



刘世奇：AI 卖“丑鞋” 闯出“新名堂”

本报记者 蔡明宣 丘天



逃离格子间 带着5万元与一只猫南下创业

“再待下去，我就要被图纸‘困死’了。”2021年春天，在北京某设计院工作满一个月的刘世奇，看着电脑屏幕上重复的建筑结构图，突然萌生了辞职的念头。彼时，他刚从内蒙古工业大学土木工程专业毕业，靠着老师的推荐信拿到这份“铁饭碗”，在同学眼里是“稳稳的幸福”，但在他心里，“每天朝九晚六画图纸，比高考复习还枯燥”。

北方家庭向来偏爱安稳，父母也希望他能留在当地，找一份“铁饭碗”工作，踏踏实实地过日子。“他们总说稳定好，能少走很多弯路。姥姥姥爷也跟着劝，甚至想帮我找个安稳的出路。”刘世奇笑着回忆，家人的心意他都懂，只是自己心里始终惦记着外面的世界，想试着找些新机会。后来，母亲看出了他的执着，红着眼眶松了口：“男孩子是该多闯闯，这点钱你拿着，当作启动的资金。”说着便从家里的积蓄里，给了他5万作为创业资金。

拿着5万元，刘世奇没敢告诉家人创业方向，只因他在抖音上刷到福州跨交会的广告，心里早已埋下“做跨境电商”的种子。“当时对跨境电商一窍不通，就觉得‘能把货卖到国外’很新鲜。”他背着书包独自南下，第一次坐高铁出远门，第一次在跨交会上见到人山人海的外贸商家，“当时阿里巴巴国际站的客户经理跟我说，拖鞋外贸是块蓝海市场，走信保订单还用不用自己囤货垫钱。我一听就特别心动，毕竟我没多少启动资金，真的输不起。”

跨交会结束后，刘世奇直奔晋江。“这里是鞋都，4000多家鞋厂，供应链肯定靠谱。”他在鞋都附近的民房里租了30平方米公寓，带着从宠物店花90元买的断尾猫“阿顺”，成立了泉州蒂万坦斯贸易有限公司。“当时公司就两个人，我和阿顺。白天对着电脑研究平台，晚上跟阿顺说话，饿了就吃楼下的煎饼果子。”

创业首月，他走了不少弯路。从1688搬图上架，觉得“哪个好看就卖哪个”，结果店铺产品杂乱，还收到侵权投诉。“最惨的时候，阿里国际站的扣分通知铺天盖地，我以为店铺要没了。”刘世奇说，那段时间他每天工作18小时，凌晨还在研究平台规则，“有次跟加拿大客户聊订单，从晚上7点聊到第二天早上9点，英语不好就靠翻译软件，客户最后说‘看你这么拼，订单给你’。”

这笔200双拖鞋的订单，让他赚了1000多元，更让他摸到了B2B外贸“靠复购稳增长”的核心逻辑：复盘初期零散订单时，他发现北美客户不仅下单意愿明显高于其他地区，还会主动反馈“鞋底防滑性”“鞋面材质舒适度”等具体需求，甚至提出后续定制想法，这种“愿意深度沟通”的特质，让客户有更高的长期合作潜力。“以前觉得做外贸就是赚单次差价，接了这笔订单后才明白，B2B生意的价值不在单次利润多少，而在能不能留住客户、促成复购。”

也是从这份订单开始，他决定放弃“撒网式”做全球市场，转而聚焦北美市场——一方面，北美客户的高意愿度和需求反馈，让他看到明确的市场机会；另一方面，在与加拿大客户沟通及研究亚马逊美国站拖鞋类目评论时，他敏锐捕捉到关键审美差异：“美国人喜欢夸张、亮闪闪的设计，像鞋面镶钻、色彩饱和度和高的款式，国内觉得‘丑’，在他们眼里却是‘个性’，能满足日常穿搭的吸睛需求。”这种对美国市场需求的精准判断，成了后来“丑拖鞋”爆款起点。

AI破局 从“397作息”到人均效能超500万元

2023年春节，Chat GPT的爆火让刘世奇嗅到了新机会。“第一次跟GPT对话，我就觉得‘这东西能帮我干活’。”当时他刚组建团队，4名“00后”应届生没经验，选品、运营、谈单全靠他一人扛，“设计一款产品要一个半月，为对接美国客户每天熬夜到凌晨，身体都快熬垮了，那时是‘凌晨3点睡、早上9点起、每周干7天’的397作息”。

