



“在中国，我的理想实现了”

老李的中文全名叫李忠华，他的故乡在埃及。虽然他自己取的网名叫“老李”，但实际上，一头板寸、留着络腮胡子的他，看上去一点也不老，并且还经常会瞪大眼睛，流露出孩子般夸张的表情，或是惊讶或是欣喜。

“可我真的有点老，我在中国生活的时间比她都长。”老李指了指他的工作伙伴——一个刚大学毕业的小姑娘，对记者说：“我的父亲在埃及做生意，一直与中国有贸易往来，所以我15岁时就来到了中国，到现在已经有25年了。”

2003年，老李考上了广东外语外贸大学。“在中国读书时，我就彻底爱上了这儿，决定以后要一直在中国生活。那时我还登上过中国的报纸。”说着，老李掏出手机，很快翻到一张照片——那是20多年前广东某报刊的版面。当年，老李在参加学校组织的开放日活动时，被记者采访了。“后来我去学校旁边的报亭，把这份报纸都买空了。抱着一大摞报纸回宿舍，送给同学，还寄给了我在埃及的家人。”

大学期间，老李学习的是国际贸易相关专业。“因为我的父亲原本想让我和他一样的工作。但我从小就有自己的爱好，我喜欢拍摄影片，喜欢写脚本、做导演。特别好的是，我赶上了中国短视频行业发展最快的时期。现在我成了一名自媒体博主，能做自己最喜欢的事，这特别幸福。”

老李确实适合面对镜头。只要拍摄一开始，他就会变得格外活泼，语调高昂，每个肢体动作都在吸引周围人的目光。

当记者询问他去过中国多少地方时，老李大笑着回答：“我都数不过来了，

有的地方我每年都会去好几次。”老李说，为了拍摄短视频，他去过繁华的大城市，也去过小山村。“中国到处都很美。在这个过程中，我认识了很多中国朋友，吃了很多中国菜，学习了很多中国文化，真的是非常快乐。”

如今的老李已经是个彻底的“中国通”了。他不仅能流利地说普通话，甚至会讲一些粤语；在各地旅行时，大部分方言他也能听得懂。更让老李觉得骄傲的是，他的家人现在也十分认可他所从事的工作。“有一次，爸爸来看我。我们走在街上，有粉丝认出我，过来打招呼。那时我的家人告诉我，他们也为我感到自豪。在中国，我的理想实现了。”

老李告诉记者，他拍摄的短视频除了有中文版本，还会同时制作一个阿拉伯语版本，发布在海外社交媒体平台上。“我的很多亲人朋友都说，看了我的阿拉伯语视频，他们学到了很多有关中国知识。”老李说：“中国有这么多好东西，有很多值得学习的地方，所以我想让更多在阿拉伯国家的网友也能像我一样了解中国。”

“一个家电，怎么会这么‘聪明’？”

提起自己最想推荐的中国产品，老李首先想到的是空调。

“我常年生活在广州，一年里可能大多数时间都需要开空调。如果空调不好用，就会住得不舒服，所以这个家电对我来说是最重要的。”老李家中现在用的空调就是中国制造的。“它是海尔品牌的，有很多优点。比如噪声很小，我睡觉的时候不会被吵到；而且很智能，人不在家时它会自己关机；还有AI技术，可以根据人和空调的远近调整送风方式。”说着说着，老李赞叹起来，“一个家电，怎么会这么‘聪明’？中国的制造业真的很厉害！”

不仅自己用，老李还把中国家电推荐给了他在国外生活的家人。“要知道，阿拉伯国家的很多地方比广州还热，他们也需要好用的空调。而且海尔的产品在我的家乡也能很方便地买到。”

鉴于老李是海尔家电的忠实用户，我们来到了位于河南郑州二七区的一家海尔城市体验中心门店，了解家电领域的创新情况。

门店店长单英振介绍起不同家电产品中的新技术。

一台应用了人感系统的洗烘一体机，只要用户走近，它就能自动弹开。专门的模式和程序，可以洗涤丝绸、羊毛等过去不能被机洗的衣物。烘干羽绒服、冲锋衣等衣物时，用户可以选择衣物后续是立刻穿着还是收纳储存，机器会根据不同的需求自动扫描衣物，调节出合适的干燥程度。

