

观澜

义乌老板娘:用 AI 做生意

春节前,浙江义乌的老板娘孙丽娟的宏盛玩具厂快放假了,但中东客户在3月当地过年需要的订单“扎堆”而来,她忙得不可开交。去年,她感觉市场“特别卷”:为了争夺订单,大部分厂商都在拼价格,产品又趋于同质化。

近年来,在 AI 技术的加持下,“义乌老板娘”流畅自信地切换各国语言,与外商成功实现无障碍沟通。而在 AI“风口”逐渐失去优势时,品牌出海才是下一步破局的方向。



义乌老板娘孙丽娟。俞刘东 摄

接住第一波 AI 红利

2023年9月,义乌国际商贸城 Chinagoods AI 智创服务平台(阿里巴巴国际站发布的全球首个商品贸易领域大语言模型)的工作人员找到孙丽娟,给她录制了一段介绍产品的中文视频。两天后,她收到了这段视频由 AI 生成的多语种版本,包括阿拉伯语、英语、法语等,不仅还原了音色,连口型也对得上。

她随手便将这些视频发布在了网络平台,随之而来的是“泼天”的流量。有些阿拉伯客户难以置信,兴致勃勃地来询单、下单。孙丽娟笑着说,那几天,每天都涌来几百个新客户,半年下来,店里的营业额同比增长约20%。

“我是第一波接住 AI 工具红利的老板娘,刚开始的获客效果特别明显。日积月累下来,我对不同客户的喜好也越来越了解,只要想到客户可能会对某个

产品感兴趣,我很快就用 AI 转换成外语视频推荐过去。”

同时,孙丽娟很有危机感。现在, AI 已经为所有的商户助力,大家都站上了“风口”,下一步破局的方向又在哪里呢?

“走出去”才知道问题在哪儿

2024年,孙丽娟经历了人生中第一次出国,跟着义乌小商品城组团,5月去了印度尼西亚,11

月去了俄罗斯。她认为,出国参展非常值得。“走出去”,才能知道问题在哪儿,为什么这个市场难进入,客户在当地市场的痛点是什么,最后更清晰地调整自己的策略。

她发现,有些客户不是只专门做她家的生意,订单少而售价低;有些客户在当地的生意很大,更有扶持的价值。但他们也面临相似的“痛点”:挨家挨户都是同质化产品,如果她的产品发给很多客户,也加剧了他们的价格竞争。

孙丽娟很快决定,对于这些客户,为他们提供的产品必须加强区分,提供差异化的竞争力,如调整包装、升级玩具的衣服、更新机芯等,也保证利润空间。回来后,客户下了几十万元的订单。

“老板娘”的力量

“抱团出海”,让孙丽娟结识了很多义乌老板娘。在国外,有经验的老板娘都下载了谷歌地图,提前做好各种功课,到一个陌生城市,拿着自己的样品到不同的市场去推销:我们来自中国,我们来自义乌,我们的工厂在哪里,我们做什么产品。

很多老板娘做生意的方式给了孙丽娟启发。例如,义乌商家出海可能会让当地市场的大代理商

“担忧”失去了中间商的优势。有老板娘的做法是,接到新订单后,还是让对方去找之前合作的代理商,打消了他的顾虑,一起做大市场。

孙丽娟表示,在交流中,她的思路也打开了:想跳出旧的市场,就不要永远都在拼价格,要拓展新的市场,提升品牌价值,做一些定制产品,提高议价权,或许就不会那么累。

法务链接

商贸应用 AI 要注意四个风险

对外经济贸易大学国家安全计算实验室副主任严展宇认为, AI 技术应用需要注意以下四个风险。一、道德风险。AI 是一个去责任化或者说弱责任化的实体,商家可能为了竞争,说一些无底线的话,然后把责任推给 AI;二、版权问题。AI 本身缺少版权保护的意识,可能自动调用有利于自己广告宣传的内容;三、对个人隐私的侵犯。广告推送通过调用既有用户的个人数据和头像来进行精准营销,不知不觉中用户的数据被泄露出去;四、真实感下降。千篇一律的 AI 虚拟人可能会在真实贸易过程中导致信任缺失。

