



# 商之大者，为国为民

## 浙商富了依然能吃苦

通讯员周宇、孙越报道  
过去的2023年，贸易战、新冠疫情、俄乌战争、巴以冲突、“红海航道危机”……尽管外部环境复杂严峻，社会预期偏弱，部分行业盈利能力下降，但透过一个个实打实的浙商投资项目、一个个跨国经营的案例、一个个瞄准卡脖子技术的创新，我们看到的仍然是拒绝躺平、沉下去做好自己、积蓄力量的浙商们。

### 家乡真情召唤，更用心服务

创立于1997年的亿联控股集团总部在天津，2023年他们回到老家浙江，在泰顺县投资236亿元建设了华东大峡谷氡泉旅游大项目，成为浙商有史以来最大返乡投资文旅项目。

“当初家乡为广大浙商发展赋能，为浙商走出去搭台。如今家乡向外浙商发出了号召，我们理应全力响应。”亿联控股董事长严立森在近日举行的2023浙商年度主题大会现场分享了自己回家乡投资的故事。

当年洽谈、当年设计、当年整地、当年拿地、当年办证、当

年开工。家乡真情召唤，更用心服务。“这‘六个当年’太难能可贵！”严立森说，当地县委县政府实行实体化专班的模式，确保项目按计划如期推进。“六个当年”是浙江营商环境的一个缩影，是对讲感情的浙商们最好的回馈。

除了上文提到的华东大峡谷氡泉旅游大项目，大会发布的“2023浙商年度投资样本”还包括：浙江润马光能集团在金华市投资101.2亿元，建设年产10GW高效光伏电池及18GW高效光伏组件项目；芯联集成电路制造股份有限公司总投资110亿元，在绍兴市建设二期晶圆制造项目；浙江荣盛控股集团首批投资262.4亿元，在舟山市建设金塘新材料项目；浙江日月光能科技有限公司总投资100亿元，在绍兴市建设20GW新能源光伏电池片智能制造项目；浙江华友钴业股份有限公司通过多方共同投资201亿元，在嘉兴市建设桐乡时代锂电材料项目等。

### 世界这么大，总有钱好赚

“今天我们很难，但是用五

现在的经历不一定是坏事。因为人的改变，企业的改变，咱们才能够走出舒适区。”华立董事局主席汪力成辩证地看眼下的不容易，百年未有之大变局倒逼着浙江企业“走出去”，但若从十年乃至十五年后回望今天，浙江或将因此达到新的境界，产生一批真正的跨国公司。

华立是浙商全球化的先行者。20世纪80年代的华立只做外贸订单，并没有外贸自主权，订单都来自国外外贸公司，连商标等都由他们提供。进入90年代，华立才拿到第一批自营进出口权，有资格独立进入外贸市场，也逐渐拥有了自己的品牌。转折发生在2000年，华立首次走出国门，尝试在境外投资设厂。2005年，华立开始了境外发展模式创新的探索，在泰国东部的罗勇工业园区投资开发规划占地12平方公里的“泰中罗勇工业园”。2015年，华立又把目光投向墨西哥，布局北美华富山工业园。随着“一带一路”等国家战略的提出与实施，华立的发展思路也愈加清晰，要在全球范围内开发更多的中国工业园。

另外，浙江吉利控股集团

出口销量大幅增长，海外矩阵持续壮大，加入国际汽车标准合作组织，成为全球汽车规则重要制定者；红狮控股集团在老挝、尼泊尔、印尼、缅甸等国建设了多个大型水泥项目；三花控股集团已经拥有覆盖全球的营销网络、遍布五洲的生产研发基地；正泰集团持续推进全球区域本土化战略，深度参与全球产业分工合作，为140多个国家提供智慧电能全产业链方案；浙江零跑科技股份有限公司吸引跨洲巨头15亿欧元“反向合资”，创下外资对于中国造车新势力的最大单笔投资，开辟中国汽车国际化新路径……

### 他们能吃苦，富了仍然能吃苦

2023年年末的电视剧《繁花》，让我们又一次深切感受到浙商的“四千精神”——走遍千山万水、说尽千言万语、想尽千方百计、吃尽千辛万苦。浙商，能吃苦！更可贵的是，他们富起来了，依然能吃苦！