店内销量很好的一款冰箱，冷藏区采用阻氧干湿分储，能让水果蔬菜、干货食品分别存放在不同温度、不同湿度的区域。冷冻层应用的磁控冷冻科技，能让大水分子团分解为小水分子团，抑制冰晶破坏细胞，做到冻鱼60天保鲜。

当然，还有老李最喜欢的加入了AI技术的空调。“AI技术一方面提升了操作的便捷性。比如搭载AI离线语音的空调，无需联网就可以识别用户说的‘温度高一点’‘风别朝我吹’等指令，特别方便家中老人、孩子操作。另一方面，AI技术也增强了空调使用的舒适度。比如有AI自清洁模式的空调，能基于AI大模型及云计算，实时获取外部环境温湿度、空气质量等数据，根据用户的使用时长和习惯，智能判断空调上易滋生的微生物量、灰尘量，匹配不同时长的自清洁模式，让空调常用常新。”单英振说。

“这些创新技术很了不起。现在我更好奇这些好用的家电是怎么研发制造的



①



③



④



⑤

动点胶机，到智能总装外机线、成品质量自动扫描检测等，众多智能设备让生产线繁忙而有序。

看到工厂里来回穿梭的无人运输车、头顶上划过的空中物流输送线，老李都要停下脚步、举起手机仔细拍摄一番，并录制阿拉伯语版的视频。“我觉得这些设备都很先进，阿拉伯的网友们肯定会想了解。”老李说。

电脑板是智能空调的“大脑”。生产电脑板的车间也最让老李感到新奇：“我第一次知道这里需要避免静电。我们必须得换上防静电的专用衣服。这里还有一个巨大的屏幕进行防静电信息化管理。”

郭克涛告诉老李，这个车间应用了智能储存系统、高精度贴片机、高精度异型插件机等智能化的生产设备，一工序一检验，保证了每处电路、每枚芯片、每个焊点的高品质产出，产品一次合格率达99.9%以上。

“现在中国的工厂好厉害！我本来只想体验其生产中的一个环节，但走着走着，我就想了解清楚每一个生产步骤。”参观完整个工厂后，老李告诉记者，“我太高兴了，因为学到了太多新的东西。从前我不知道生产一台空调这么复杂。今天我可能走了1万多步，但这是很好的机会，让我知道了为什么中国制造的家电这么好用，而且能卖到全世界。”

最后，老李还调皮地开起了玩笑：“现在我都学会了，或许我也要回去开工厂去了。”

了。我很想去生产线参观一下。”老李说。

“现在中国的工厂好厉害”

参观中国企业的家电制造生产线，对老李来说也是一次积累短视频素材的机会。这次，他给自己设计的情节是“阿拉伯老外进厂打工”。

来到海尔郑州空调互联工厂，工厂

的质量负责人郭克涛成了老李的“师傅”。他先帮老李领了一套工服，然后为他详细介绍起公司互联工厂的情况。

“这间工厂建筑面积有15万平方米，设计产能为年产400万套。在生产高峰期，平均每7秒就有一台空调下线。”郭克涛说，工厂的多个生产环节采用了自动化、无人化设备，保证了生产的高效节能。从自动螺丝钉筛选机、风叶螺母自

擦亮金字招牌 拓展全球市场

□ 人民日报记者 侯琳良

中国家电正畅销全世界。“走出去”“走进去”“走上去”——是中国出海最早的企业之一海尔集团品牌全球化历经的3个阶段。从1990年首次以自主品牌出口德国，到如今深入全球200多个国家和地区，服务全球超10亿户家庭，连续16年位居全球大型家电品牌零售量前茅，海尔已成为世界名牌。

在拓展海外市场的过程中，海尔坚持以本土化赢得当地用户青睐。泰国气候炎热，当地人喜欢喝冰沙，海尔在冰箱中专门设计了可制作冰沙冷饮的变温区，匹配用户生活习惯。在欧洲，空调安装费高昂，海尔推出的F系列智能空调升级了“易安装”功能，原本需要两个人的安装工作现在一个人即可完成。“全球家电市场实际上由一个个区域市场组成，企业需要提供差异化的产品、服务、体验，满足不同市场的用户需求。”海尔集团首席品牌官王梅艳说。

