上半年对欧盟空调出口额达37.6亿美元，同比增长43.2%

中国清凉电器走俏欧洲

近日，欧洲多地迎来大范围热浪，中国品牌空调及其他电器产品受到欧洲市场青睐。中国清凉电器缘何受追捧？记者到浙江、广东等地，探访相关家电企业，看中国清凉电器如何以创新能力与完备的供应链，为海外消费者提供可靠的产品与服务。

广东广州南沙区美的空调生产基地内，一台台便携式分体空调有序组装，叉车往返于仓库与月台之间。“专属产线的工厂正在加紧生产，以满足海外市场的需求。”美的空调海外欧洲大区总监熊学勤介绍。

7月10日17时17分，X8120次班列从广州国际港准时驶出，载着装有空调等家电产品的55个集装箱前往欧洲。“我们对便携式空调产品实行优先集结、优先编组、优先发运的‘三优先’措施，确保班列应运尽运、快运优运。”广州国际港主管郑蒲洋说。4月至6月，中国铁路广州局集团有限公司通过中欧班列累计发运便携式空调及关键配件货值约5200万美元，其中整机发运量突破10万台。

随着欧洲遭遇持续高温天气，中国家电企业生产的便携式分体空调在欧洲市场走俏。熊学勤介绍，中国品牌空调在欧洲市场受到青睐，尤其是便携式分体空调产品销量快速增长，部分销售渠道已经售罄。

欧洲家庭空调普及率低，这源自多方面因素的影响：不少城市建筑属于历史保护建筑，法律禁止在外墙打孔安装外机；普通公寓安装需经业主委员会审批，流程长达数月；持证技师单台空调安装费普遍在1000至2000欧元，远超空调本身价格。

美的空调欧洲产品经理赵阿立介绍，美的便携式分体空调抓住用户痛点，采用窗台外挂式设计，消费者10分钟内即可完成组装，无需专业施工。

“这款产品由海内外研发设计团队联合打造。”赵阿立说，为了方便用户安装，美的将压缩机内置，外机则做到小型化和轻量化，适配欧洲窗户尺寸。同时，结合本地化的支架设计，消费者可徒手快速安装，打造即插即用的产品方案。

数据显示：今年上半年，美的在西欧市场空调整体销售额同比增长超70%，便携式分体空调单品在德国市场半年销量突破6万台，全欧洲预计全年销量达20万至30万台。“产品上市3年来，越来越多的渠道商主动上门求货。”熊学勤说。

面对订单快速增长，美的已紧急协调工厂加班生产，并通过中欧班列加速运往欧洲，全程时效15至25天，比海运缩短约25天。

海关总署数据显示，今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%，创同期历史新高。免安装移动空调出口增幅超过70%，是增长最快的细分领域之一。中国空调品牌市占率从2023年的27%提升至41%。格力、TCL等企业也表示，在法国、意大利、西班牙等国，今年1至6月实际空调销



售额同比大幅增长。

为欧洲送“清凉”的产品不只有空调。浙江宁波惠康工业科技股份有限公司生产车间内，从总装上线到自动打包，每15秒就有一台小型制冰机制成下线。进入7月，虽然已过出货旺季，公司产线依旧忙碌，每日可生产制冰机2.5万台左右。

刚下线的制冰机被运往大货车进行装柜，发货调度员一边指挥一边说：“平常一天有二十几个货柜，其中大约1/4是发往欧洲的。”一旁，公司国际贸易总监郑莉介绍，欧洲市场增长较快，出口占比已经从去年的5%提升至今年1至5月的15%。

市场空间拓展的背后，是企业20余年的持续创新。走进企业展厅，一台2003年的初代制冰机映入眼帘。“当时只能用现成的冰箱压缩机，体积较大，不适合欧洲的厨房。”郑莉说。

对此，惠康科技一方面聚焦把产品做小，以某款制冰机为例，从2003年推出至今，已5次迭代升级，体积缩小80%左右；另一方面，公司根据不同地区消费者喜好调整产品设计。“不同冰型匹配不同场景，也能提供一定的情绪价值。”郑莉介绍。

在惠康科技董事长陈越鹏看来，制冰机产业之所以能快速发展，离不开完备的产业链支撑。在宁波慈溪市，不到2小时便能找齐制造一件小家电所需全部零部件，且链上企业持续创新升级。“以制冰机的关键部件压缩机为例，从2006年开始，我们和多地的压缩机供应商共同开发，研发压缩机内部的相关组件，定制出体积更小的压缩机，并重新设计制冷系统，制冰量不降反升。”陈越鹏说。

今年，惠康科技的新款制冰机走俏欧洲市场。新款制冰机体积更小，但制冰效率提升，每6到8分钟出一轮冰，功率仅95瓦。“体积小、耗电低，正是欧洲消费者看中的主要卖点。”郑莉说。

宁波海关数据显示，今年1至5月，全市对欧洲出口电风扇、冰箱、空调、制冰机等清凉家电27.3亿元，其中制冰机同比增长36.8%。在家用制冰机这一细分领域，惠康科技占据全球31%的市场份额。

在浙江义乌国际商贸城二区，不少清凉产品成为外商的抢手货。在浩宸电器的商铺内，一款外形酷似时尚腰包的腰挂风扇热销，负责人丁俊介绍，不同于传统手持风扇，这款产品既可挂颈又能别在腰间，携带较为方便。在星宝伞业的商铺内，负责人张佳媛展示起一把遮阳伞，伞内内置了风扇，伞柄下还能用自带的管子连接一瓶水，可喷出水雾降温。“产品经多次迭代，不仅升级了充电接口，伞骨也从长柄款升级至更便携的三折款。”张佳媛说。

