

港商太陽能燈 照亮非洲百萬家庭

李霞用17年在異國譜寫光與愛的中國故事



當太陽落山後，非洲仍有數億人生活在黑暗中。當地照明長期依賴煤油燈，國際油價高企令不少非洲家庭不堪負重，而且煤油煙氣濃重、危害健康，還潛藏火災隱患。香港女企業家、深圳市向陽新能源創始人兼CEO李霞，充分依託內地完整成熟的產業鏈優勢，生產出終端零售僅5美元的太陽能燈，照亮了非洲40多個國家的數百萬家庭。憑藉在清潔能源普惠創新領域的突出實踐，李霞入選共青團中央2026年「何以青年——青春為中國式現代化挺膺擔當」五四特別節目的典

李霞表示，小小一盞太陽能燈，為無數非洲家庭破除黑暗、改寫命運。
香港文匯報記者李昌鴻攝



非洲孩子在深圳公司生產的太陽能燈下學習。

記者近日實地走訪深圳寶安恆豐工業城向陽新能源生產工廠，生產線上工人正忙碌地焊接組裝太陽能燈，展廳裏展示着各種太陽能燈具、風扇、冷櫃、電視和儲能等產品。其中一款售價5美元的太陽能燈設計巧妙：只需將附帶的鐵質彎鉤放在純淨水瓶上，就能成為可靈活調整角度的明亮電燈，無需任何電費，白天太陽能充滿電後便可點亮一整晚。

2004年李霞首度創業，主要為國際大牌供應促銷禮品。2008年金融危機後，內地光伏產業技術日趨成熟，成本穩步下行。「看到中國產業鏈優勢後，我決定第二次創業，一次印度之行讓我萌生了做一款幫助弱勢群體的必需品的想法。」李霞調研發現，全球約12億到13億無電人口中，80%集中在撒哈拉以南非洲。「這是一個共性剛需，不買就沒有電。基於這個巨大的市場機會，我覺得這會成為一個好的生意。」

產品迭代四次 零售價僅5美元

自2009年起，李霞團隊持續打磨產品，配合當地購買力，她深知產品既要滿足需求，還要成本低，要在質量和低價間保持平衡。首款產品叫「蠟燭消滅者」，如今已迭代至第四代。李霞拿起這款迷你太陽能燈向記者展示說：「我們設計了一個很小的彎鉤，可以掛在任何塑料瓶上。世界上礦泉水塑料瓶都是標準口徑，這個小彎鉤解決了大問題。」這個設計將支架從13.5厘米降至6.5厘米，每箱裝載量從四五十個增至100個，物流成本降了一半。「經過6年、四次迭代，現在這款燈只剩9個零件，完全不用打膠。」

「十幾年前非洲太陽能尚未普及，許多人不知道太陽能燈。我帶着兩大箱樣品飛到肯尼亞和埃塞俄比亞上門推銷，很多人以為我是騙子，認為曬太陽就能充電，晚上就有電根本不可能。客戶不願下單，我就說服代理商先買幾十個樣品，賣出去再

下單。非洲家庭一盞煤油燈四五個月就需5美元，且煙大光弱影響安全，經試用後，太陽能燈僅5美元，既亮又安全，還可用五年。通過口碑營銷，一傳十十傳百，市場逐步打開。」十多年來，李霞累計為非洲40多國數百萬家庭帶來光明。她還與道達爾、法國電信Orange合作，借其渠道銷售新產品。如今，這款小燈在非洲28國道達爾加油站有售，零售價僅5美元。

微微燈光 卻改變女孩一生

這盞小小的太陽能燈，改變了許多非洲家庭的命運。

在肯尼亞偏遠農村，女孩瑪利亞每天天不亮就要起床背水、幹農活、照顧弟妹。夜幕降臨後，家裏唯一的照明是冒黑煙的煤油燈，更多時候連煤油都捨不得點。她渴望讀書，但父親說煤油太貴買不起。直到太陽能燈來到村莊，只有巴掌大、5美元，相當於4個月煤油錢卻能用5年。父親用賣咖啡攢的錢買了燈，從此瑪利亞的夜晚變了——她在燈下安心讀書，成績突飛猛進，考上中學、師範學校，最終成為鄉村教師。「是那盞燈改變了我的一生。」多年後回訪時，瑪利亞眼含熱淚說道。