□王诗涵 马梦阳 陈子帅 综合自《中国新闻周刊》《环球时报》 2月5日

经世评谭

被疯狂盗版的“哪吒”周边

2月7日,《哪吒之魔童闹海》上映十天票房已突破60亿元,稳稳拿下2025年春节档票房冠军。电影大热之际,哪吒、敖丙等片中人物形象再一次火了起来,其周边产品供不应求。

然而,在授权周边售罄或众筹阶段,盗版周边产品现货已经出炉。据不完全统计,在某电商平台有近100家店铺正在售卖未经授权的“哪吒”周边产品。

在这些盗版周边产品中,有的直接将哪吒、敖丙的经典表情、片中台印到相关产品上,有的则对人物形象进行了再次创作。当被问及是否有官方授权时,这些非官方授权的卖家均未正面回复,而表示产品从批发市场进货、自制。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜介绍:“盗版周边价格远低于正版周边,对价格敏感的消费者极具吸引力。另外,盗版产品无需经过漫长而复杂的授权和监修流程,能够迅速生产并推向市场,抓住电影热度的窗口期,快速占据市场。”

在一家售卖“哪吒”周边的店铺里,商家提示,拍下相

关键后发送图片就可以定做挂件、钥匙扣,在沟通过程中,商家从未提及图片版权事宜,而当记者主动问及是否涉及到图片版权问题,该商家则表示需要根据图片具体分析。

北京观韬律师事务所执行合伙人李洪江律师认为,盗版周边侵犯了正版周边商品所有者的著作权,包括复制权、发行权等以及商标专用权。而对于二创、自制的周边产品,如果未经授权,并以盈利为目的大规模地制作和销售,同样构成侵权,甚至刑事犯罪。在李洪江看来,未经授权周边产品大量出现在电商平台,反映了市场需求与知识产权保护之间的矛盾。

□卢扬 刘曼华 《北京商报》2月6日



“哪吒”周边。图片来源:《北京商报》

生活小贴士

当心宠物领养陷阱

当前,一些机构或个人通过发布可爱宠物的照片和信息吸引领养者关注,但当领养者联系时,却被告知该宠物已被领养,转而推荐其他与宣传不符的宠物;有的通过直播方式售卖宠物,但实际却发送货不对板的宠物;个别不良商家伪造宠物体检报告、疫苗接种记录,出售“星期宠”。此外,市场上还存在打着“免费领养”噱头,实际却收取检测费、抗体费、保险费、押金、饲养费等超出宠物本身价值的情况,或者要求领养者必须购买指定的宠

物用品、食品或宠物美容套餐等服务,否则不允许领养;更有与领养者签订名为“领养”实为“宠物贷”的合同,以分期购买宠物用品等方式领养宠物。

江苏省消费者权益保护委员会提醒,消费者在领养宠物时,应选择有资质、口碑好的领养机构或平台;仔细查看宠物的生活环境、健康状况、疫苗接种、体检等信息;了解宠物及宠物用品市场价格、领养条件等,拒绝不合理费用。

□薛晶晶 《中国消费者报》2月6日

聚焦

《公司登记管理实施办法》整治“职业闭店”乱象

近年来,“职业闭店人”乱象屡见不鲜,这类人往往在企业面临关闭或经营不善时接手介入,通过开展促销活动诱导消费者充值,变更企业法定代表人及股东并接盘,帮助店家金蝉脱壳。据悉,《公司登记管理实施办法》已于2月10日起正式施行。其中明确规定,有证据证明申请人明显滥用公司法人独立地位和股东有限责任,通过变更法定代表人、股东、注册资本或者注销公司等方式,恶意转移财产、逃避债务或者规避行政处罚,可能危害社会公共利益的,公司登记机关依法不予办理相关登记或者备案,已经办理的予以撤销。

□余颖 李思雨 综合自财联社、《经济日报》2月9日

上海9个区启动老年人陪诊服务试点

近日,上海市民政局会同市卫健委制订了《上海市老年人助医陪诊服务试点方案》并对外发布,将在浦东等9个区开展试点。试点范围包括收住老年人的养老机构、长者照护之家,和具有一定数量陪诊师、具备常态化专业服务能力的专业性日托、居家养老服务组织等。方案所称的老年人助医陪诊服务,指陪同老年患者至医疗场所并协助接受医疗诊治的活动。方案所称的陪诊师,指经过一定时长的培训,运用基本健康卫生和护理知识等相关技能,陪同并协助老年患者接受医疗诊治的人员。