他开始尝试把业务拆成细颗粒度的环节，用“传统模式vsAI模式”的效率对比，逐个测试AI的能力：“选品、上架、客服、投流，能让AI干的就交给AI，复杂的判断留给人。”刘世奇说，最初AI的作用很简单，比如生成产品白底图，优化关键词，但慢慢地，他发现AI能做的越来越多。

选品环节的变化最明显。过去靠人工刷TikTok、亚马逊找爆品，一个月最多确定2款产品方向，还容易遗漏用户痛点；现在用AI抓取C端平台的评论、销量数据，通过生意助手提炼“防滑”“按摩”“防脚臭”等核心卖点，再结合潘通流行色，一天就能生成上百款设计图。“我们做‘香水拖鞋’的时候，就是AI从5000条客户差评里发现‘脚臭’是高频痛点，建议把‘防脚臭’升级为‘越穿越香’。结果，这款产品的利润率比普通款高30%，上线3个月复购率达40%。”

上架效率也大幅提升。“以前上架一个产品链接要4小时，写英文详情页、填物流模板特别费时间，还容易出错；现在用阿里国际站的‘商品运营助手’，把图片丢进去，5分钟就能完成所有操作。”刘世奇补充，AI还能根据不同国家调整用词，“给欧洲客户的描述会侧重‘环保材质’，符合当地法规；给美国客户的会强调‘个性设计’，贴合消费偏好。”

最让他惊喜的是AI在客户接待上的表现。“外贸最大的问题是时差，以前客户凌晨发询盘，早上回复时，客户早就找别人了。”现在AI接待员24小时在线，能识别客户采购意向，自动报运费、算时效，甚至引导高意向客户付样品费。“有次深夜，AI接待了一个美国客户，不仅解答了模具定制问题，还促成对方付了100美元样品费。第二天我一看消息，直接开车720公里去广交会见客户，当场拿下2000万元订单。”

AI不仅提升了效率，还改变了团队的工

作方式。“以前业务员跟客户沟通，遇到问题就问我，我根本忙不过来。”刘世奇说，现在AI会根据聊天记录生成回复建议，还能分析客户需求，“新人入职两个月，转化率就能从9%升到21%，跟老员工差不多。”2024年，6人团队实现年销售3000万元，人均产值500万元，“放在以前，这至少需要20人才能做到。”

谈及AI，刘世奇有自己的判断：“AI不是替代人，而是放大每个人的能力。它能做重复的事，但最终的决策还是要靠人。比如AI生成100款设计图，我要凭经验判断哪款能卖；AI分析市场数据，我要决定要不要进军欧洲市场。”他顿了顿，补充道，“很多人觉得AI是万能的，但其实行业经验才是核心。你得先懂生意逻辑，才能让AI帮你干活，不然AI只会加速你的错误。”



扎根晋江 从“异乡人”到“跨境新势力”

“晋江人谈生意，特别实在。”刘世奇说，这是他扎根晋江四年最深的感受。初到晋江时，他带着“丑拖鞋”的设计图找工厂，当地老板不仅帮他优化模具，还主动承担一半开模费，“他说‘你的想法有意思，我赌你能卖爆’。”

这种“抱团发展”的氛围，让他快速融入。晋江供应链的“小单快反”能力，更让他少走了很多弯路。“从设计到打样，最快3天就能出样品，50双的小单定制也能接；之前尝试与外地工厂合作，仅打样就耗时一个月，还不接受小批量订单。”刘世奇举例，去年做“汽车拖鞋”时，跟晋江工厂提“要把毛绒材质和跑车线条结合”，工厂当天就调出3种毛绒面料测试，一周就出了样品，“这种对市场需求的快速响应，在其他地方很难找到。”

随着生意做大，他也开始反哺这片土地。看到同行对AI应用迷茫，他开始尝试开设免费分享课，从选品逻辑到AI工具使用，倾囊相授，“有个70岁的工厂老板来听课，说想帮儿子的企业转型，我特别感动。”他还带动上下游工厂接触AI，“有个合作多年的工厂，以前靠经验开模，现在用AI分析市场需求，模具报废率降了30%。”

