



43℃现场看球,球迷吐槽快热化了

美国费城遭遇39℃极端热浪,体感或有43℃

潇湘晨报·晨视频记者朱宗威 报道

北京时间7月5日凌晨,法国1比0淘汰巴拉圭,晋级世界杯八强。但在美国费城,这场比赛还有另一个对手——高温。比赛当天,费城遭遇极端热浪。法国与巴拉圭比赛期间,气温约39℃。赛前气象预报显示,湿度还可能让体感温度升至约43℃。当地处于极端高温警报之下,这也成为本届世界杯开赛以来最炎热的比赛之一。

对于数万名来到费城的世界杯球迷来说,看球首先变成了一场与高温的较量。“我快热化了。”在费城柠檬山举行的世界杯球迷嘉年华上,有球迷这样形容自己的感受。面对危险高温,现场专门搭起遮阳棚,设置饮水补给点和喷雾降温设备。高温甚至改变了世界杯球迷活动的安排。为了避开一天中最炎热的时段,费城的球迷嘉年华缩短了开放时间。法国与巴拉圭比赛当天,活动场地中午才

开放,并在当天较早一场加拿大与摩洛哥的比赛结束后关闭。比赛场地同样准备了降温措施。球迷前往球场途中可以使用喷雾降温设施,球场周边设置了降温帐篷。每名球迷还被允许携带一瓶容量不超过590毫升、未开封的饮用水进入球场,场内多个区域设有饮水设施。最终,法国和巴拉圭在约39℃的高温中完成了比赛。姆巴佩罚入全场唯一进球,法国1比0晋级。

 **美国费城**

39℃
体感温度43℃

这些中国造“避暑神器”正为欧洲降温

今年夏天,欧洲频繁出现极端高温天气。但受老式建筑保护法规、人工成本高昂、安装资源紧缺等因素影响,欧洲空调的家庭保有率仅约20%。高温引发的空调需求集中爆发,多个中国品牌空调在欧洲销量明显上涨。其中,易安装空调成为主流选择。

易安装、价格优、低能耗,中国空调热销欧洲

近日,在广东佛山,一家家电企业正开足马力生产专供欧洲的免安装分体式空调。它不同于传统通用出口机型,而是立足欧洲本土生活习惯、建筑规范与气候特点研发,既能满足部分欧洲国家建筑外墙不能安装空调挂机的限制,也能免去较高的人力成本,因此在欧洲市场备受欢迎。该企业负责人介绍:“这款空调去年全年的销售量是8万多台,截至目前,面向经销商的渠道销售量已经是20万台。”同时,这款产品在售价上优势突出,大幅降低居民使用门槛。负责人介绍:“这款产品终端售价在1000欧元左右。如果消费者购买一台壁

挂式分体机,加上安装费用后价格大概是2500欧元、3000欧元甚至4000欧元不等,这取决于不同国家的人工成本。”中国企业针对免安装分体式空调在轻量化、静音技术等方面持续进行优化。中国一家家电企业负责人介绍:“我们将空调外机的重量控制在10公斤左右,方便用户搬运。我们还将压缩机从室外挪到室内,花了近两年时间做了一系列技术突破,解决压缩机内置带来的噪声等问题。”在浙江余姚,一家家电企业的生产线满负荷运转,工作人员正在加紧赶制一批发往德国的移动空调。针对欧洲国家空调安装使用的实际情况,该企业生产的这款移动空调将压缩机、风机、电控系统等核心装置集成一体,无需专业安装,开箱即用,不仅能在3分钟内将出风口周围温度降至16℃,还具备Wi-Fi远程控制等功能。企业负责人介绍:“目前我们排产已经到了8月末,今年上半年出口数据整体应该增长了23%。”中国空调的低能耗优势也是吸引欧洲消费者的主要原因。欧洲严苛的碳中和环保标准,以及近年来德、法等国的居高不下的昂贵电价,让空调能效成为当地消费者的首要考量。中国一家家电企业负责人介绍,该公司空调产品达到了欧洲最高能效的认证。“相比市面常见的空调可节省30%的能耗,能够为欧洲家庭大幅缩减电费。今年前6个月,我们的空调在西欧市场的销售额同比增长了20%。”数据显示,今年前5个月,中国向法国、荷兰、比利时等西欧国家出口空调数量同比增长翻倍;6月,中国空调对欧洲出口同比飙升72.8%。