□郑莹莹 中新网2月8日

官方通报张家界一游客点2个菜被要价844元

2月3日,有游客反映,其和男友在湖南张家界旅游时,遭到出租车司机和饭店联手宰客。他们被出租车司机带到当地一家饭店,在饭店吃饭点两个菜被收费844元。因认为被欺骗,该名游客拨打了当地12345热线投诉。2月6日,张家界市永定区旅工委办公室发布通报表示,经过依法联合调查,发现涉事餐饮店“土家园”存在支付出租车司机回扣招揽客人等宰客行为。目前,已责令涉事经营主体停业并对其进行立案调查。

光明网、《新民晚报》2月6日、5日

改革前沿

除了“价格战”,车企还要怎么打动消费者?

从营销“噱头”到主流配置

“考虑到当前车市发展特点,我认为今年汽车企业将会围绕核心技术领域展开主要竞争,而不再是仅仅依靠优惠价格手段吸引消费者。”中国汽车工程学会名誉理事长李骏在谈及今年车市发展时对记者说。

自2023年初以来实施的汽车“价格战”远超出预期,其对汽车市场的健康发展造成较大影响。据中国汽车流通协会统计数据显示,2024年前8个月,“价格战”已致使新车市场整体零售累计损失1380亿元。

全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树对记者表示,汽车市场在经历了短暂的“价格战”洗礼后,“技术为王”应该也必然会成为赢得市场认可的关键。

记者注意到,今年以来,多家车企表示将在智能驾驶领域展开重点布局。此前,智能驾驶刚面世时,许多人觉得这只是个“噱头”,认为它离我们的日常生活还很遥远。但随着技术的进步和市场的普及,这种情况正在发生变化。

面对市场发展现状,多家车企今年初明确表态将不再简单地打“价格战”,而是要在技术、品质、服务等层面进行竞争。

近期,无论是主打科技领先的新造车品牌还是传统车企,均在智能化方面加大投入,加快推进高阶智驾和大模型技术的普及和应用。崔东树表示,今年是智能汽车产业加速发展的关键一年。传统车企如何通过技术革新保持竞争力,新造车品牌如何在智能化、电动化、自动驾驶领域占据一席之地,已成为未来车市的看点。

满足消费者用车需求

近年来,随着动力电池能量密度的持续提升,新能源车整体续航里程有了大幅提升。纵观目前市场上的主流新能源车型,单车续航能

力普遍在400公里以上。不过,即便新能源车续航里程得到显著提升,但新能源车车主对于续航能力的关注度依然居高不下。

作为分别于2018年和2024年购买两辆新能源车的车主王丹对此深有感触。她向记者透露:“从续航能力来看,我于2024年购买的新能源车续航里程比第一辆车高近260公里,但在实际使用过程中因车辆耗电水平较高,导致车辆真实续航并没有想象中理想。”

如何降低新能源车耗电量水平,成为消费市场的共同愿望。为此,今年芯片集成、多合一电驱动系统、智能能量管理策略等关键技术有望迎来突破,实现新能源车A级乘用车百公里行驶电耗降至10千瓦时以下。

不断提升用户体验及满意度

日前,多家主流合资品牌旗下车型推出了“一口价”政策,以透明的产品价格体系抵制营销套路,降低了消费者在购车时因产品价格差异造成的顾虑。

数据显示,在车企推出“一口

可能造成动物取食减少、体重下降、凝血能力下降、肝肾组织变化等问题。

中国农业大学食品科学与营养工程学院教授范志红认为,这类动物实验并不能证明人类少量吃这种添加剂也会导致同样危害,但往往会让人们对该物质有更严格的限量。比如,烘焙产品近年来消费量明显增多,其中的食品添加剂含量就需要重新考量。相对来说,腌渍蔬菜消费量并不多,所以只是降低了最大限量。

□张鑫 董瑞丰 李恒 魏朝林 综合自新华社、青瞳视角、《大河报》 2月9日、8日