

# 搭上算法快车 扳手也能飞起来

## 郦逸舟:00后 厂二代 的AI实践

2001年出生的郦逸舟,身上有很多标签:00后、研究生、理工男、厂二代。23岁,他就着手帮家里的扳手厂开起了网店。工厂在永康,他却在千里之外的吉林读研究生。两个合伙人,一个在江西、一个在内蒙古,一年见不了一面。就是这支分布在天南海北的三人学生团队,用三年时间把一家几乎荒废的网店,从月销5万元做到了年营业额超400万元。他们的秘密武器是什么?答案是4个永远在线、从不摸鱼的AI工具,即可AI选品、AI智能营销、AI客户管理、AI经营分析。这是一个关于年轻人如何用新技术让传统行业焕发新机的故事。

### 从“半死不活”到“触网新生”

#### 一个门外汉的破冰之旅

我爸爸办厂生产扳手等工具已经有30多年,主要为电动工具、园林工具、健身器材、农业机械等领域做配套工具,20多年前还在五金城二期开了间店面。产品不仅供应给多家上市公司,还远销日本的一家摩托车公司。但随着时代变化,我们一直坚持做的传统线下批发,销路逐渐受到市场挤压。

2023年,我大四毕业,读研究生前的那个暑假,我爸把一个1688店铺交到我手里。打开店铺一看,心凉了半截。这么多年一直做线下,线上的店铺基本处于半死不活的状态,一个月也就卖个

5万元左右。我一个学理工的,对电商完全是门外汉,于是我拉了两个同学一起干。

刚开始最头疼的,是怎么把货卖出去。我把工厂最核心的产品螺丝刀,认认真真上了架,标题写得很标准:高硬度工业级螺丝刀。结果挂上去好几天,浏览量寥寥无几。

我挺纳闷的,就在AI选品工具搜,想看看问题出在哪儿。AI选品工具搜出来的结果让我愣住了:同一个工具,在国内不同地方叫法天差地别。我这才反应过来,我从小到大叫螺丝刀,北方人叫它改锥,厂里的老师傅们,更喜

欢叫起子。我如果在标题里只写螺丝刀,等于把叫改锥和起子的客户全挡在门外了。

AI选品工具还给我提了个建议,在标题里加上2.0十字,它说,很多专业买家,比如工厂采购、维修师傅,他们搜索的时候习惯直接带规格参数。

我将信将疑地把标题改成了螺丝刀改锥起子2.0十字。改完之后,这款商品的搜索曝光量直接涨了120%,点击转化率提升了52%。我第一次意识到,过去做生意,靠的是经验、是直觉。但现在,数据告诉我,自以为的信息,不一定是客户想要看到的。



郦逸舟参加1688好生意大会年度演讲

### 从“瞎烧钱”到“精准狙击”

#### 一个学生团队的实战进化

产品被看见了,第二个问题来了:怎么让更多对的人看见?我一开始的做法,现在想想挺傻的,就是瞎烧钱。乱投广告,推广费占到营业额的10%。听起来还行?但扳手这行毛利极低,这么算下来基本是赔本赚吆喝。很多我爸妈的同行朋友都来提醒我,广告费花得太亏了。

我也急,但不知道怎么调整。那时候,我开始琢磨能不能用软件帮我分析一下投放策略。我把后台数据导出来,让AI智能营销工具帮着看。它给了一个我完全没想到的方案:别去抢那些

大家都在抢的热门词,试试关键词组合投放。我抱着试试看的心态,设了50元钱的单日推广预算。说实话,当时没抱太大希望,50元能干嘛?结果第二天一看后台,这50元,带来了2800元的销售额。

流量有了,新的麻烦跟着就来了:咨询的人太多了。一天涌进来五六十个客户,问规格的、问库存的、问价格的。我们仨,都是学生,都有课要上,根本做不到24小时在线。很多客户进来问一句在吗,没人回,转头就隐身了。

那段时间,我们开始研究一些自动化软件,试着建工作流程图。折腾了一阵子,还真依托AI客户管理工具实现了智能自动回复的想法。客户的首次响应时间,压缩到几秒钟。什么时候问,它都在。凌晨两点有人问16号的开口扳手有货吗,它秒回:有的,库存充足,这是链接。大部分常规问题,它都能第一时间处理,且不用人工回复。

我们仨一下子解放了,慢慢形成了分工:AI软件负责服务海量的小客户,我们负责专心跟进那些核心大客户。



郦逸舟研究AI软件

### 从一把一把卖到智能工厂梦

#### 一个接班人的新蓝图

但扳手一把一把地卖,生意永远做不大。真正的转折点,来自一个能盯着后台交易记录和聊天记录的程序。

那段时间,我在家里把自己关了整整三天,一心想要搭建一个能自动筛选客户的程序。我不停地尝试,一个办法行不通就换下一个,分析出来的结果不准确就继续修改。那3天里,我研究了几十款不同的AI软件工具,写了不知道多少程序代码。直到最后,那个程序终于能按照我的想法跑了。它能盯着后台的交易记录和聊天记录,帮我们从一堆订单里找出那些有持续复购潜力的客户。

这事用肉眼根本看不出来,每个月上千个客户,上百页订单记录,

谁才是那个潜力股?AI经营分析工具会分析每个客户的聊天记录、购买频次、客单价、咨询内容,然后给我推送一份高潜力客户名单。比如它能分析出某位顾客最近连续下单了某型号扳手,还问过能不能定制、能不能月结,很可能是潜在的大客户,建议重点回访。分析之后我们就根据它给的这份高潜力客户名单,一个一个去联系跟进。

靠着这个软件筛人、人工跟进的模式,我们陆续挖出来好几个大客户。其中有一家体育用品公司,现在向我们每个月采购二三十万元的产品。现在我们的生意慢慢形成了一个基本盘:七成销售额来自海量小客户,三成来自几个核心大客户。

这几年做下来,我越来越觉得,我们这一代人接班,最大的优势不是比父辈更懂工厂,而是更懂怎么用新技术解决老问题。父辈们用手艺和汗水打造了家庭作坊,我们这代人,该用算法和数据把它升级成真正的工厂了。

再过几个月,我就研究生毕业了。我打算回家,先把之前因为学业繁忙,而中断应用的大模型+MCP管理社交平台的模式重新用起来,让AI自动完成内容生成、多平台分发和互动回复,把我们从重复的运营工作中彻底解放出来。再把家里的新厂房好好规划一下,做成一个数智化的智能工厂。让智能软件不光帮我在线上卖扳手,也能让我们生产环节更智能。

记者旁白:

扳手还是那把扳手,工厂还是那个工厂,但因为有了会用新工具的年轻人,一切都在悄然改变。从螺丝刀到改锥再到起子,信息抹平的是地域带来的语言隔阂;从瞎烧钱到50元撬动2800元,数据打破的是经验带来的思维定式。

采访郦逸舟的过程中,有一个细节让我印象深刻:他和两个同学,一年见不了一面,却把一个单价在0.04元至11元的扳手,做成了年营业额超400万元的小事业。这个由3个人和4个AI工具组成的高效团队,令毛利极低的扳手生意,有了极大的可能性。2025年,郦逸舟还因此受邀参加1688好生意大会,与同行们分享经验。这或许就是这代年轻人给传统产业带来的最大变量:他们不再依赖物理空间的聚集和过往经验的路径,而是用数据和算法,重新定义怎么做生意。