2023年，李霞團隊在肯尼亞推出太陽能多媒體播放器，內置太陽能充電電池，可預裝教育內容，在無電無網的偏遠地區播放醫療健康知識、兒童探索課程、農業技巧等。一位肯尼亞婦女通過這個設備學會了編頭髮的手藝。「她是個文盲，有三個孩子，老公外出務工，三個孩子都沒喝過奶粉。」李霞說，「學會編頭髮後，她給要去城裏工作的人編頭髮，一個月能賺1,000肯尼亞先令（合50多元人民幣），終於讓孩子們第一次喝上了奶粉。」2025年回訪時，這位曾經一無所有的女人已開了自己的美容沙龍，業務從編頭髮擴展到美容理髮，人生發生了徹底轉變。

香港文匯報記者李昌鴻 深圳報道

李霞（後排左二）與非洲客戶合照。



一女員工正在深圳廠房裝配太陽能燈。香港文匯報記者李昌鴻攝

從「蠟燭消滅者」到「口袋裏的太陽」，李霞用17年時間在非洲大陸書寫了一個關於光與愛的中國故事。她常說：「真正的創新，不是做更貴的東西，而是讓好東西人人都用得起。」

幾年來的堅持，讓向陽新能源贏得快速發展，去年收入超2億元人民幣。李霞表示：「現在的挑戰是我們看到了非洲太陽能市場的機會窗口，已接近爆發前夜，但光靠自己的資金體量趕不上，怕錯過這一窗口，所以希望能找到合適的投資者，加速業務發展。」

中國光伏產品 助非洲民眾拓業增收

香港文匯報訊（記者 李昌鴻 深圳報道）利用太陽能媒體機傳播知識、學到手藝、找到了工作，並且通過太陽能發電幫助非洲一些商販用冰櫃保存了食材，收入不斷上升，來自中國深圳的企業向陽新能源的產品，正悄然改變着非洲普通家庭的生活。

深圳市向陽新能源創始人李霞接受記者採訪時表示，公司在肯尼亞、尼日利亞等地推廣的太陽能系列產品，除了點亮當地民眾的生活，還幫助他們掌握新技能、增加收入、減少食物損耗、保障糧食安全。

授人以漁 助年輕人自學烘焙

她稱，太陽能多媒體播放器集照明與教育於一體，既是多燈系統，可同時為3個房間供電，又預裝醫療衛生科普、兒童課程、農業技巧、職業技能課程等內容，覆蓋無電無網的偏遠農村。在肯尼亞，一名此前沒有任何技能的年輕人通過太陽能多媒體播放器自學烘焙，最終在城裏找到一份麵包製作工作，月收入約3,000肯尼亞先令（約合人民幣150元），實現了自給自足，還能往家中寄錢。還有當地農戶通過媒體機學習科學養雞，小雞存活率和產蛋率均明顯提升。

一台冰櫃激活一門生意。在尼日利亞，一名肉販使用了向陽新能源的太陽能直流冰櫃後，肉類損耗從30%大幅降低，還新增了冷飲銷售業務，日銷量從10包凍水增至30包，收入顯著增長。李霞說，如果說小燈是授人以漁，那冰櫃就是幫用戶賺錢。

「我不只是一個賣燈的，我是在給非洲家庭帶來改變。」李霞說。據了解，向陽新能源目前已在非洲多國建立銷售和服務網絡，產品覆蓋家庭用戶及小商業、學校等機構，持續為當地民眾提供清潔能源解決方案。

不只為賺錢 更賦能當地工商業

香港文匯報訊（記者 李昌鴻 深圳報道）從一盞5美元的太陽能燈，到覆蓋商業、學校、酒店的清潔能源系統，向陽新能源用了17年時間，在非洲完成了從照明到生產賦能的四個階段產品進化。

深圳市向陽新能源創始人李霞介紹，第一階段以基礎照明為主，第二階段升級為多燈系統與太陽能媒體機，太陽能媒體機實際可服務超過10個家庭，「大家輪流看，因為都沒有娛樂，誰都願意來看。」

