

# 新华社记者随笔—— 义乌老板娘的新本领

新华社杭州2月25日电(记者袁震宇)“你好”“Bonjour”“Hola”……网上热传的一段视频里,浙江义乌的老板娘张吉英无缝切换各国语言,如数家珍介绍自家商品。在义乌市场做了20年雨伞生意,张吉英从没想过,自己可以流利“说”出那么多外语。支撑她的,是义乌国际商贸城推出的商品贸易领域大语言模型和新升级的Chinagoods AI智创服务平台。

商户将录制好的中文视频上传平台,可转化成30多种语言的版本,输出时还会根据发音调整嘴型。这是“买全球卖全球”的义乌在AI技术赋能传统贸易上的最新探索。用这一平台做了1分钟的视频,却火爆出圈,张吉英在三个月内新增五六

十位外商伙伴,还有不少三四年没联系的外国客户来要求发新商品。早期在义乌做外贸,中外语言不通,交流要靠计算器上按数字。“现在他们会用各种数字化工具获客、报价、接单。”一名德国客商感叹于生意伙伴的新面貌。这项技术投入应用之前,产品行销100多个国家的义乌,商户没法精通每种语言,交流不畅一定程度上妨碍了业务拓展。面对复杂多变的经济形势和迅猛发展的数字经济,义乌的传统经营模式正面临越来越大的挑战。但正如历史上每一次迎接挑战,义乌的回答都是:不断创新探索。

人多地少、土质不宜种植,义乌人便以经商为生存之道,用当地产的红糖交换商品,是为“敲糖帮”。改革开放以

来,有形的义乌经历了小商品市场的五次迭代,无形的义乌见证了从一般贸易到旅游购物贸易再到市场采购贸易的发展历程。21世纪初,面对中国加入世贸组织的机遇,义乌的大多数商户却不懂外贸、不会电脑。再加上全国与之类似的市场非常多,同行竞争激烈,以至于有人断言义乌市场活不过新世纪的头十年。这“成长的烦恼”,突出反映在体制机制的不适应——外国人居留、商户融资、出口通关,义乌这个县级行政单位的治理能力如何跟上发展的步伐,亟待改革破局。形象的比喻是,得“给成长快的孩子换上一件大衣服。”

在深入调研基础上,国家层面和浙江省均出台一系列政策,蹄疾步稳扩大当地经济社会管理权限改革,助推义乌外贸实现超常规快速发展。打“创新牌”、走“开放路”、吃“改革饭”,终于成就这座小城从“鸡毛换糖”到“世界超市”的蝶变。2023年,义乌进出口总额达5660.5亿元,进出口逆势双增长。当前,义乌在全球范围运营布局海外仓210个,正从国际贸易全链路入手建设数字贸易平台,提供一站式数字化选品、交易、通关、结算等服务。有了科技赋能的新本领,谈起龙年的发展,义乌老板娘自信满满。张吉英希望借助AI数字老板娘的功能,进行全天24小时的多语种直播,与客户沟通的渠道更通畅,市场机会更多。义乌虽小,可观世事。这是中国经济改革创新永不停步的一个例证。

## 记者再访杭州高架“劝架大哥”孙子见——

# 做一个平凡的好人

## 最美浙江人

本报讯(记者王逸群 刘倩言 陈晓驰)密集的闪光灯,让浙江律师事务所律师孙子见有些无所适从。2月26日下午,杭州市委宣传部、市文明办负责人来到律所,为他授予“杭州好人”的荣誉称号。

“没想到能获得这么高的荣誉。”面对镜头,这个身高近一米八的东北汉子红了脸。这两天,孙子见停车阻止施暴的视频在网络上持续传播。22日,在杭州钱塘快速路上,一名驾驶员在高架桥上殴打另一名驾驶员,孙子见停车,劝阻施暴者行凶。几天过去,从一位平凡的律师,到“杭州好人”、见义勇为及三等治安荣誉奖章等荣誉加身,孙子见身份转变的背后,汇聚了无数市民、网友的关切。

“当时不怕吗?”面对网友的提问,他说,促使他下车的那个念头,不是来自对荣誉的追求,而是怕造成更大的伤害的本能反应。彼时彼刻,当冲动与暴力摆在眼前,他以勇敢冷静,直接制止暴力行径,更坚定捍卫了正义和良知。

丰富的生活,让他有了果实。这两年,买了车,买了房,他还将黑龙江老家的父母也接来了杭州。从小到大,孙子见是个“爱管闲事”的热心肠。之前,他也遇到过斗殴,但没有这么激烈,劝一劝,双方就言归于好了。年轻的律师们则称呼他为“师父”。浙杭律师事务所的陈师记得,一遇到恶劣天气,“师父”就会送往得远的同事下班:“他不好意思直接说送。嘴上说顺路,实则跟他自己家‘南辕北辙’。”

