留学海外，她带着家乡玻璃瓶出海

本报记者 胡明慧 通讯员 孙梦梦

白天，她是韩国高校课堂里的博士，研究方向是跨国企业战略、跨境贸易理论；晚上，她对着报关单逐项核对、回复海外客户邮件、安排团队工作。学生与 CEO，看似反差强烈的身份，在王航身上融为一体。

28 岁的王航，5 年前远赴韩国求学，如今把家乡铜山区马坡镇的玻璃瓶，源源不断销往韩国、澳洲、德国、越南，年销售额 200 万元左右。

求学海外 牵起供需两端

王航的起点并不“高大上”。在国内读专科时，她学的是电子商务物流；赴韩后，本科攻读流通通商，今年是她读博的第一年，研究全球经营学。

5年异国求学路，她把课堂延伸到展会、花卉市场和线下商圈：蹲在首尔花市看花瓶的陈列，走进澳洲商圈调研玻璃瓶定价，记录不同国家烧酒容器的规格差异。别人眼中的逛街打卡，于她都是市场调研。

“我熟悉家乡完整的产业链，又在海外学习，这就是留学生助力本土产业出海独有的优势。”王航说得实在。留学前她就已经涉足外贸，主要客户集中在韩国，于是她选择赴韩求学，打定主意打通海外资源与家乡产业的连接通道。借留学之便，一头扎进韩国市场，拓展玻璃瓶出口业务。

从零摸索 把全链条吃透

2020年，王航在家乡注册外贸公司。创业之初，她对跨境贸易流程一无所知——商务报价、样品寄送、对接货代、订舱发货、整理报关单据，还要钻研各国产品认证标准与贸易规则，一项项攻克难关。最忙的时候，白天上课，晚上对着报关单逐项核对，时差成了她天然的“工作时间表”。

凭着这股钻研劲头，她积累稳定海外客户 20 余名，还在澳洲搭建了约 300 平方米的海外仓。眼下正在考察韩国仓储场地，谋划布局新站点。

一个人的力量终究有限。最近她回到家乡，招聘常驻园区的工作人员，手把手培训。“我有渠道、能跑业务找订单，但一个人跑不过来，得把团队搭起来。”王航说，未来订单将交由专门团队承接运营，自己把重心放在人才培养上。

产业集群 是创业者的底气

王航的底气，来自脚下这片土地。马坡镇已经形成玻璃瓶研发制造、模具加工、丝印喷涂、制盖、纸箱包装在内的完整配套链条，线下批发、线上电商、跨境出口、专属物流高效联动。“在园区内就能完成生产、包装、物流全流程，大幅减少异地沟通和货物转运成本，供货效率明显提升。”上下游企业就近布局，让她敢于承接急单、兑现交期承诺。

暖心的营商服务，也为她的创业之路托底。前段时间村里修路封路，一批货物急需发出，她联系镇工业办，10 分钟内就收到通行方案，货物按时启运。“即便身在海外，遇到难题也找得到对接人、办得了急事，感谢身边每一个给予帮助的人。”这份安心，是她放手拓展业务的另一重底气。

常年往返家乡与韩国，王航真切感受到产业的变化：“早些年行业内卷，很多工厂拼低价、重产能、轻品质。近两年发展思路明显转变，越来越多企业深耕品质，推动半成品向成品升级，朝着品牌化、高附加值方向突围。”

不想只做跨境电商 更想做资源整合

在韩求学期间，王航搭建起海外市场与本土工厂的双向桥梁：把收集到的需求趋势及时反馈给家乡合作工厂，助力精准打样、优化生产、严控品质。她精准核算出厂、物流、海外交付全链路成本，促成一笔笔跨境订单。

对于未来，王航规划清晰：博士毕业后深耕产学研融合，希望能进入国内高校任教，搭建校企合作桥梁，推动高校资源与马坡玻璃产业深度融合；依托产业实操场景开辟实习渠道，定向培养跨境贸易、产业运营、国际营销人才；紧跟 AI 浪潮，以学术研究赋能传统玻璃制造，助力本土产业向绿色化、智能化、品牌化、国际化升级。