第三階段進入太陽能直流家電領域，產品線擴展至冰箱、冰櫃、電視、風扇等，全部實現直流化，用戶購買儲能系統後即可直接驅動，功耗遠低於傳統交流家電。

冀透過金融實現規模化

第四階段則面向中小工商戶，以光伏系統替代柴油發電機。李霞表示，目前柴油發電成本已從每度0.7美元漲至1至2美元，而中國光伏成本持續下降，「這個差距會越來越大」。在索馬里蘭，一家30人的小酒店花費約5萬美元安裝了向陽新能源的太陽能儲能系統，徹底告別了又吵又臭的柴油發電機，並且投入1年之內就可以回本。

李霞同時指出，一次性投入仍是推廣的主要障礙，未來需要探索資產證券化等新金融模式，「讓大家來投電站、收電費」，推動清潔能源在非洲的規模化落地。

「很多企業做非洲市場，就是用低價優勢把產品賣過去。但我們不一樣。我們真的在認真研究終端用戶的需求，每年都派團隊去非洲做用戶調研、做回訪。從創始人到高管到一線業務員，全部都要去前線。」李霞說。



太陽能直驅冰櫃助當地小商戶增加收入。



非洲孩子們高興地舉起李霞公司生產的太陽能燈。

文博會現台味 台商打造懷舊體驗

今日（25日）是在深圳舉行的第22屆中國（深圳）國際文化產業博覽交易會（簡稱文博會）最後一日。回顧該展會，來自台灣地區的復古商品成為文博會焦點之一。

本屆文博會上，台灣商業聯合總會集結了18家台灣優質廠商、文創品牌和機構參展，依託國家級文化展會平台效應，參展商競相攜帶新品開拓大陸市場。令人矚目的是，整個台灣主題館（簡稱台灣館），打造成展覽面積共450平方米的復古展區，周圍懸掛經典老歌《寶島曼波》的主題標牌，復刻老家巷口雜貨店及小吃攤。

重回有智能手機前年代

台灣館更打造了名為「台灣黑狗凡雜貨店」的老店（黑狗凡是當地早年形容帥哥的用語），邀請市民沉

浸式體驗上世紀的寶島懷舊歲月。台灣館策展人吳昊洵接受中新社訪問時表示，他們目標是以上述雜貨店為核心場景，力求還原一個未出現人工智能（AI），甚至沒有智能手機的純真年代。

除了懷舊商品，展會上更展出明代宮廷技藝。張美雲工作室的展位上，金線立體的「法華彩」瓷器吸引了不少海內外收藏愛好者駐足觀賞。台灣「法華彩」技藝的傳承人，張美雲以「擠泥勾勒」技法結合18K鎏金工藝，重現了這項幾近失傳的明代宮廷技藝。

據中新社報道，張美雲工作室銷售總監吳讚庭介紹，這款瓷器的技藝源自山西，最早用於祭祀，後來從民間走入宮廷。此次參展，他還特意前往山西進行參觀交流，卻發現兩岸的法華彩瓷器畫法近乎相同，只是呈現的方式不同，實實在在感受到中華文化源遠流長，兩岸文化同根同源。

吳讚庭表示，目前已有參展商和採購商向他們表達了合作意向，這讓他對拓展大陸市場充滿信心。在他看來，深圳文博會不僅是一個展示平台，更是台灣品牌連接大陸市場的重要通道。

「大同電鍋」展台上，台灣地區經典的紅色電飯鍋與的其IP「大同寶寶」公仔並排陳列，吸引不少觀眾拍照。負責人陳志遠表示，大同電鍋在台灣地區幾乎家家戶戶都有，它不僅是烹飪工具，已成為一種文化符號。陳志遠透露，自文博會開展以來，公司已經售出多件產品，還有多名採購商前來洽談合作，預計今年下半年將在大陸進一步拓展銷售渠道。

有參展商稱訂單超預期

作為文博會常客的台灣富山香堂公司，今年也帶來了原木香氛及沉香茶等多款產品參展。總經理金于峰



觀眾參觀第22屆文博會中台灣館。

表示，該公司根據年輕消費者的喜好，研發了「二十四節氣」線香禮盒，每一款線香製品都有獨特的味道，包裝時尚、使用便捷，希望透過參展能進一步打開大陸市場。他透露，開展首日已達成多筆意向訂單，銷售表現更超出預期，每年來文博會，他們都能遇到新客户、開拓新渠道。從2007年進入大陸市場，目前已有數十家加盟店，還會持續投入。

香港文匯報記者 蔡競文