

最近和几位做外贸的朋友聊天，他们不约而同地提到了一个新动向：海外客户对家用储能系统的询盘量，在过去一年里增长了近一倍。这可不是简单的“风口来了”，背后反映的，是全球能源消费模式一场静悄悄的革命。从欧洲高昂的电价账单，到北美频发的极端天气导致电网不稳，再到东南亚、非洲等地区日益增长的离网用电需求，家庭正在从一个纯粹的能源消费者，转变为“产、储、用”一体的能源节点。这个转变，为中国的储能制造商带来了前所未有的出海机遇。

家用储能系统外贸市场的机遇与门槛

最近和几位做外贸的朋友聊天，他们不约而同地提到了一个新动向：海外客户对家用储能系统的询盘量，在过去一年里增长了近一倍。这可不是简单的“风口来了”，背后反映的，是全球能源消费模式一场静悄悄的革命。从欧洲高昂的电价账单，到北美频发的极端天气导致电网不稳，再到东南亚、非洲等地区日益增长的离网用电需求，家庭正在从一个纯粹的能源消费者，转变为“产、储、用”一体的能源节点。这个转变，为中国的储能制造商带来了前所未有的出海机遇。

然而，机遇与挑战并存。许多初入此行的外贸朋友容易陷入一个误区：认为家用储能产品就是把电芯、逆变器（PCS）和电池管理系统（BMS）装进一个漂亮的柜子里。实际上，国际市场，尤其是欧美成熟市场，对家用储能系统的要求是极其立体的。它首先是一个高安全标准的电气设备，必须通过如UL 9540、IEC 62619等一系列严苛的认证，这是入场券。其次，它需要是一个智能的能源管理终端，能够与户用光伏、电动汽车充电桩、家庭负载乃至电网进行灵活互动，软件和算法的优劣直接决定了用户体验。最后，它还必须是一个适应多元环境的耐用消费品，要能经受住北欧的严寒、中东的酷暑，或是海岛的高盐高湿气候。你看，这已经远远超出了“硬件集成”的范畴，考验的是企业对能源场景的深度理解和全栈技术能力。

数据背后的市场分层与需求演变

根据行业分析机构的数据，全球户用储能市场预计在未来五年内将保持年均30%以上的复合增长率。但如果我们仔细拆解这个“全球市场”，会发现它并非铁板一块。粗略分层，大致可分为三类：

政策驱动型市场（如德国、意大利、澳大利亚）：这类市场补贴退坡，但高电价和稳定的FIT（上网电价）政策，使得“光伏+储能”的经济性模型非常清晰。用户追求高循环寿命、高效率以最大化投资回报，对品牌的信誉和本地化服务要求极高。

刚性需求型市场（如美国加州、南非）：驱动因素主要是电网脆弱性（停电频发）或电网覆盖不足。用户的核心诉求是供电的可靠性与备用时长，对产品的耐用性、极端环境适应性和快速安装有强烈需求。

新兴增长型市场（如东南亚、拉美部分国家）：电力基础设施在快速发展，但稳定性不足，同时光伏成本快速下降。这里的需求混合了备用电源和经济性，用户对价格更为敏感，但同时产品的易用性和适配性也有要求。

一个具体的案例来自东南亚。我们曾与当地合作伙伴共同推进一个离岛社区项目，那里传统依赖柴油发电机，成本高昂且噪音污染严重。通过部署一套以光伏为主、储能调节的微电网系统，不仅实现了24小时稳定供电，还将能源成本降低了超过60%。这个案例里，储能系统不仅要高效，更要具备多台并联扩展、智能调度柴油机作为后备的能力，这就对系统集成和能源管理软件提出了很高要求。类似这样的

场景，在全球无电、弱电地区广泛存在，市场潜力巨大。

讲到系统集成和全栈能力，这恰恰是像我们海集能这样的企业近二十年所深耕的领域。自2005年在上海成立以来，海集能（HighJoule）从新能源储能产品研发起步，逐步发展成为数字能源解决方案服务商。我们在江苏南通和连云港布局的两大生产基地，分别专注于定制化与标准化储能系统的生产，这种“双轮驱动”的模式，让我们既能应对家用储能这类对标准化、成本控制要求高的产品，也能从容处理工商业储能、微电网乃至通信基站站点能源等复杂的定制化需求。从电芯选型、PCS研发、系统集成到后期的智能运维，我们构建了全产业链的“交钥匙”能力。这种深度垂直整合的优势，确保了产品从核心部件到最终系统的一致性和高可靠性，对于开拓注重品质和长期合作的外贸市场而言，是至关重要的基石。

技术、认证与文化：外贸突围的三重门

那么，对于想要在家用储能外贸领域取得成功的中国制造商，除了过硬的产品，还需要跨越哪些门槛？我认为有三重门。

第一重是技术与认证门。这不是简单的“拿证”，而是意味着你的产品研发体系、质量控制体系必须与国际最高标准接轨。比如，家用储能系统内部的电池管理算法，如何实现电芯间的精准均衡以延长整体寿命？热管理设计如何确保系统在阁楼或车库等密闭空间长期安全运行？这些细节都需要深厚的技术沉淀。

第二重是应用场景理解门。不同市场的家庭用电习惯、房屋结构、电网政策天差地别。比如，欧洲家庭喜欢将储能柜放在车库或地下室，注重美观和静音；而澳洲家庭可能更倾向于安装在室外，要求极高的防尘防水等级。你的产品设计是否考虑到了这些细微差别？你的安装指导手册是否足够清晰，能让本地电工快速上手？

第三重，也是最容易被忽略的一重，是能源文化融入门。在发达国家，家用储能不仅仅是一个设备，它往往是家庭践行环保理念、追求能源自主的象征。因此，你的品牌故事、市场沟通，不能只停留在参数层面，更需要与当地的可持续发展价值观对话。提供清晰、直观的能源数据可视化，让用户能看到自己为减碳做出的贡献，这种体验层面的设计，有时比单纯的硬件参数更能打动人心。

总而言之，家用储能的外贸之路，是一条从“产品出海”到“技术出海”，最终迈向“解决方案出海”的进阶之路。它考验的不仅是制造能力，更是对全球能源变革趋势的洞察、对异质化市场需求的敏捷响应，以及构建可持续合作生态的远见。在这个过程中，拥有从核心部件到系统集成，再到场景化应用全链条经验的企业，或许能更从容地应对这些复杂的挑战。

面对这样一个快速增长但竞争日趋激烈的市场，您认为中国制造商的下一波核心竞争力，应该建立在哪些新的维度之上？是更深度的本地化服务网络，还是基于人工智能的能源云平台服务？期待听到您的高见。

来源: <https://hjaiot.com>