他的救人事迹被报道后,比亚迪决定对他的车辆提供终身免费维修保养,并奖励20万元。随着走红,孙子见的自己身上突然多了很多“标签”——律师、比亚迪车主、新杭州人……在高兴之余,他也感到前所未有的压力和责任。“原来平凡如我,一举动依然会影响到一些人。”他说。当被问及今后有什么打算,孙子见顿了顿,开口说:“对家人来说,我要做一个好爸爸;对同事而言,我要做一个好的工作伙伴;更重要的是,要拒绝‘躺平’,把这份善意传递出去。”

作为律师,他见证了人生百态。而对于未来的生活,他依然抱有浓烈的热爱。正如他在社交网站中所说:“心中有爱,眼里有光,未来可期。”

2月26日,孙子见被授予“杭州好人”的荣誉称号。

出。”孙子见说。从业十余年,从刑事案件到民商案件,孙子见遇见的“风浪”不少。从打架斗殴导致的刑事案件到治安案件,他深知这样的举动会对当事人产生怎样的影响,也见过受害人和家属遭受的痛苦和伤害。

“一时的冲动过后,剩下的只有后悔和懊恼。”孙子见说,如果当时他没有拦着打人的司机,对方可能也会承受法律上更为严重的后果。

在孙子见的内心深处,制止犯罪行为,救的是两个人,也是这两人的家庭。虽然一身正气、一腔热血,但孙子见此前却从来没有想过,有一天自己也会成为全民热议的见义勇为人士。上一次,他关注到的还是“跳桥小哥”彭清林。

“我一直是他的粉丝,经常给他的视频评论点赞。”提及彭清林,孙子见有些激动。他笑称,比起彭清林的勇敢,自己做的只是再普通不过的“一件小事”。

## 平凡“搬砖人”

相比于“杭州好人”“见义勇为英雄”等称谓,孙子见更喜欢“搬砖人”这个称呼。英雄的面孔之下,是一个奋斗的平凡打工仔。8年前,他背着行囊来到杭州,从零开始,一步一个脚印,在这座城市安家落户。日子谈不上富裕,但紧凑

“英雄的面孔之下,是一个奋斗的平凡打工仔。8年前,他背着行囊来到杭州,从零开始,一步一个脚印,在这座城市安家落户。日子谈不上富裕,但紧凑

“英雄的面孔之下,是一个奋斗的平凡打工仔。8年前,他背着行囊来到杭州,从零开始,一步一个脚印,在这座城市安家落户。日子谈不上富裕,但紧凑

“英雄的面孔之下,是一个奋斗的平凡打工仔。8年前,他背着行囊来到杭州,从零开始,一步一个脚印,在这座城市安家落户。日子谈不上富裕,但紧凑

“英雄的面孔之下,是一个奋斗的平凡打工仔。8年前,他背着行囊来到杭州,从零开始,一步一个脚印,在这座城市安家落户。日子谈不上富裕,但紧凑

“英雄的面孔之下,是一个奋斗的平凡打工仔。8年前,他背着行囊来到杭州,从零开始,一步一个脚印,在这座城市安家落户。日子谈不上富裕,但紧凑

“英雄的面孔之下,是一个奋斗的平凡打工仔。8年前,他背着行囊来到杭州,从零开始,一步一个脚印,在这座城市安家落户。日子谈不上富裕,但紧凑

“英雄的面孔之下,是一个奋斗的平凡打工仔。8年前,他背着行囊来到杭州,从零开始,一步一个脚印,在这座城市安家落户。日子谈不上富裕,但紧凑

“英雄的面孔之下,是一个奋斗的平凡打工仔。8年前,他背着行囊来到杭州,从零开始,一步一个脚印,在这座城市安家落户。日子谈不上富裕,但紧凑

“英雄的面孔之下,是一个奋斗的平凡打工仔。8年前,他背着行囊来到杭州,从零开始,一步一个脚印,在这座城市安家落户。日子谈不上富裕,但紧凑

## 越是传统,越要走在创新前沿

(上接第一版)作为自天然洗衣液的研发带头人,五年时间,他熬白了头,却也成功地研发出一款足以放入业界大事记的好产品。时间回到2019年,刘英印象深刻,那会儿公司最新研发的绿色产品APG洗衣液刚上市,还没来得及庆祝销售火爆,他和团队就接到任务:研发新一代洗衣液。一开始,大家心里都犯嘀咕:论趋势,APG洗衣液满足了消费者对绿色健康产品的需求;论水准,一公斤30元左右的价格,属于市场最高档次。这么好的产品,还要怎么“打败”自己?

