

近年歐洲熱浪所帶來之挑戰與市場商機

市場情報中心林志都研究員 2026.7.2 撰擬

壹、熱浪帶來的降溫需求

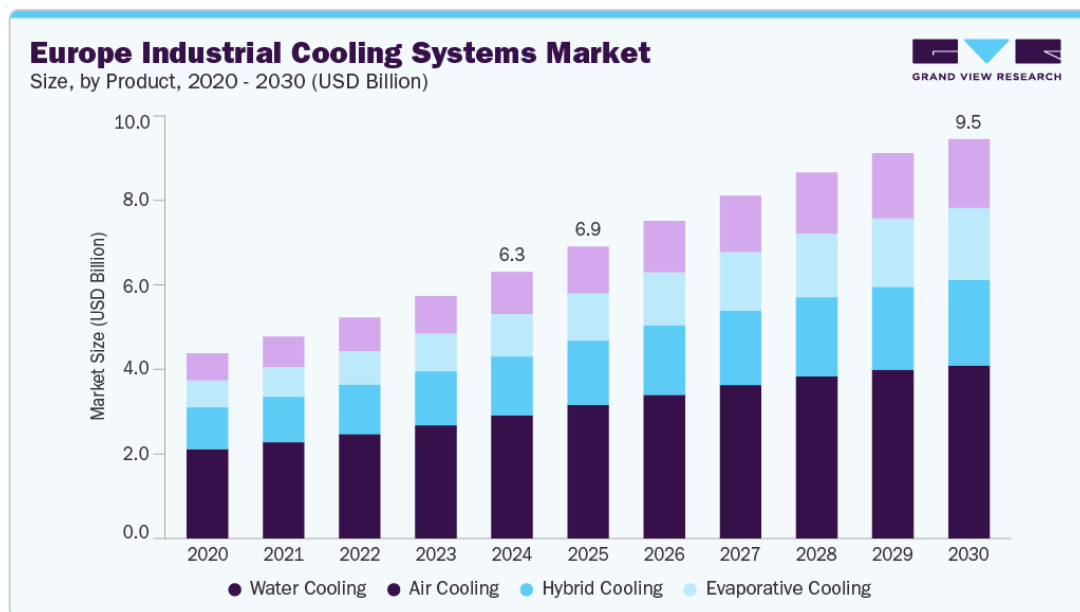
近年來因氣候變遷，歐洲屢受熱浪襲擊，今（2026）年更加嚴重，除了原本夏季炎熱，動輒 38 至 40 度高溫的南歐地中海沿岸更加酷熱以外，就連位於溫帶與寒帶的北歐與中歐多國氣溫也都紛紛飆破 40 度，導致不但有許多人熱死或住院治療，各種基礎設施與服務受到影響，原本興盛的觀光業也受重創。之所以會造成如此大的影響，主因如下：

- （一） **歐洲硬體建設問題**：由於大部分歐洲國家多處於溫帶或寒帶，因此建築與都市設計均偏向於禦寒與保存熱能，甚至有很多汽車有暖氣與加熱座椅，但卻沒有冷氣。
- （二） **大眾與政府對冷氣的負面態度與觀感**：過往歐洲許多民眾認為熱浪乃偶然之氣候現象，好幾年才一次，且認為吹冷氣不利健康、若很多人使用冷氣只會將室內熱氣排向街道，造成城市更加悶熱。政府與許多人也認為裝設冷氣有礙房屋外牆觀瞻，破壞城市街道整體美感、對自然環境造成更大負擔。
- （三） **電力供應問題**：若居民大量使用冷氣，勢必將造成大量電力需求，而歐洲目前電力供應與輸送可能難以負擔。

然而因最近幾年熱浪持續發生，歐洲居民開始體認持續高溫的氣候是不可逆的現實；且因為平均溫度升高，因此可能從春季到秋季都很炎熱，因此也改變對安裝冷氣的態度，使得亞洲大型空調設備製造商如韓國三星 Samsung、日本三菱電機 Mitsubishi Electrics、中國美的集團 Midea 等銷售均大幅增加。三星日前向媒體公布其在包含義大利、西班牙、法國等關鍵市場在今年上半年銷售成長均達雙位數；美的集團的 PortaSplit 小型冷氣機也因易於移動與安裝，室外機可置放於窗沿、透過軟管排氣，不須另在牆上開洞而廣受歡迎。三菱電機在英國、法國、西班牙與德國的銷售亦有大幅成長。

