标是抢抓欧洲热浪行情，因为订单“爆”了。

目前，奥克斯的业务覆盖160多个国家和地区，家用分体式空调连续7年稳居全球销量前三。据产业在线5月份统计数据，奥克斯的分体式空调和移动空调，在意大利、荷兰、法国、西班牙西欧四国的销量，同比增长144%。

“前期快速出货抢占市场也好，新建智能化产线也罢，并非跟风短期高温红利，而是基于欧洲市场长期增长趋势作出的前置战略布局。”奥克斯海外制造负责人杨先生说。

众所周知，外贸供应链的传导有时间差。奥克斯海外交货的周期不断压缩，正常在15天左右，特殊时期可临时调配，缩短交期。因此踩准风口的前提，是提前布局。

欧洲老建筑多、空调安装门槛高、电价居高不下，居民对低噪、高效制冷设备需求长期存在。同时，欧洲空调整体渗透率偏低，市场扩容空间巨大。

这些年，奥克斯依托免打孔移动空调、18dB低噪内机

等本土化产品，解决用户核心痛点，搭配海外持证安装团队完善服务，已经积累了稳定消费口碑。

其中，免打孔移动空调精准适配欧洲老房外墙禁止打孔、人工安装成本高的痛点，即插即用，无需改造房屋；搭载AI ECO节能模式的智能变频空调，最高可省电40%，适配当地高电价环境。

杨先生直言，市场需求增长并非短期高温天气导致，而是消费认知转变的拐点到来，“7月份的前半个月，欧洲客户的订单量比6月份同期又有增加。提前布局智能产线，更

为承接未来数年持续扩容的市场需求。”

奥克斯并非个例。面对欧洲持续高温，宁波企业打的从来不是无准备的仗。

宁波罗娃电器有限公司线上销售人员每天盯着跨境电商平台忙个不停——移动空调、制冰机等产品甚至出现“一机难求”的状况。据初步统计，上半年，企业整体海外销售额已突破2亿美元。

高温来临前，企业提前备了5万台现货，上月26日已全部卖空，眼下正在抓紧补货。

心中有数、手里有策、脚下有路——这是宁波消暑生意经中的第一策。

其实，爱科特主打产品是水家电和环境电器，企业三年前以自创品牌顺利打进欧洲市场。没想到，欧洲反常的高温天意外带火了移动空调。

“我们在商超和电商平台同时出货，除亚马逊外，Joybuy也是主阵地之一，他们的人局解决了海外配送的时效性问题。”王治说。

合规经营、品牌为先、独家定制——这是宁波消暑生意经中的第二策。



工厂工人正在装配空调。

B 创新是核心竞争力

“今年欧洲确实热，但光靠把普通风扇拉过去卖是行不通的，同质化低价产品难以打开销路。”宁兴贸易集团有限公司业务经理竺浩杰分享：一名英国客户在他们这里采购的700台空气循环扇，仅三天就宣告售罄，远超以往20天到30天的销售周期。