“原来吃苦是为了日子过得更好，现在吃苦往大了说是想真的对社会进步做出点贡献，说得直白点就是还想‘折腾’。”杭州林东新能源科技股份

有限公司董事长林东“折腾”了两件看上去风马牛不相及的事情，一个是牛肉干，一个是海洋潮流能发电。

1993年，刚满20岁的林东，大学一毕业就创办了杭州绿盛食品有限公司，并带领团队将绿盛牛肉干摆放到了祖国大江南北的商超货架，成了食品行业里赫赫有名的“中国牛肉干大王”。尽管牛肉干生意做得风生水起，但是林东没有止步于此。从“小我”到“大我”，林东始终觉得国家的复兴要靠科技强国，要靠具有科学家精神的科学家。历经两年的潜心研发，林东团队发现了海洋潮流能发电技术的全新路径和商业价值，着手在国内实现研发成果的产业化。2014年，在浙江舟山实地攻关LHD海洋潮流能电站项目，这不只是意味着林东实现了企业家的科学梦，还让中国成为继英、美之后，第三个全面掌握海洋潮流能发电并网技术的国家。作为后起之秀，更在并网、连续运行时间上成为“全球领跑者”。

(据解码浙江公众号)



## 数字名片 行业蜕变

日前，笔者在位于潮州市南太湖高新技术产业园的先登高科电气股份有限公司二期项目看到，借助国际先进的5G、数字孪生、AR等信息化先进技术，全新的生产车间正在开发国内同行业领先的智能物流、智能仓储、绿色制造集成、智能包装和物联网等信息化系统，投入生产后将新增特种漆包线产能5万吨。未来，这里将成为行业内领先的绿色智能工厂。

通讯员邵鼎 摄

## 创业故事

# 全网刷屏的“人形许愿池”“听人劝吃饱饭”的飞恋伞厂雷鹏琳：“趁着年轻，我想再拼一次！”



记者慧慧 摄影报道  
“叔，一个人走夜路看不清，我想要一把会发光的伞！”“我想要一把会下雨的伞！”“大叔，能安排下情侣撑的伞吗？”……面对短视频评论区五花八门的“心愿”，绍兴上虞的飞恋伞厂厂长雷鹏琳信心满满：“只要是不涉及侵权的，我们都能设计出来。”因而他也被网友们称为“人形许愿池”“全网最听劝的老板”。近日，他还在“抖音电商”的邀请下拍摄微电影“神奇雨伞店”，一时间全网刷屏。

### “人形许愿池”疯狂宠粉

去年，飞恋伞厂仅线上平台就销售了150万把伞，比之前翻了好几番，并且实现了90

位网友的心愿。不过雷鹏琳卖伞从不靠嘴，也没有销售话术、文案介绍。之所以选择这样的“奇葩”卖伞模式是因为有一天他无意间刷到一段推荐餐巾纸的短视频，主播全程没有说一句话，但几个动作就把餐巾纸的优点展现出来了，视频点赞量特别高。

“这个方法挺好！”雷鹏琳照葫芦画瓢尝试着打开雨伞，上下使劲抖动，让网友直观地看到雨伞的质量，还把评论区网友所有的疑问都拍成了直观的视频展示。这个视频很快就“爆”了，点赞量破200万。网友纷纷评论：“一个多余的动作都没有”“就喜欢这样没有废话的商家”。雷鹏琳察觉到，这样

略带“鬼畜”“搞笑”的风格很受网友欢迎，于是就此固定拍摄模式。

对于评论区数以万计的留言，雷鹏琳尽量做到有求必应。让他印象深刻的是，有网友提出“想要一把会下雨的伞”。雷鹏琳刚开始觉得这个想法太奇葩，后来想想，也能理解，大热天出门撑把遮阳伞，如果这时候能下点小雨，是不是挺舒服的？结果这把“会下雨的伞”研发成本最高，用了好几套模具，最便宜的模具就得2万多。2024年1月17日，这把伞终于做出来了，目前正在批量生产。

“如果一位网友的‘许愿’点赞很多，我们就会去做，有10万人点赞就先做1万把试试水，有1000人点赞就先做300把。点赞少的话会尝试去做，可以做预售来避免滞销问题。”雷鹏琳总结说，“‘听人劝，吃饱饭’，多位网友‘许愿’，就多一分希望。”

### 创业十年不忘初心

2007年，初中毕业的雷鹏琳因卖馒头没挣到钱，从河南洛阳转战浙江义乌当起制伞学徒。他一路从车间普通工人做到车间主管、生产厂长再到金牌销售、公司经理。“我18岁去伞厂学艺，可以说对伞的制作