如今，马坡镇玻璃产业正奋力突围。一批像王航一样的本土青年，带着学识与国际视野，成为故土产业链接海外市场的纽带。他们从家乡出发，又把世界带回家乡。马坡玻璃借着跨境贸易的东风，扬帆出海，驶向更广阔的远方。



王航把家乡的玻璃瓶销往海外，年销售额200 万元左右。 受访者供图

00后海归带着“AI超级员工”闯市场

本报记者 倪帅

11月 11 日上午，徐州市大学生创业园。柳贺天推开办公室的门，第一件事是看一眼“AI 超级员工”软件的后台：一夜之间，公司的“AI 员工”已替几家本地企业写好文案、剪好视频、回复完私信。“它很勤快，24 小时不歇。”这个 00 后小伙子表示。

今年年初，柳贺天从英国格拉斯哥大学亚当斯密学院国际金融系毕业回国。上海一家金融公司的 offer 已经到手，他却选择回徐州。“徐州有很多让我牵挂的地方。”柳贺天说，“我比较恋家，从这个地方走出去的人，终归要回到这里。”

“金融专业讲行业嗅觉，徐州文旅就是我看好的赛道。”这份判断，来自他这几年对家乡的观察，徐州文旅一年一个样，每次休假回来，都能感受到新变化，人气越来越旺，“在国外提起徐州，外国同学第一反应是‘你们那有好吃的，旅游特别火’，那一刻我就想，我得回来干。”

2025 年被称为“Agent 元年”，开源智能体出现后，柳贺天和同学在课上、课后反复讨论。“我判断，AI 将从‘会聊天’走到‘会干活’。”在欧洲考察时，他看见 AI 已进入工厂。

回国后，他把目光投向文旅，成立了徐州钧泽数据科技有限公司。难题随之而来，刚开始，旅行社客户只听过 AI，但应用意识并不强。“碰壁是家常便饭。”柳贺天说。转机出现在今年 6 月到 8 月，全行业铺天盖地宣传 AI，客户开始主动找上门。

“我们得落到行业里，挖掘 AI 应用的更多可能性。”柳贺天把目光锁定在垂直赛道——AI+ 文旅、AI+ 体育、AI+ 工业。他带领团队研发了“AI 超级员工”，并将它定义为一个“7× 24 小时”在岗的数字员工：自动写文案、脚本、生成海报；自动混剪，并根据不同平台用户偏好分发到各大网络平台；实时监控、自动回复私信、生成数据看板。“第二天主管上班，直接就能看到接触了多少客户、发了多少视频。”

徐州云小图国际旅行社有限公司是这套软件的第一个客户。团队用“AI 超级员工”整合多条旅行线路，放大线路特点，再按平台分发——小红书推优美景色，视频号推“物美价廉”，抖音推一日行程 Vlog，后台接入 AI 机器人解答。合作之后，客户的工作效率大幅提升。

这套软件是今年 1 月底开始着手研发，从零起步，6 月推出第一版。柳贺天坦言：“初期大家也茫然，但凭着一个想法，就先干起来。”

研发中，技术是一个卡点，转机来自一次牵线。徐州市大学生创业园和市人社局帮助对接了一家本地高新技术企业，双方在“苏创助跑”创客路演 OPC 业务对接会上当场签约，技术和硬件有了着落，研发效率一下提了一个档次。

如今，依靠“AI 超级员工”，公司已签约 40 多家客户，涵盖旅行社、医院、保险、餐饮等本地企业，其中旅行社有 6 家。“我们在文旅赛道获得‘第一桶金’，后面还想争取进入更多行业做 AI 应用。”柳贺天说。

当前，徐州正以数字技术为核心支撑，深入推进文旅、体育、商业资源跨界融合。柳贺天准备围绕彭城七里等场景做线上文创设计，把数字文化与景区连接起来。

“敢想敢做”，是柳贺天给自己追梦状态的关键词，“学校和专业代表不了一个人的未来，只要肯学肯钻，任何专业都能进 AI 这行。”