销售如此火爆，靠的不是运气，而是创新带来的不可替代性。

竺浩杰介绍，他们的循

环扇不仅具备上下左右“3D摇头”功能，还通过加厚头部和内置风道设计，将原本凌厉直风转化为柔和气流，“风力不如国内电扇强劲，但符合欧洲人的生活习惯”。

除了设计与功能定制，硬性的标准合规也是一道槛。产品要采用符合有关认证的环保材料，需满足欧洲的安全标准，针对不同国家区域，电压和线路板都要作相应调整。

宁波外贸人碰到有门槛的

事，大多会升腾起一股不服输的劲，爱科特生活电器有限公司销售负责人王治同样如此。

“上周末，一名英国老客户一口气订了1000台移动空调，7天内就要交付，不惜走空运，我这两天就在忙这个。”王治忙里偷闲，接受了采访。

今年5月开始，爱科特的移动空调销售就进入爆发期，工厂内3万台备货已经售空，企业新开两条生产线，每条每天最多可生产800台，加班赶

工。

模具加工到注塑成型的完整产业链，积累了一大批老客户。目前欧洲热销的吸污和过滤设备，大多是去年根据客户需求研发的款式。”总经理何怀忠说。

据他介绍，今年因为高温，上半年欧洲订单额已突破5000万元，同比增长两成。生产区内数十台注塑机、吹塑机满负荷运转，客户想临时定制、追加订单，都能及时响应。

稳定渠道、长期布局、深耕价值——这是宁波消暑生意经中的第三策。



宁波海关关员在继电器生产企业开展政策宣讲。（符国钧 摄）

C 不沉迷短期业务

热浪终将退去，但欧洲消暑市场已然重构。消暑产品的出口，更要懂得欧洲人的长期需求。

“极端天气会给消暑产品带来短期销量增长，但企业只盯着天气炒作，很难在海外市场走得长远。”宁波灏钻科技有限公司品牌总监陈德欢说，真正让企业立足的，是对欧美消费者生活习惯的深度洞察。

灏钻科技原本主营净水器、咖啡机等健康饮水设备，此前在净水器产品

中创新性地加入制冰功能，意外取得了很好的市场反响。后来，一名欧洲客户主动向业务员，既然能制冰，能不能做冰饮、做冰沙。

企业花了一年，推出一款在短时间内即可出品冰饮的冰沙机。

这款产品搭载了无刷电机，运行噪声更小、制冷成冰速度更快，与传统先制大冰块再粉碎的机器不同，用户只需倒入可乐、果汁、牛奶甚至朗姆酒等液体，就可直接生成冰沙，在德国和意大利等欧洲国

家大受欢迎。

灏钻科技不做“一锤子买卖”，宁波东川游泳池设备有限公司盯牢的同样是长期生意。

烈日炎炎，泡在水里往往是欧洲民众广泛采用且非常有效的降温方式。这就需要先把泳池清理干净。

西班牙酒店的泳池里，几台智能吸污机在自主清理池底；法国家庭的后院里，泳池水循环过滤装置高效运转……这些产品的供应商背后，可能是东川。

“我们拥有从产品设计、

绿色合规相关法规，打通跨境对接沟通壁垒，精准匹配终端用户的核心需求，完善海外原厂配件仓储与供应体系。

在宁波大学商学院国际经济与贸易系主任丛海彬看来，企业在优化服务体系的同时，还需建立系统化风险对冲思维，科学平衡海外市场红利与海外政策不确定性，采取差异化、精细化、多元化市场布局，提前对标欧盟新规升级合规产线，分散单一区域的政策波动带来的市场风险。



用冰沙机制作的可乐冰沙。

D 甬企更需多“凉”策

热浪改变了欧洲消费者的生活习惯，也为宁波相关产业加速出海创造了契机。但抢抓机遇的同时，也要注意潜在风险。

记者从宁波市贸促会法律事务部了解到，欧盟环保法规正在形成系统性市场准入门槛。

比如在绿色标准方面，欧盟新电池法碳足迹性能等级标签实施、欧盟零毁林法案（EUDR）将于今年底全面执行、多国全氟和多氟烷

基物质（PFAS）禁令及数字产品护照（DPP）等加速落地。

单是空调品类，欧盟将从明年1月起，针对12千瓦及以下一体式空调，实施更严格的冷媒GWP（全球变暖潜能值）限值，整机单台制造成本预计上浮10%到20%。

“未来，这是一场关于低碳能力、供应链布局和规则适应能力的综合较量。”浙江万里学院物流与电子商务学院副院长郁玉兵说。

他建议，企业要以标准化、本土化、全链条的服务体系为支撑，通过服务能力、合规能力、运维能力的全方位提质，扭转重产品、轻服务的外销短板，构建本土化标准化运营体系。

一方面，建立分层分类的标准化海外服务体系，将本土定制设计、专业安装调试、常态运维、合规废旧回收等环节纳入标准化服务流程，实现全生命周期服务闭环。另一方面，严格对标欧盟循环经济、

绿色合规相关法规，打通跨境对接沟通壁垒，精准匹配终端用户的核心需求，完善海外原厂配件仓储与供应体系。

在宁波大学商学院国际经济与贸易系主任丛海彬看来，企业在优化服务体系的同时，还需建立系统化风险对冲思维，科学平衡海外市场红利与海外政策不确定性，采取差异化、精细化、多元化市场布局，提前对标欧盟新规升级合规产线，分散单一区域的政策波动带来的市场风险。



灏钻科技的冰沙机。