

深圳企業精耕高科技 出海底氣足

徠芬：產品需適配消費習慣 來畫：AI相框搶佔中東機遇



中國外貿開門紅⑥

今年第一季度 深圳外貿增長強勁，進出口總值高達1.32萬億元（人民幣，下同），按年大幅增長33.6%，增速較去年全年加快32.5個百分點。其中，出口總值增長24.3%，對東盟、非洲的出口分別

急升40.8%、53.6%。

深圳外貿更呈現質效雙升的態勢，從過去的「深圳製造」，到如今的電子元器件、掃地機器人、無人機、3D打印機等「深圳智造」，這既是深圳深耕高質量發展的縮影，更彰顯中國外貿在全球供應鏈重塑中，以創新驅動、多元布局抵禦外部風險，為「出海」展現堅定底氣與澎湃活力。

大公報記者一毛麗娟



2026年首季深圳外貿表現

項目	總值（億元人民幣）	按年變幅（%）
進出口	13166.13	▲33.6
出口	7240.28	▲24.3
進口	5925.85	▲47.2

2026年首季深圳主要貿易夥伴

貿易夥伴	進出口值（億元人民幣）	按年變幅（%）	佔比（%）
香港地區	2572.7	▲53.7	19.5
東盟	1946.1	▲24.4	14.8
歐盟	1249.1	▲29.4	9.5
台灣地區	1205.3	▼4.7	9.2
美國	1057.5	▲17.8	8.0
日本	768.7	▲90.8	5.8
韓國	702.8	▲35.3	5.3
澳洲	274.4	▲162.8	2.1
瑞士	249.1	▲716.7	1.9
印度	230.0	▲16.3	1.7

資料來源：深圳海關

雲鯨因地制宜 掃地機器人打入歐美

在2026年國際消費電子展(CES)現場，深圳雲鯨智能高端旗艦掃地機器人Narwal Flow 2成為全場視覺焦點之一。有別於傳統機械避障障礙，它具備接近自動駕駛的環境理解能力，可精準識別樂高積木、數據線等微小物體，甚至能區分不同濕度污漬；同時通過識別嬰兒床、寵物位置自動觸發母嬰模式或一鍵尋寵功能，實現場景化智能交互。

出適配複雜空間的Narwal Flow系列；在歐洲市場，針對超60%地氈覆蓋率及寵物家庭需求，Freo系列創新設計地氈深度清潔模塊，將除塵率從行業普遍的30%至40%，提升到80%至90%，配合單懸臂氣旋導流滾刷解決毛髮纏繞痛點；在東南亞、中東等新興市場，則針對高濕、高塵環境定製防霉與沙塵過濾方案。

北美定價高於同業 無礙銷售

在北美Best Buy，即便雲鯨智能產品定價高於iRobot四成，仍穩居暢銷榜前列。這表明其已從渠道驅動轉向用戶主動選擇，真正實現了從「賣貨」到「扎根」的戰略轉型。



▲雲鯨將掃地機能力整合為一套完整的中台系統。圖為外國觀眾在美國CES展上參觀該公司最新技術與產品。雲鯨供圖

深圳企業看外闖策略

徠芬科技品牌主管 鄧木易

公司專注做個人護理小家電，產品只是技術過硬還不夠，還需要適配海外消費者使用習慣，不能將國內賣得好的產品完全照搬到國外。

來畫科技聯合創始人 全倬慧

公司的AI相框產品將阿拉伯的相框文化結合起來，找到了新的應用場景，為公司繼續挖掘中東市場細分需求打下了基礎。

行雲集團高級副總裁 劉若愚

「前海跨境電商國際服務中心」通過整合報關、檢驗檢疫、出口退稅等市場化服務，企業跨境貿易環節壓縮到3至4個，效率提升50%至60%。

今年春節過後，徠芬科技創始人即飛往北美、西歐等市場考察，拓展零售巨頭的線下渠道，以期躋身世界知名個人護理品牌圈。徠芬科技品牌主管鄧木易受訪時介紹，徠芬在2020年推出第一款產品後，2023年就做到全球高速吹風機賽道的第一，隨後分別推出掃振電動牙刷和高速直線往復式剃鬚刀兩個新的產品線。

目前，徠芬的電動剃鬚刀在500元以上價位段，已超越飛利浦、百靈、松下成為中國銷售額第一。去年徠芬在北美、西歐市場銷量增長70%，成功入駐BestBuy、Costco等國際渠道。

「技術過硬還不夠，不能照搬好產品」

鄧木易透露，公司專注做個人護理小家電，主要是小家電的技術核心是電機，而公司在電機技術的積累上具備相當優勢，對做出好的個人護理產品有信心。「產品只是技術過硬還不夠，還需要適配海外消費者使用習慣，不能將國內賣得好的產品完全照搬到國外。」鄧木易以在中國賣剃鬚刀為例，消費者的第一訴求是剃得乾淨，但徠芬調研海外市場時發現，很多男士剃鬚是為了造型。

為了拿出優質的產品，徠芬投入數千萬在東莞建立實驗室，產品需通過抗重力、抗摔打、耐電性等35項測試才能量產。「我們把造機器人用的直線電機裝進了剃鬚刀，動力直接傳到刀頭，每分鐘能進行12000次直線來回切割，啟動僅需0.1秒，一打開開關，就能明顯感受到和普通剃鬚刀的不同，震動頻率減少了27%」。鄧木易表示，徠芬設計了不同功能的剃鬚刀，滿足剃長、剃短、不同造型的要求。徠芬僅用500元的售價，就提供了不輸甚至優於售價超過2000元的國際大牌高端款的產品。

