金华晚报

JINHUA EVENINGNEWS

本报热线 **82374100**

国内统一连续出版物号
CN 33-0092

2025年3月
星期五

14

农历乙巳年二月十五
第10381期 今日8版

金华市传媒集团主办

“这就是中国商人的灵魂”

义乌老板娘创业之歌 唱火海外华人圈

“儿时的义乌声声拔浪鼓，吸引着孩童唱着歌跳舞。星河万里梦深藏血脉中，野蛮着勤奋着逆境中不服输。那年我十三，学会了摆摊，岁月在沉淀，星河在流转。春秋三十载，踏遍五洲四海，纵有凄风冷雨，依旧初心不换……”这首演唱并不专业的歌曲，细听词中故事是否已深深打动了你？

你可能没想到，这首名为《那年我十三》的原创歌曲，是以义乌老板娘真实创业故事为创作灵感，并由这位逆袭人生的义乌老板娘本人演唱的。

这首唱出义乌老板娘创业故事的歌曲，故事原型是从送货小妹到品牌女王的85后何犁红，每句歌词都是何犁红真实人生的注脚，也是她对自己青涩创业岁月的回望。去年底，《那年我十三》在义乌小商品城 Chinagoods 年度盛典“数贸地球人 义乌天团 Show”上首发。

3月11日，这首歌被翻译成英文，由美籍华人网红歌手 Tina 翻唱，在海外华人圈掀起热潮。Tina说：“我父母也是做生意的，听到《那年我十三》这首歌，就想起了那段艰难的创业岁月，很有共鸣。”特别是歌词中“I kept the fire burning and dreams take flight. (纵有凄风冷雨，依然初心不换)”的坚韧与豪情，让无数海外网友直呼：“这就是中国商人的灵魂！”

歌中的真实逆袭人生

1987年出生的何犁红是义乌博众文化用品有限公司总经理，凯瑞、米凯伦品牌主理人。歌曲MV中的一幕幕，正是上世纪90年代末何犁红创业初始的还原。回看她的奋斗史，你不得不感慨这是一段饱含汗水与辛酸，但又蕴藏希望的励志人生：

13岁那年，成长在佛堂的“义乌囡”何犁红因贫辍学。作为家中大姐，她小小年纪就来到篁园市场打工，当过包装工、蹬过送货三轮车、在市场里做过看店小妹。17岁时，何犁红带着妈妈东拼西凑两个月借到1.5万元本金，租下义乌国际商贸城最偏的一个摊位，跟着温州商人学供货，第一年就赚到了70万元。20岁时，她转型办厂，空窗8个月后拿下首笔20万元的外贸订单。两年后，她创立自主品牌凯瑞，将中国设计的礼品袋卖向全球100多个国家和地区。这之后，她转身开拓国内市场，打造文创品牌米凯伦，3个月就成功打开销路。

何犁红说，这首歌是她的朋友为她创作的。“当天，我们一起工作到很晚，在义乌街头吃夜宵，说起我的经历，他们两个大男人都感动了。”

她告诉记者，在MV中，有很多镜头还原了自己当年的经历。故事开头，小女孩站在市场盯着一个义乌“三分饼”馋到挪不开步；十来岁的小女孩跟在外地老板身后“求进货”；小学还没毕业的

她为了学打字，翻坏了4本字典；干了一天活满身都是泥巴的女孩，在叠了很多层报纸的小轿车座位上忐忑不安……

何犁红透露，《那年我十三》这首歌写好后，朋友邀请她演唱并出镜，一开始她有些犹豫。“因为早年做生意伤了嗓子，我的声音非常沙哑，在他们的鼓励下，我愿意尝试一下。”

她说，创作这首歌的初衷让自己踏出了出镜唱歌的“第一次”。一方面，她想让更多人看到义乌老板娘真实的奋斗故事，告诉大家这是一群“一步一个脚印闯出来的女人”；另一方面，她也希望自己的亲身经历能激励那些想要创业的年轻人，“当年那么苦我都成功了，只要努力，一切皆有可能”。

“MV拍出来的那晚，我和家里人一起反反复复看了10多遍，大家都泪流满面。”何犁红说，自己每看一遍就回忆一次过往，眼泪怎么也止不住。“这是幸福的眼泪，是对13岁的自己的佩服和感谢。”

不止何犁红，很多义乌老板娘都是哭着听完这首歌的。“因为这不仅是我的故事，也是很多义乌老板娘共同的故事。”

从“单打独斗”到“品牌出海”

何犁红的创业史，是一部“不服输”的奋斗史。她用20多年时间，从底层逆袭为坐拥2万平方米厂房、1000多平方米展厅、4间义乌国际商贸城店铺的“富一代”，更让凯瑞成为全球采购商心中的品质代名词。

作为义乌最早一批注册品牌的商户，何犁红深谙品牌的重要性。她说：“品牌不是LOGO，是文化和信任的沉淀。”她带领团队走遍数十国调研民俗文化，重金投入原创设计，将中国风元素融入包装袋。如今，凯瑞每年推出3000多款新品，用“中国创意”征服世界。

歌词中的“踏遍五洲四海”，源于现实中她足迹遍布全球60多个国家的写实；MV中穿梭于义乌市场与全球展会的画面，则是义乌老板娘将“诚信经营”“敢闯敢拼”的义乌精神凝练成了文化符号……这也让很多听过歌、看过MV的外商感叹：“原来中国制造的背后，是这样一群有血有肉的企业家！”

如今，何犁红已成长为义乌市品牌发展促进

协会会长。作为引领行业趋势的先锋人物，她不局限于“单打独斗”，而是携手178家头部企业，打响一场义乌“品牌出海”的团战。

记者了解到，今年1月，Yiwu Selection品牌出海集合店首店开业，8天后签约非洲肯尼亚店，随后连续签约3—7号全球品牌授权店；3月11日，8号店落地南非，178个义乌品牌集体亮相全球市场。

“我们的目标是帮助商户升级营销模式，从传统B2B采购批发模式向更加高效、灵活的品牌代理模式转型。”何犁红说，义乌是一个汇聚全球客商的地方，在这里不仅拥有全球最大的小商品供应链，更是商品从生产到品牌转型最好的孵化地。“今天的义乌不仅是‘世界超市’，更是中国品牌出海的灯塔。”

从13岁的摆摊少女到全球品牌推手，何犁红的故事仍在继续。义乌市场的繁荣，是7.5万个商铺背后，像“何犁红”一样的老板娘用汗水与智慧浇筑的贸易征程。

为何义乌能突围全球供应链竞争？答案或许就藏在《那年我十三》的旋律中：是13岁少女在摊位前的倔强，是义乌商人“白天当老板，晚上睡地板”的拼搏，是几十年如一日“以诚待人、敢为人先”的信仰，更是勇于抱团合作换来的品牌出海的“义乌速度”。

正如《那年我十三》中所唱：“我描绘花火的模样加速希望，我记录满天的星光照亮信仰，我跨过无际的海洋举目皆晴朗，回首过往伴着义乌肆意闯荡……”

本报记者 汪蕾

中国移动 China Mobile 移动爱家

移动爱家 让家更有AI

郭晶晶 移动爱家大使

立即扫码预约