



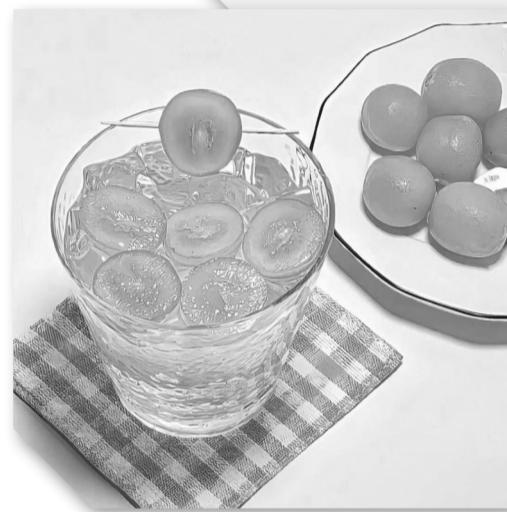
高温催热 【清凉经济】

清凉产品走俏

“请来一杯奶霜香芒，少冰少糖，谢谢。”在北京大栅栏张一元“元来是茶”新茶饮店，游客正排队点单。一杯冷饮，成为不少游客夏季出行标配。“元来是茶”新茶饮店负责人王宇介绍，为更好满足消费者解暑消夏需求，店里推出各式茉莉花口味的新茶饮，花香搭配茶底口感清爽，很受消费者欢迎。

除了在饮食上追求清凉口感，消费者在衣物选择上更注重防晒性、透气性。SN户外品牌CEO薛飞介绍，公司推出小清风系列、超轻系列等适合夏天户外的凉感运动服装，升级混纺面料、轻量面料，使衣物速干、透气和抗异味。

一杯新茶饮、一件运动服，通过口味的融合、面料的创新，在日常生活用品中融入清凉元素，备受消费者青睐。京东消费及产业发展研究院数据显示，高温天气下对解暑和健康防护的需求爆发式增长，清凉眼罩、冰淇淋、清凉喷雾和凉茶等销量持续攀升。



家电功能更新

高温天气促使制冷家电购买需求加速释放。京东618数据显示，AI节能空调、新风空调等空调趋势品类订单量同比增长超5倍，中央空调多联机销售额增速超220%，便携式风扇、除湿机的成交额同比增长翻倍，制冰机成交额同比增长100%。

随着生活方式向绿色化、品质化、便捷化转变，消费者对家电产品功能的需求愈发多样化。奥维云网大家电事业部副总经理杨超说，技术迭代，改善了空调的使用体验。例如，通过语音交互可以直接开关机，“防直吹”“无风感”让体验更舒适。“除了制冷刚需，健康、智能、节能成为消费者选购空调的重要考量因素。”杨超说。

海尔空调中国区市场总经理杜宏伟介绍，聚焦用户节能、健康需求，海尔推出了净省电和洗空气等系列新品。其中，净省电系列创新应用AI节能技术，缓解用户夏季用电焦虑。数据显示，6月下旬至今，苏宁易购全国新一级能效空调销售同比增长82%，其中哈尔滨、成都、青岛地区同比增长分别达到959%、195%、181%。

热浪席卷欧洲多国，空调在海外市场也迎来热销。海尔空调海外营销总监于晓晨说，凭借本地化解决方案和专业渠道布局，海尔空调成功登顶意大利专业渠道和西班牙零售渠道份额榜首。

杨超说，欧洲市场空调安装率较低，高温天气为中国空调企业打开销售增量窗口。一些企业已通过海外建厂的方式，深耕本土化生产和经营，扩大自主品牌影响力。需要注意的是，欧洲、北美、东南亚等海外市场都有相应的能效标准，空调产品出口要符合当地技术要求。

进入暑期，多地高温催热“清凉经济”。清凉商品不断上新，制冷家电迎来销售旺季，避暑旅游持续火热……一系列创新产品及服务为消费市场注入新活力。



资料图片

消夏活动多样

入夏以来，避暑游热度持续高涨。近日，中国气象局发布16条全国暑期避暑旅游路线，更好满足游客多样化需求。

花海美景、森林穿越、帐篷露营、热气球……位于吉林省吉林市的松花湖度假区不断解锁清凉玩法。松花湖度假区市场营销总监黄钟锐介绍，聚焦家庭避暑度假等需求，度假区孵化出“上青山看花海、上青山享露营、上青山越野跑、上青山观日出”四大主题活动，并联动城市文旅资源开通直通车，吸引暑期游客。

白天观光热闹非凡，夏日的夜晚也呈现出别样魅力。在吉林省白山市抚松县的长白山华美胜地度假区，游客可在夜间“打卡”视听音乐会、火树银花、音乐篝火派对等热门活动。“我们特别策划了夏季主题夜游活动，融合音乐、非遗元素和沉浸式体验，为游客营造多重氛围感。”长白山华美胜地度假区品牌拓展经理夏源说。

国务院发展研究中心市场经济研究所副所长、研究员王青认为，“清凉经济”走热，正是创新消费场景、追求情绪价值的体现。他建议，在时间上，落实带薪休假制度，满足暑期亲子游、清凉游的出行需求；在空间上，避免旅游资源同质化，将消夏活动与非遗技艺、户外露营、体育赛事等热点项目结合；在服务上，协调各方做好配套保障，保证夏季食品安全，延长夜间公共交通运行时间等。

当前，全国各地正在开展多姿多彩的消夏活动。“上海之夏”国际消费季将组织300余场“好来、好玩、好购”活动；广西将围绕“潮玩暑期惠燃广西”主题，推出2000余项文旅、餐饮、体育消费活动……商务部新闻发言人何咏前表示，商务部将会同相关部门持续组织开展“购在中国”系列活动，指导各地结合暑期消费特点和地方特色，多措并举扩大优质商品和服务供给，创新优化商旅文体深度融合，促进夏日消费持续升温。

来源：经济日报