天然皂粉,在行业内率先使用天然原料,开创国内新品类;2011年开发出节水洗衣液,实现洗涤漂洗节水率在30%以上,相关技术获得行业科技进步一等奖;2015年首创洗衣凝珠,集合了洗衣和柔顺等多重功能……随着纳爱斯在消费市场一路向前,不断推翻自己的重任,也落到了刘英这一代身上。时间不等人,转眼来到2023年。那年的职代会,其他部门的同事都把背挺得直直的,一向活跃的刘英恨不得找个地缝钻进去,“研发不出新产品,头都抬不起来。”

迷茫失落之时,会上集团董事长何丽明的一句话,点醒了“梦中人”：“走出差异化发展之路,要把市场现状搞得透透的,弄得明明白白的,看清市场本质所在,差异就自然而然地呈现于你的面前。”这句话启发了他:“是啊,途中找不到答案,那就回到起点,也是终点,去找市场,找消费者要答案!”

“头发就是那会儿熬白的。”刘英说,他们找遍了国内外竞品,翻遍了行业的几十个数据库,新产品没头绪,每天愁得睡不着觉。他和团队先后在2021年和2022年提出APG洗衣液升级提案,无一例外都在集团内部评审中被驳回,原因很简单:产品没有颠覆性。在纳爱斯,产品是用来推翻的。过去几十年,纳爱斯一路从发不出工资的小厂,到全国洗涤行业的“龙头”,靠的就是不断推翻自己——

1992年,纳爱斯研发出蓝色包装的雕牌超能皂,不仅味道清香,去污能力还提高了三四倍,开创了“臭肥皂”的历史;2000年推出酶制剂洗衣粉替代含磷洗衣粉,降低对水环境的影响;2002年的

内创公司的新模式,就像给公司打造了一支支“轻骑兵”队伍,以敏捷的身手迅速切入最有潜力的市场,并打造一批特色产品。自此以后,纳爱斯的策略之一,就是让细分市场的新产品先在电商试水,得到市场认可后,再把产品和团队拉出来,设立品牌和公司。主打婴童用品的纳谷(杭州)生活科技有限公司,就是其中一个。公司负责人梁国雄,已经完成了从研发人员到销售几千万元的初创公司负责人的身份转变。新角色带来新体验。以往,产品研发大多各自为战,大家各扫门前雪,但新产品上市后,产品的研发、生产、设计、销售等,需要群策群力。

“我不只是一个研发人员。”去年4月,每次新品研发会前,梁国雄都会在心里反复提醒自己,彼时他们正在为秋冬准备一款儿童润肤霜。“产品成分要安全”“设计上要跟市场竞品有所区分,不然没有优势”……梁国雄记得很清楚,会上来自不同岗位的同事,源源不断地抛出想法,这个火热场面跟以前自己埋头搞研发时的安静全然不同。

“众人拾柴”下的成品,也还不错。考虑到用户习惯和痛点,他们把润肤膏设计成半球状的固体膏,手拿起底就可以在脸上擦涂,避免的是二次接触。让梁国雄没想到的是,这款产品去年10月一上市,就成为爆品,三个月销

“众人拾柴”下的成品,也还不错。考虑到用户习惯和痛点,他们把润肤膏设计成半球状的固体膏,手拿起底就可以在脸上擦涂,避免的是二次接触。让梁国雄没想到的是,这款产品去年10月一上市,就成为爆品,三个月销

“众人拾柴”下的成品,也还不错。考虑到用户习惯和痛点,他们把润肤膏设计成半球状的固体膏,手拿起底就可以在脸上擦涂,避免的是二次接触。让梁国雄没想到的是,这款产品去年10月一上市,就成为爆品,三个月销

“众人拾柴”下的成品,也还不错。考虑到用户习惯和痛点,他们把润肤膏设计成半球状的固体膏,手拿起底就可以在脸上擦涂,避免的是二次接触。让梁国雄没想到的是,这款产品去年10月一上市,就成为爆品,三个月销

“众人拾柴”下的成品,也还不错。考虑到用户习惯和痛点,他们把润肤膏设计成半球状的固体膏,手拿起底就可以在脸上擦涂,避免的是二次接触。让梁国雄没想到的是,这款产品去年10月一上市,就成为爆品,三个月销

扫一扫 看视频



扫一扫 看视频

扫一扫 看视频

扫一扫 看视频

扫一扫 看视频

扫一扫 看视频