义乌跨境电商协会数据显示，今年1至5月，义乌实现跨境电子商务交易额811.75亿元、同比增长10.23%，其中销往欧洲的移动空调、电风扇等产品出口量同比涨幅超70%，降温品类成为拉动出口增长的重要引擎。

（人民日报 李刚 窦瀚洋）

分不清纯棉、全棉、100%棉？

业内人士给出专业解读

近年来，全棉类纺织品市场需求持续攀升，与此同时，相关产品在标识标注与宣传营销环节存在不规范现象：产品标签中“全棉”“100%全棉”等表述混杂不一，宣传端“云朵棉”“水洗棉”等概念层出不穷。日前，江苏省纺织产品质量监督检验研究院高级工程师徐亚军，江苏省纺织产品质量监督检验研究院高级工程师肖航，对公众关注的问题进行了专业解读。



100%全棉、100%纯棉、100%水洗棉……标注不规范

很多消费者在购买纯棉纺织品时发现，标签写法五花八门，常见标注有100%棉、100%全棉、100%纯棉、100%水洗棉、100%精梳全棉、100%新疆长绒棉等。对照标准来看，哪些标注符合国家标准，哪些属于不合规？

徐亚军指出，根据国家GB/T29862-2013《纺织品 纤维含量的标识》规定，当纺织品仅含有一种纤维成分，且该成分为棉纤维时，可定义为纯棉产品（这里面允许含微量其他纤维，≤0.5%）。另外，标准里规定，产品或产品的某一部分中含有能够判断为是装饰线或特性纤维（如弹性纤维、金属纤维等），且总含量≤5%时，可以使用“100%”“纯”“全”表示纤维含量，并说明“××纤维除外”。

所以，纯棉制品应该标注为：纯棉、全棉或100%棉。100%全棉、100%纯棉、100%精梳全棉（其中，“全”“纯”“100%”字面意思重复）；100%新疆长绒棉（标准不要求标注产地和品种）。如果产品含有其他纤维材料，且不属于上述情形，就需要通过检测标出具体成分及含量百分比。

亲肤棉、云朵棉、水洗棉等多为营销概念

在电商平台上，搜索纯棉产品，会出现不少在宣传页上写着“亲肤棉”“云朵棉”“水洗棉”的产品。这些名称是否专业，产品是否可靠？

依据国家标准GB/T29862-2013《纺织品 纤维含量的标识》规定，在标识纤维含量时，允许在纤维名称的后面添加如实描述纤维形态特点的术语，例如，涤纶（七孔）、棉（丝光）。而“亲肤”“云朵”“柔软”“水洗”不属于此范畴，是厂家为“吸引眼球”增加的形容词，目的在于宣传产品的柔软、贴肤、暖和、可水洗特点。通常这些带“棉”“绵”的原料大多数是聚酯纤维，与天然棉纤维无关。这些都属于标识不规范。

另外，肖航指出，“纯棉”并不直接等同于“品质好”。“纯棉”主要决定了面料的材质属性（即100%棉），但“品质好”是一个综合概念，还取决于原料等级、纺织工艺、纱支与密度、后整理技术及安全标准等多个维度。同样是“纯棉”，因采用原棉的等级不同，纱支高低不同，纺纱、染整工艺的不同，价格和品质可能天差地别。

三步辨别全棉制品

首先，全棉衣服，一般用手稍稍用力抓握搓揉面料后，面料有起皱现象，且回弹较慢；而化纤相对硬挺，容易恢复平整。

其次，全棉衣服，触感较柔软，但带点涩感。而化纤面料往往过分“顺滑”或带冰凉感。

最后，可以扯几根纱线进行燃烧，全棉燃烧迅速、无熔融，有类似烧纸的味道，残留物为灰黑絮状灰烬。而含化纤的面料燃烧时会受热卷曲，并有刺鼻塑料味，残留黑色硬块。

（据新华网）

上半年我国GDP同比增长4.7%



国家统计局15日发布数据显示，初步核算，上半年我国国内生产总值（GDP）695704亿元，按不变价格计算，同比增长4.7%。

夏粮增产丰收，工业生产较快增长，服务业平稳增长。全国夏粮总产量15075万吨，比上年增加100万吨，增长0.7%。上半年，全国规模以上工业增加值同比增长5.4%；服务业增加值同比增长5.2%。

消费市场继续扩容，固定资产投资下降，货物进出口快速增长。上半年，社会消费商品和服务零售总额同比增长2.7%，其中服务零售额增长5.3%，商品零售额增长1.1%；全国固定资产投资（不含农户）226370亿元，同比下降5.7%；货物进出口总额254686亿元，同比增长16.9%。

居民消费价格温和上涨，就业形势总体稳定，居民收入平稳增长。上半年，全国居民消费价格指数（CPI）同比上涨1.0%；全国城镇调查失业率平均值为5.2%；全国居民人均可支配收入22981元，同比名义增长5.2%，扣除价格因素实际增长4.2%。

“总的来看，上半年国民经济运行在合理区间，新质生产力培育壮大，高质量发展向新向优。也要看到，外部不稳定不确定因素较多，国内供强需弱矛盾突出，经济向好基础还需巩固。”国家统计局副局长毛盛勇在15日举行的国新办新闻发布会上说。

毛盛勇表示，下阶段，要坚持稳中求进、提质增效，加大逆周期和跨周期调节力度，持续扩大内需、优化供给，做优增量、盘活存量，着力建设强大国内市场，加紧培育壮大新动能，加力稳就业、稳企业、稳市场、稳预期，推动经济实现质的有效提升和量的合理增长。

（新华社 何晓 王雨萧）