

# 被雷军带火的 表情包总裁

## 周云杰：我不想当“网红”

### 被雷军比下去了

#### 海尔新媒体集体出动守护老板

在3月5日的“代表通道”上，小米集团董事长兼首席执行官雷军站在前面，周云杰站在后面。但雷军人气高涨，人群中不断有人向雷军打招呼，雷军则多次挥手满脸笑容地回应，而站在雷军旁边的周云杰，仿佛没人认识。

而在此时，周云杰多次露出可爱的表情。这一幕被网友记录下来，然后发到了网上。截至3月10日，视频点赞量突破150万。

网友们开始“添油加醋”各种调侃，评论区炸锅了，各种“神评”不断：

“周总内心：我哪不好？”

“哦……我呢，没人跟我打招呼？”

“很抱歉，以这样的方式认识您”

“海尔老总算我们看着长大的……”

“我像个小米副总……”

看着自家老总被网友如此调侃，海尔系新媒体不干了，他们集体出动，为万般“小委屈”的周总打CALL——

“我话都准备好了，你们就给雷总打招呼是吧？”

“周总：我的心比空调还凉！”

“我们低调内敛的周总也很帅！”

有了网友的推波助澜，加上官方号的灌水，周总这条视频真火了！

说实话，在此之前，记者也不认识周云杰，相信很多网友也不认识他。对于海尔，广大网友还停留在张瑞敏的认知里。海尔什么时候换董事长了，网友都不知情。经过这么一闹，现在大家都认识了。

网友评论：“看来，雷总不但带货能力强，带人的能力也不弱。”

海尔空调旗舰店更是喊话：“你一票，我一票，我们周总也出道！”

3月7日，周云杰在朋友圈亲自回应了。他表示，自己也被“逗笑了”，并且欣然接受了这些“网络热梗”。“最近因为参会没有来得及开账户，预计月底就要开号了！”他还提醒网友，现在网上的“周云杰”账号都是冒牌的。

### 海尔亟须新IP

#### 创始人张瑞敏曾是玩IP的祖师爷

提起动画片，在大多“80后”“90后”脑海里，至今还停留着《海尔兄弟》的印记。《海尔兄弟》动画片1993年开拍，分阶段制作，2001年封镜，总历时8年，共212集。拍完就播，动画片通过环球冒险故事，讲述各种科普知识，在当时那个年代，《海尔兄弟》一度是很多孩子的心头好。

当时，海尔集团创始人张瑞敏希望通过动画片的形式，传递企业文化和品牌价值。只不过，那时候还没有IP这个概念。

但事实证明，《海尔兄弟》的IP太成功了，为海尔未来20年的发展都做出了重要贡献。有很多“80后”“90后”后表示，购买海尔的家电，其中一部分原因就是“童年好感”。

《海尔兄弟》还于1999年登陆美国，成为中国首部实现国际播出的动画片。这种卡通形象，也为海尔的国际化和做出了不可磨灭的贡献。当年，张瑞敏力排众议在美国南卡州建厂，成为中国第一家在美建厂的中国企业，从而推动海尔品牌全球化。

因此，在IP打造、在商业营销上，海尔才是“老师傅”。

此外，海尔创始人张瑞敏也是一个成功的IP。很多“80后”“90后”都听过一个著名的故事——海尔张瑞敏怒砸不合格冰箱的故事，这个故事被写进了很多商业课程，甚至写进了哈佛商学院案例被广泛传播。张瑞敏推出的“真诚到永远”服务品牌，至今都有口皆碑。

2021年，张瑞敏辞任海尔集团董事局主席，由周云杰接任。辞职后，张瑞敏就很少出现在公众面前，而继任者周云杰也比较低调，所以这几年我们很少见到海尔的新闻。与此同时，海尔传统的两大超级IP——《海尔兄弟》和张瑞敏，都陷入沉寂。

其实，2018年海尔曾推出过新版动画，但是人物造型过于科幻，引发观众不满，也没有取得好的效果。

近日，周云杰接受采访时表示，将会重启《海尔兄弟》IP，推出续集，同时形式不限于动画片。

### 低调的巨人

#### 早已从智能制造向生态帝国进军

没有流量的喧嚣，是不是很多人以为海尔不行了？事实上，海尔这10年依然飞速发展。以其核心上市平台海尔智家为例，主营业务为冰箱、空调、洗衣机等，2016年实现营收首次破千亿（1191.32亿元），净利润50.42亿元；2023年营收增长到2614.28亿元，净利润165.97亿元。

从集团数据看，2024年海尔集团全球营收达4016亿元，其中海外收入占比首次突破53%。这说明，海尔已经从“中国品牌”进阶为“全球化品牌”，海外每10台中国产家电中，海尔占了6台。最早布局全球市场的海尔，已经赚到了全世界的钱。

当国人以为海尔只是一个造家电的，其实海尔早已从智能制造向生态帝国进军。在2024年创业40周年大



周云杰

最近，海尔集团董事局主席兼首席执行官周云杰火了。周云杰执掌海尔集团三年多，因为为人低调，很多人都不认识他。以至于他和雷军同时亮相两会“代表通道”时，网友们甚至没有认出，“那个站在雷军背后神情严肃的人”居然是家电巨头海尔的掌舵者。

在现场直播画面中，雷军与粉丝热情互动，而在他身后的周云杰也意外入画。因二人站在一起的“反差萌”画面，吸引了网友注意力，并制作出不少趣味表情包，“站在雷军背后的周云杰”也成为热门话题。