意大利线下商场售卖的空调。
图/南方人物周刊

风扇帽、手持风扇、冰淇淋机 中国“降温神器”走红

不仅空调热销,一些中国生产的“降温神器”在欧洲市场也十分走俏。在浙江义乌一家帽业工厂,工人正在加紧生产“风扇帽”。去年夏天“风扇帽”销售火爆,今年随着气温上升,这款产品再度走俏。厂长介绍,“现在手里面订单排到了8月”。厂长介绍,产品已升级到2.0版本,提高便携度的同时,也能带来更好的清凉体验。“像移动小空调一样,帽子上的太阳能板还能续航。今年两款风扇帽加起来销量能突破50万顶。”这段时间,浙江义乌的多种降温产品迎来销售高峰。在浙江义乌国际商贸城,从事折扇生意的经营户刘小英近期就接到了不少欧洲客户的定制订单。最近,一款印有埃菲尔铁塔图案的折扇,已通过空运紧急发往法国巴黎。刘小英说:“有些客户甚至会每搭一套衣服配一把扇子,对他们来说,这不仅仅是一个时尚单品,也是一个解暑神器。”同样,在国内市场热销的手持小风扇,这段时间也成为欧洲街头出镜率最高的“消暑单品”之一。一位乌克兰采购商说:“因为最近欧洲很热,什么种类的风扇我都要买,越快越好。”在浙江宁波一家电器制造企业的生产车间,一台台家用冰淇淋机正陆续下线,这批共计两万多台的产品将在7月中旬陆续发往欧洲各国。企业负责人介绍:“我们的新产品今年刚上市,从3月份到现在已经出口约4.8万台,还有一些德国、英国、西班牙的订单。”宠物降温用品同样销售火热。在一家专营宠物用品的商铺中,经营户表示,今年新款的宠物水上玩具兼顾轻量化与可玩性,受到不少采购商的欢迎。“这几个月,我家的宠物水上玩具系列产品,单月出口量超过3万个,订单同比增长20%以上,主要出口东南亚、欧洲、北美这些地区的国家。”

中国制造圈粉全球

近期,中国空调等“避暑神器”在欧洲卖爆。这是中国制造走向全球的一个缩影。今年夏天,义乌生产的世界杯商品持续爆单,中国电动三轮车走俏海外,新能源汽车在街头平稳驶过,奶茶店、火锅店排起长队,国潮美妆备受追捧……从工业品到消费品,中国制造正从更多维度融入全球消费者的日常生活。中国制造为何圈粉全球?中国社科院国家全球战略智库研究员潘圆圆表示,关键在于中国始终关注全球消费者的实际需求,敏锐捕捉市场信息,并依托完整的工业体系,成熟的供应链与高效物流网络,快速提供高性价比产品以及解决方案。这种对需求的快速响应能力,使中国制造在全球市场建立起独特的竞争优势。从消费端看,中国物美价廉的商品帮助多国消费者有效缓解通胀压力,减少家庭开支。欧洲央行发布报告测算,如果2026年欧盟从中国进口增加10%,欧盟整体进口价格将下降1.6%。从生产端看,中国制造的设备和零部件帮助有关国家实现产业迭代升级、绿色转型,更好融入全球价值链。中国正将制造“硬实力”转化为促进全球共同发展的“新动能”。相信中国制造未来还将书写更多互利共赢的新故事。(央视新闻)