这背后，是海尔通过本土化研发、本土

化制造、本土化营销“三位一体”布局，与当地用户建立起沟通桥梁。如今，海尔已经在全球设立了10大研发中心、71个研究院、35个工业园、163个制造中心和23万个销售网络。

通过全球协同实现高端品牌的突破，是海尔品牌发展的重要方向。在欧洲，针对能源价格居高不下的情况，海尔创新推出了比A级能耗节能70%的海尔朗境X11洗衣机，一上市就占据当地高端市场份额的10%。在泰国，海尔推出了一款售价超6万泰铢的L+洗衣机，成为该高端价位段唯一的中国品牌。“品牌迈向高端化，不仅体现在产品价格的提升，更在于用户对海尔品牌高品质、高科技、新体验的认同。”王梅艳说。

在深耕全球化的同时，海尔的生态品牌实践也持续推进，锚定智慧住居生态、大健康产业链生态和数字经济产业生态三大赛道战略布局，不断释放品牌活力和创新力。

中国家电深耕创新正当时

□ 人民日报记者 李贞

家电行业是中国制造业的优秀代表。近年来，中国家电行业深耕技术创新，持续提升产业竞争力。本报记者就家电产业相关发展情况，采访了中国电子商会国际合作部主任丁静。

记者：当前中国家电产业在创新升级方面，有哪些重点发力方向？

丁静：多年来，中国家电产品经历了持续的技术更新迭代。从科技创新角度看，中国家电产业已经完成了从“规模追赶”到“质量引领”的关键转型。

新一代家电产品在性能、安全性以及环保标准等方面有了质的飞跃。当前家电产品的创新主要围绕三个关键词：更环保、更智能、更集成。比如绿色节能技术得到广泛应用。有些空调使用更加环保的冷媒；烘干一体机采用更省电的热泵烘干技术等。智能交互技术也在不断升级。现在很多家电不只是能连接互联网，通过AI技术它还自己进行“学习”。例如有的冰箱可以根据储存的蔬菜，给用户推荐菜谱。

消费者对不同类别的家电，也有不同的创新期待。像冰箱、空调等大家电，消费者喜欢更安静、更省电、更可靠，能完美融入家庭设计的创新型产品。而像一些小家电，如空气炸锅、洗地机等，消费者追求的是新奇、好看、好玩，希望它们能专门解决生活中某个具体的需求。

记者：智慧家电的发展将给消费者带来哪些升级体验？

丁静：很多家电品牌都在布局全屋智能家居业务。未来，智慧家电将给用户带来更多新体验。

比如，家电的使用从“单个产品”转向“整个场景”。早上起床后，窗帘会自动拉开，咖啡机已经开始工作，电饭煲煮好了粥。这不是单个家电在工作，而是某个场景中家电共同联动。

再比如，家电将从“你命令它”变为“它主动服务你”。像洗衣机可以自动识别衣服材质，自动放洗衣液、选程序，用户无需再费心琢磨。

家电还可能成为用户的“能源管家”。空调会在电费便宜的时候多干活、多储能，在用电高峰时变成节能模式，主动为节约资源服务。

记者：中国的家电企业现在不仅在做产品出海，也在做产业链出海。这对企业有怎样的影响？

丁静：从产品到产业链，中国家电行业整体出海步伐加快，这意味着我们已从“卖全球”升级到了“在全球造，为全球造”。

从单纯的产品出口、单点建厂，升级为产业链出海的深度布局，能让中国家电企业在竞争中占据主动。比如在海外设立区域研发中心、开发定制化产品，能让中国家电产品更适合当地市场，增强企业出海的抗风险能力。

同时，这对企业来说也是一个更大的挑战。因为在海外管理一个工厂、整合不同文化背景的团队，很考验企业的全球运营能力。而完成这样的挑战，则能促使企业加快成长步伐。