除了一般住家與辦公室外，各種工廠與工作場合對應酷熱也會有更大的冷卻需求。歐洲工業冷卻系統規模在 2024 年達到 63 億美元，預計到了 2030 年將成長到 94 億 5,220 萬美元，複合成長率達到 6.5%（見圖 1）。而由於大部分的工業冷卻方式都是使用水冷（Water cooling），尤其是資料中心，因此用水也成為了歐洲公私部門所必須面臨的巨大挑戰，特別是在熱浪也帶來一般民眾用水需求大增與農地乾旱的影響時。

圖 1 歐洲工業冷卻系統市場估計產值



資料來源：Grand View Research、本研究整理

大量使用冷氣所帶來的潛在電力需求也影響了歐洲的用電：但是，問題並非發生在供應發電端，而是在電網本身：歐洲大量的太陽能板與風電設備受益於熱浪與溫差帶來的氣流變化與風暴，生產電力甚至多到必須透過如「棄電」Curtailment（在發電高潮期故意調降發電功率）或是負向定價 negative pricing（超過一定限額後，政府向發電者收購電力價格轉為負數）等各種機制來限制輸送到電網的電力，以避免無法負荷大量電力湧入的電網崩潰。但是除了供應端的問題外，夏季因一般民眾與工業用戶大量使用冷氣與冷卻設備所可能造成的突然大量電力需求，也可能造成歐洲各國普遍老舊的電網崩潰，這也帶來電力傳輸相關設施的更新商機，但因歐洲各國財務狀況不一，又同時面臨人口高齡化的退休金支出與因應俄羅斯擴張野心的國防支出增加，因此更新進度可能無法趕上氣候變

化。

貳、熱浪對飲食市場的影響：冷飲與冷鏈

高溫也改變了消費者的偏好：原本自豪於當地咖啡文化的法國消費者，多數對冰咖啡 cold brew 及罐裝咖啡/即飲咖啡 canned coffee/ready to drink (RTD) coffee 不屑一顧，認為咖啡就是要現沖現泡，趁熱飲用；但因應高溫襲來，以及年輕一代的消費者對新產品與美式消費文化象徵星巴克所帶進歐洲的咖啡調製冷飲態度更為開放，目前冰咖啡與即飲咖啡在當地的銷售量正在成長中。在歐洲即飲咖啡市場中，除了美國的星巴克，以及已經進入德國與捷克市場的台灣金車公司伯朗咖啡以外，在地品牌也正在興起。

持續的高溫除了造成歐洲消費者對冷飲與其他冷食產品如冰淇淋的需求增加外，連帶也讓生鮮食品銷售與供應面臨巨大挑戰：歐洲常見的露天農村市集所販賣的蔬果肉品保存期可能縮短，而消費者也更可能趨向至有空調、也有適當的冷凍冷藏系統的中大型超市消費採購。而各種生產販售生鮮食品的店面或工廠不管大小，添購更新冷藏冷凍設備以及真空包裝設備的需求都會增加；對於整個冷鏈的需求會大幅成長：英國冷鏈協會 The Cold Chain Association 報告即指出，英國大部分溫控倉庫與隔熱 insulation 設施的設計均已過時，許多環節除了老舊外也已因高溫所帶來的需求導致將近滿載，需要全面更新以確保冷藏與冷凍食藥品的安全與品質。

叁、小結：適應與獲利 Adapt and Profit from

科學家近年的共識是氣候變遷已不可逆，因此只能適應之。因應歐洲日益頻繁的高溫氣候，除了冷氣、冷卻與冷鏈設備的需求將持續高漲以外，對於防熱建材、涼爽布料與衣物、冷飲與各種冷食乃至於辛香料（較熱氣候之國家與地區普遍使用更多辛香料以促進食慾）的需求都將大幅成長：從日本 Uniqlo 的 Airism 涼爽衣物、Workman 品牌的內裝電扇工作服，乃至於台灣的吸濕排汗 PET 回收布料與手搖飲品牌都可能在歐洲找到更多更大的新市場；歐洲年輕消費者與全球年輕世代一樣，拜日本動漫與韓國流行樂及韓劇之賜，對於亞洲文化與食品接受度較高，因此結合台灣高甜度水果的剉冰、還有涼麵、鹹水雞等冷食食品也有可能打入歐洲市場，食品

與加盟業者也可嘗試推廣相關產品、技術與設備，創造新商機。