门清。任何一把伞，拿在手上掂量一下，就知道工艺材质和成本。”2014年他开始自主创业，开办飞恋伞厂。一开始是家庭作坊式的小企业，给外贸、小商家供货，生意一度也不错，一天能出几千单。随着市场竞争激烈等原因，伞厂日出货量下降了七成。“最困难的时候差点破产倒闭。”雷鹏琳一度陷入迷茫，2022年初综合考量后他开始接触短视频平台，进行直播卖货。

雷鹏琳介绍，飞恋伞厂共有6位线上女主播，他们之前都是飞恋的老职工，但因为生孩子等原因大多回到了老家照顾家庭。2022年伞厂直播间搭建起来后，雷鹏琳就重新把她们召集起来进行线上直播销售。主播张梦敏说：“直播厅就设在河南洛阳，对我们来说既可以挣钱又可以兼顾家庭，两全其美！”

做了15年打伞珠工作的司兵飞一直追随着雷鹏琳来到“飞恋”：“我们是老乡，在上虞打拼的这些年多亏了他在工作 and 生活中给予的关心与帮助，所以我会一直在。”目前厂区有40余位稳定的职工群体，过半都是与“飞恋”一同成长的老职工。

最近，河南省洛阳市洛宁县政府邀请雷鹏琳回乡给企业

家们分享他的创业理念、短视频制作技巧等经验。雷鹏琳责无旁贷地说：“‘飞恋’因为短视频‘火’了，目前已扭亏为盈，我将把我的经验毫无保留地分享给家乡的企业家们，为家乡经济发展尽点微薄之力。”

### “爆火”之后寻求突破

如今，“飞恋”得到越来越多人的关注，工厂的销量也大大提升。“‘粉丝’大多是年轻人，这么年轻，我就琢磨他们会喜欢什么，后来就想到了国潮风和‘二次元’。”雷鹏琳说，“飞恋”的运营团队也全都是年轻人，其中过半是00后。

2023年8月，雷鹏琳第一次参加动漫展就遇到了很多“粉丝”，有人跟他“约单”，有人催“我的伞什么时候能做出来”。有一个“粉丝”买了9把伞，她把伞当成装饰品，不同的伞搭配不同的衣服。此后，他经常去逛展，“只有加入他们，了解他们的需求，才能做出让顾客满意的伞。”

“创业十年，了解客户需求、倾听职工心声一直是我的工作宗旨。”平时都是倾听网友们的心愿，雷鹏琳直言2024年自己的心愿：“线上销量破300万把，联合兄弟单位一起合作共赢。趁着年轻，我想再拼一次！”

百余家企业与5000多名求职者面对面“相亲”，助力企业和人才双向奔赴

## 台州全力“留人”“抢工”

### 通讯员陈佳乐报道

112家台州本土企业，带着846个岗位、6146人次需求量，与5000多名求职者面对面“相亲”。近日，为全力做好岁末年初稳岗扩岗及企业生产用工服务保障工作，助力台州经济实现“开门红、开门好”，台州市稳岗扩岗保用工促就业专项行动启动仪式暨2024“春风送岗”大型人力资源招聘会在台州市市民广场举行，一个多小时便有813人达成初步就业意向。

### 新年首场招聘会人气旺

“我们提供的岗位类型比较多，门槛各不同，请问你想应聘的是哪个？”

“我是2023年的毕业生，想应聘你们的人事专员岗位。”……

浙江怡和卫浴有限公司招聘负责人吕文赞介绍，除了仓管、操作工等岗位，不论是业务经理还是技术人员，比起初出茅庐的应届生，他们更倾向的是有一定行业相关工作经验的年轻人，能给企业省不少心。这次招聘会，他们带来了十多个工种，需要四五十人，最高月薪待遇达2万元。不过他们当天咨询和投简历的应聘者中，以应届生居多。

在众多招聘摊位中，退伍军人宋绍弘带领的浙江军创人力资源有限公司，算得上是“人气王”。在大部分企业收到的简历数量在10份左右时，他们已收到数十份，招聘的岗位是当下的新行当——“家庭管理者”。

“我们是一家刚成立一年的以退役职军官为主体的军旅文化企业，现在在27名退役军人中，专职空间整理收纳、日常、家电或开荒深度保洁及管家式保姆服务，最低收入达到1.2万元/月。”宋绍弘介绍。