3月8日，周云杰对“走红”回应称，自己不想当“网红”，希望借互联网的平台和消费者进行比较好的沟通与交流，希望大家未必要记住自己，更多要记住海尔的品牌、海尔的服务、海尔的产品。



会上，海尔明确提出构建“智慧住居、产业互联网、大健康”三大世界级生态的目标。

在媒体传播上，海尔这几年其实一直比较低调。不跟其他企业打嘴炮，没有企业家出来做IP、搞流量。

但是，随着国内市场竞争的愈发激烈，好的产品也需要好的营销。格力电器用董明珠的名字开实体店了，小米的雷军成了超级带货王，奇瑞汽车尹同跃虽白发苍苍也在不断地亮相……

以C端消费者为核心产品的企业家正纷纷下场，做自媒体，做流量。海尔这边，确实显得过于低调了，比如周云杰和雷军站在一起，甚至绝大部分公众都不知道他的名字。

海尔可能也需要一个企业家形象IP了，毕竟现在年轻人都在社交媒体上，而且年轻人对于萌萌的大叔，还挺喜欢的。

### 纵深

### 喜欢创新也喜欢较真 周云杰信奉“天道酬勤”

资料显示，周云杰1988年大学毕业后就加入了海尔，一干就是37年（海尔成立41年）。

进入海尔后，周云杰从基层岗位做起，在工厂拧过螺丝，在商场站过柜台，干过制造，也做过营销。1995年，周云杰29岁，成为海尔最年轻的总经理。周云杰几乎参与了海尔改革、创新发展的全过程，张瑞敏评价其“具有改革和创新的基因”。

2021年11月，周云杰接棒张瑞敏，成为海尔集团新一届董事局主席，并被聘任为海尔集团首席执行官。

在海尔员工眼中，周云杰是典型的“理工男”，理性、务实、思路清晰。谁能想到，这位“理工男”还曾是“文艺青年”。周云杰透露，他喜欢音乐，大学期间曾担任机械工程二系文艺部长，与几名同学一起组建过一支管弦乐队，“搞得风生水起，充满活力”。

去年，周云杰参加央视一档访谈节目后，外界又给周云杰贴上了一个时髦的标签——“i人”。直播镜头里的周云杰，看起来紧张、拘谨，双手不自觉地交握在一起。然而，走进海尔工厂，周云杰又展现了完全不同的另一面——谈起智能化生产时，一个接一个的专业术语脱口而出；说到海尔的战略布局，他语速开始加快，肢体语言也变得丰富起来。

周云杰评价工作中的自己，喜欢创新，也喜欢较真，一直信奉“天道酬勤”。一位海尔人士告诉记者，周云杰是业务型领导，对海尔各个板块的业务都很了解，在海尔内部颇受敬重。

周云杰执掌海尔集团后，对海尔未来产业和创新图谱进行布局。周云杰正在努力去掉海尔身上的“家电”标签。他希望海尔从一家生产家电的企业，变成一家生产用户体验的企业，变成一个生态型企业，“一个没有围墙花园，像热带雨林一样生生不息的企业”。

今年两会，周云杰聚焦人工智能，提出了三份建议，涉及新型工业化、智慧住居、血液及血液制品等领域。两会前，海尔刚刚宣布控股新时达公司、汽车之家，2024年海尔还收购了利开商用制冷、“血王”上海莱士等公司。

据了解，海尔聚焦智慧住居、产业互联网和大健康三个赛道。未来海尔或将进一步完善生态布局。

今年两会上，周云杰和雷军同框亮相，有网友调侃，“一个家电巨头掌舵者，一个手机大佬，这画面太有意思。”事实上，周云杰和雷军颇有渊源。二人几乎同一时期在武汉读书，1988年周云杰从华中科技大学毕业，3年后雷军从武汉大学毕业。同在制造业领域，此前二人也早有交集。如2023年，他们曾共同参加制造业企业座谈会，并先后发言。

周云杰告诉记者：“在智慧家庭领域，我们基于HomeGPT打造了从智能产品到智慧家庭，再到智慧生活的全场景解决方案，也欢迎小米和我们一起共建这个大的生态；在汽车工业互联网领域，我们重点聚焦汽车后市场的产业生态构建，创新用户全流程、全生命周期的用车体验，所以我们一定会和小米及更多中国汽车厂商进行合作。”

“小米和雷总都是创新的代表，当下火热发展的人工智能是中国企业的时代机会，期待和小米等充满创新活力的优秀中国企业一起，乘着人工智能的东风，创造出更多享誉世界的中国品牌。”周云杰说。

此前，周云杰对打造个人IP态度谨慎。他认为，企业家打造个人IP，最终一定要回归产品和服务，为用户创造最佳体验，否则，企业家个人IP可能就会成为噱头。他直言，他不想做网红，但他希望海尔每个员工都成为自己的代言人，为他们设计的产品直接代言，“海尔更关注的是产品品质与用户体验。”

事实上，在过往公开活动和媒体采访中，周云杰也只谈海尔，几乎不提个人。

“但时代不同了，尽管我个人更倾向于突出海尔形象，但这个时代需要企业家与网友有更好的交流、互动。”3月8日，周云杰表示，开设新媒体账号已在计划中，去年海尔品牌部已拿出了一份规划，但此前因行程安排的原因被耽搁，他的个人账号计划在两会后的3月底4月初启动。近日，海尔集团也在社交平台上宣布：“我们老总即将出道！”

据深蓝财经、中国企业家、金融界等