如今，刘世奇的办公室从30平方米换到688平方米，团队从1人变成6人，但他依然保持着创业初期的拼劲。“每天还是会刷TikTok看趋势，跟客户聊需求。”他计划2025年冲击5000万元销量，拓展东南亚市场，还想把产品线从拖鞋延伸到毛绒玩具、家居用品，“晋江有好的营商环境，有完善的供应链，AI有高效的方法论，只要坚持‘为买家解决问题’，就能走得更远。”

对想做AI化转型的传统外贸老板，他给出三点建议：“第一，先做好数字化转型，要是工厂80%靠人工，没数据沉淀，AI转型就是空谈；第二，梳理业务SOP，找熟悉业务的主管把流程理清楚，再匹配主流AI工具，不用追求小众工具，每周都有新工具迭代，聚焦核心的就行；第三，老板要带头，我以前每天晚上研究AI到凌晨，员工看我这么拼，自然会跟着学。”

采访结束时，刘世奇指着办公室墙上的地图，上面用红笔标注着美国、欧洲、东南亚的市场分布。“我从内蒙古来晋江，就是想看看外面的世界。现在我想带着‘晋江制造’，去更多地方看看。”他说，“很多人问我创业成功的秘诀，其实就是两个词：敢闯，会借。敢闯是不怕失败，会借是善用工具和资源——AI是工具，晋江是资源，缺一不可。”

记者观察

“90后”创业者的“跨境新思维”

刘世奇的创业实践，是晋江新一代跨境创业者的缩影：不盲从经验，善用AI等新技术，更精准锚定年轻消费者需求。如今，越来越多“90后”“00后”创业者汇聚晋江，正以“AI+跨境”的新思维，为跨境电商注入蓬勃活力。

这股创业热潮的涌动，离不开晋江市市委市政府“晋品出海”战略的引领。该战略为创新破局营造了良好环境，催生出一批像刘世奇这样，借助AI等新技术拓展出海路径的创业者。与此同时，市商务局、行业协会、产业园区多方协同，持续营造浓厚的跨境电商发展氛围，共同培育着优质的产业生态。

在这一生态滋养下，晋江外贸的玩法正发生深刻转变。过去，当地外贸多依赖“大批批发、低价走量”；如今，以刘世奇为代表的创业者，用AI精准捕捉市场需求，转向“小单快反、差异制胜”。“丑拖鞋”的成功，既源于对北美消费者“个性表达”需求的敏锐把握，也得益于对AI工具的灵活运用，更深度整合了晋江成熟的鞋服供应链优势。

优质的产业生态，是创业者成长的沃土。晋江有“4000家鞋厂”筑牢供应链根基，更有跨境电商专项政策、精准引育服务加持，再加上同行间开放共享的氛围，“创新—落地—迭代”的良性循环加速形成。正如刘世奇所言：“在晋江，从选品到跑通‘AI+外贸’模式，各环节都在帮创业者降本提效。”可以预见，随着生态持续优化，更多跨境电商新锐与外贸新业态从业者，将在这片土壤不断涌现。

未来，伴随AI等技术迭代，跨境行业竞争将从“人力比拼”转向“效率较量”。刘世奇的案例印证，中小企业只要善用工具、找准定位，便能在全球化浪潮中突围。而以传统制造业为根基的晋江，正借由年轻创业者的创新实践，加速从“制造”向“智造”跨越，持续释放蓬勃的发展活力。

中国品牌之都 领军品牌榜

发布平台: 15880722026

利郎 LILANZ

简约男装

361°

盼盼食品集团

PANPAN FOODS GROUP

信泰集团

SinceTech

信泰·网布科技领航者

JINJONG 晋江

取胜源于可靠

WIN WITH RELIABILITY

SHUA 舒华

凤竹纺织

FYNEX TEXTILES

虚位以待...

产业周刊

企业最新资讯权威发布平台

15880722026

中国品牌之都

优秀供应商

发布平台: 15880722026

源泰皮业

服务热线: 0595-85685062

茂泰鞋底

MAOTAI SOLES

星达鞋材

TPU热熔胶、高低温膜

服务热线: 0595-85127511

佶龙机械

JILONG

本佳针车

WWW.BEYOUNGSJEW.COM

东骏鞋材

DONGJUN SHOES MATERIAL

电话: 0595-27193333 85090555

爱丽卡

ALLIKA

专业演绎精彩

韩国品质 晋江制造

热熔丝、TPU丝、TPEE丝、尼龙单丝

地址: 晋江国际鞋纺城B区一号街11-12

电话: 0595-85872288