### 跨省“驻点招工”整装待发

“每年春节前后都是招聘求职的旺季，也是人社部门保用工、促就业的重要节点。今年元旦后，我们就积极备战春节用工保障，精心制定了稳岗扩岗保用工促就业专项行动。”台州市就业服务中心副主任冯国富看着眼前热闹的招聘、求职场景，对于接下来的一系列保用工促就业行动信心满满，“希望‘以岗留人’，留住部分准备辞职返乡的省外老员工，让有就业意愿的城乡劳动者或广大高校毕业生能找到合适的岗位；另外，希望为一些春节持续生产的企业补充春节用工供给，也为节后复工的企业提前做好人力储备。”

## 企业传媒 园地

## 巴拉巴拉亮相新加坡 海外开设4800多家店铺

### 通讯员凯文报道

日前，森马服饰旗下品牌巴拉巴拉balabala开辟新市场再下一城，品牌新加坡首店在“第一人气”商圈狮城大厦开业，为海外消费者提供一种全新的儿童服饰时尚体验。

据了解，巴拉巴拉自2016年开始发展国际市场，目前在沙特、卡塔尔、阿联酋、越南等14个国家，拥有超过4800家店铺，计划在今年开拓更多新的战略市场。巴拉巴拉品牌有关负责人介绍说，新加坡是世界著名商业中心，在全球市场的辐射力、影响力大，巴拉巴拉在新加坡开设首家店铺是品牌

与此同时，新一批台州市跨省“驻点招工”小分队在现场进行了授牌仪式。2020年以来，台州市人社部门已连续五年实施跨省“驻点招工”行动，积极招引全国各地劳动者来台州就业，有效保障企业节后复工复产。今年，人社部门也将继续组织10组以上招工小分队赴省外各劳务输出地区，大力开展现场招聘和员工对接。

利欧集团股份有限公司人事经理曹冠珍说，该企业每年都会参加人社部门组织的招聘活动，有当地的招聘会，也有跨省“驻点招工”，为企业吸引到不少省内外求职者，大大缓解了企业的用工压力。同时，稳岗扩岗的补贴政策又为企业缓解资金压力，对各类人才引进提供补助。

### 八大举措“霸气”促就业

台州市人社局副局长何韬介绍，当天启动的2024年春节稳岗扩岗保用工促就业专项行动，计划用100天时间，采取“留、引、扶、育”等一系列措施，稳存量、拓增量，八大方面举措将切实帮助企业解决年初用工需求，有效促进劳动者充分就业。

台州将开展“送岗下乡”“赶集送岗”等各类紧缺调剂和招聘活动100场。充分发挥零工市场、就业见习机制作用，有效满足企业阶段性用工需求，当天的这场人气满满的大型招聘会就是其中一场，算是开了一个不错的好头。

同时，依托台州就业招聘网，募集发布1万个以上就业岗位，联合100个以上省外劳务输出集中地区开展线上招聘活动，通过各地媒体平台全方位宣传，吸引省内外各类务工人员线上求职就业。

“不论是大型招聘会，还是跨省‘驻点招工’，都是咱们台州‘留人’‘抢工’的有效举措。”何韬表示，台州还将实施百名人社干部助千企保用工行动，组织100名以上人社干部，对1000家以上用工缺口较大的企业，“一对一”开展帮扶，“一企一策”制定举措，全力保障企业生产用工需求；实施技能人才留引育行动，支持企业春节期间开展留台州员工职业技能培训，引导一批大学生到台州企业就业见习，提升职业技能，满足企业发展对技能人才的需求；加快失业保险稳岗返还、扩岗补助等惠企惠民政策落实，大力推广“直补快办”“免申即享”模式，进一步释放政策红利，为企业减负降本等。

全球化的重要举措，致力于更好地为全球各地消费者服务。

作为巴拉巴拉品牌进驻的第14个国家，在新加坡知名大型商场狮城大厦开设的概念店占地90多平方米，店内陈列品类齐全，婴儿到青少年的服装、鞋履、家居用品和时尚配饰一应俱全，秉承着“童年不一样”的核心理念，满足儿童成长所需。该店整合了最新时尚潮流标志和经典设计元素，向新加坡顾客展现焕然一新的品牌形象，采用了极简和流线型的设计风格，创造出一种沉浸式的空间感，搭配时尚靓丽的颜色，营造出宜人的购物环境。