在深圳「出海」的科技企業中，除了像徠芬這樣精準對接海外消費者的企業外，也有企業能敏銳捕捉消費者的喜好，將不存在的需求變成消費者的「剛需」。

結合阿拉伯相框文化 打造新品

來畫科技是深圳本土成長的國家級專精特新「小巨人」企業，也是全球領先的AIGC視覺智能與數字創作平台公司。來畫科技早期「出海」中東市場，主打的是智能生成數字人產品，這款產品當時在中國和東南亞熱賣，但移植到中東後，因阿拉伯人經常不用上班，有大量時間可以去拍視頻，不需要用一個數字人來替代自己訓練而令產品遇冷。

來畫隨後在觀察到阿拉伯人喜歡在牆上掛很大的相框作為裝飾後，提出「我能讓你們相框裏的人物動起來，並且可以讓你相框裏的人物用150種語言跟外賓對話」，引起阿拉伯人興趣。「用真人的一張照片就能複製真人的形象和聲音，讓他可以用不同的語言跟外國人交流，我們的新品將阿拉伯的相框文化結合起來，找到了新的應用場景，直接挺進阿拉伯市場。」來畫科技聯合創始人全倬慧透露，這款AI相框產品贏得了中東皇室的喜歡，為公司繼續挖掘中東市場細分需求打下了基礎。

在發現中東國家的阿拉伯語有多達18種體系後，來畫改進翻譯機產品的功能，令其能在18種阿拉伯語之間互相翻譯，還能夠用自己的聲音給阿拉伯客戶發去阿拉伯語音，讓對方既感受到尊重，又保留有自己作為非阿拉伯國家人士的個性。全倬慧表示，從產品「出海」到服務「出海」，來畫的「出海」從硬件產品，變成了更加體系化的軟硬件系統出海。



▲徠芬科技開發設計的電動剃鬚刀，每分鐘能進行12000次直線來回切割，啟動僅需0.1秒，震動頻率減少27%。

深e站通助力外闖 對接產品投資服務三場景

「如果只是單純依靠銷售去說服國際零售巨頭在寸土寸金的銷售櫃上給國產新興品牌留一個位置是很難的，除了產品質量過硬、性價比高，還需要找到高效的資源整合手段。」徠芬科技品牌主管鄧木易稱。

「首先是中國此前沒有在國際上叫得響的個人護理品牌，那是歐美品牌的天下；其次，海外消費者偏向線下購買，而對中國新興品牌來說，去海外進駐線下渠道是一大挑戰。」鄧木易透露，海外零售巨頭對新品牌入駐要求極高，一方面要親臨工廠驗品、產品需要通過其標準測試，一方面還要提交各種資質認證。

為更好地服務企業「出海」，去年7月，深圳市商務局會同前海管理局聯合打造了線上線下一體化企業出海綜合服務平台——深圳出海e站通。「圍繞產品、投資、服務三大場景」提供服務。通過深度對接政府主管部門資

源，平台優化集成發改、商務、貿促等部門70大類「走出去」服務事項，實現境外投資備案、技術進出口備案、原產地證簽發等事項「一站式」辦理。

鄧木易表示，借助深圳出海e站通整合的政府資源與第三方服務，徠芬順利完成了海外

渠道入駐所需的資質認證、標準驗證等工作，成功入駐BestBuy、Costco、沃爾瑪等商超，產品在北美、西歐市場年銷售額增長超70%。

而深耕AI領域的來畫科技，亦依託前海的政策紅利與平台整合的全球資源，迅速拓展海外市場，目前海外營收達10億元人民幣，用戶覆蓋180多個國家和地區。

電商服務中心簡化跨境環節

近日，深圳出海e站通又攜手行雲集團揭牌「前海跨境電商國際服務中心」。行雲集團高級副總裁劉若愚透露，通過整合報關、檢驗檢疫、出口退稅等公共服務及倉儲、物流、金融等市場化服務，企業跨境貿易環節可從十幾個壓縮到3至4個，效率提升50%至60%。同時，該中心設置線下產品展廳，集中展示中國優質供應鏈產品與服務，為海內外供需雙方搭建對接橋樑。



▲企業出海綜合服務平台深圳出海e站通，圍繞產品、投資、服務三大場景提供服務。

「圳品」不拚低價 鬥技術與場景定製突圍

從「低價跟隨」到「技術驅動」，深圳企業早已跳出「拚價格」的泥潭，轉向技術深耕與場景定製。深圳正以「圳品」科技好物書寫着「廣貨行天下」的新傳奇。

大疆的無人機不再滿足於「能飛」的基礎參數，而是通過計算機視覺算法實現「自動避障+精準懸停」，通過模塊化設計適配「農業植保、影視航拍、應急救援」等垂直場景；在非洲市場，傳音手機通過「深膚色美顏算法+多卡多待」的本土化改造，將

「拍照清晰度」從行業平均提升30%，直接擊穿當地用戶痛點。

這種「技術+場景」的雙輪驅動，讓產品從「能用」升級為「好用」，從「功能滿足」進化為「價值創造」，最終實現用戶主動選擇。

產業鏈完善 敢於創新

深圳的產業生態更為創新提供了肥沃土壤。從「三天一層樓」的深圳速度，到「樓上原型研發、樓下量產轉化」的產業協同模

式，再到政府「有為」與市場「有效」的精準配合，深圳構建了從基礎研究到成果轉化的完整鏈條。這種生態下，企業敢於投入長期研發，敢於挑戰技術無人區，更敢於在海外市場「扎根」而非「撈金」。

當「中國智造」不再滿足於「低價跟隨」，當「深圳爆款」成為技術驅動、高附加值、場景定製的代名詞，我們看到的不僅是一個城市的產業升級，更是一個國家從「製造大國」向「創新強國」的躍遷。這才是深圳持續產出科技好物的終極密碼。