

58 户困难、独居老人家庭适老化扶手改造工程全部完成 佘山陈坊社区用心打造适老家居环境

近日，松江区佘山镇陈坊社区居委会开展公益适老化改造项目，为 58 户困难、独居老人家庭安装室内适老化扶手三件套，筑牢老年群体居家安全防线。

精准对接民生所需

养老无小事，安居是底线。今年 4 月起，陈坊社区坚持从群众需求出发，工作人员和志愿者们逐户上门倾听老人诉求，实地查看家中卫生间、过道、楼梯等高危区域居住环境，详细登记每户家庭实际困难，分类建立改造清单、明确改造内容、敲定改造方案。通过“一户一档、按



需施策”的精细化摸排方式，最终精准锁定 58 户重点帮扶家庭，为后续适老化改造工程精准落地、惠民政策精准送达打下坚实基础。

改造过程中，社区、慈善机构、施工方三方协同、全程跟进，坚持安全优先、实用为先、贴合老人生活习

惯的改造原则，上门确认安装点位、优化安装细节、严控施工质量。

独居的张阿姨今年 88 岁，腿脚不便，平日只能小心翼翼扶墙挪动，洗澡、如厕这些日常小事一直是她的生活难点。本次改造中，工作人员为她在卫生间、过道精准加装稳固扶手。装好后，张阿姨紧紧握住志愿者的手连连称赞：“你们专门上门帮我改造，现在我起身、洗澡都有了依靠，心里踏实多了！”

守护银发安居生活

截至目前，58 户老年及困难家庭适老化扶手改造工程已全部圆满

完成。一根根坚固的安全扶手，是守护老人平安晚年的“安全栏杆”，有效解决了老年人起身乏力、步态不稳、如厕不便等日常难题，大幅降低居家跌倒安全隐患，实实在在改善了特殊老年群体的居住环境。

下一步，陈坊社区居委会将持续聚焦“一老一小”重点民生服务，持续深化慈善共建、资源联动的服务模式，精准落地各类适老便民举措，用细微服务暖民心、用精准治理护安居，全力打造有温度、有质感、有保障的老年友好型社区，不断提升辖区老年人的获得感、幸福感、安全感。

佘山镇 供稿

在 AI 应用出海热潮中，“以价格换市场”是不少企业的常用策略。这套策略曾在中国互联网与消费电子领域被证明有效，但在 AI 产品全球增长专家洪益品看来，它并不完全适用于 AI 行业。

“价格优势容易被同行复制甚至反超，难以沉淀为长期壁垒。”作为曾横跨 AI 视觉、AI 音乐、AI 办公等多个赛道的市场营销专家，洪益品有自己的判断。她曾负责 Cutout.Pro(图可丽海外版)的全球推广，推动该产品在北美、欧洲、南亚等多个市场同步扩张。在此过程中，她更注重价值竞争，而非低价竞争。

低价失效： 留住客户，守不住心智

操盘 Cutout.Pro 期间，洪益品对不同市场的付费逻辑有自己的理解。北美与欧洲企业客户对价格并不敏感，更看重服务稳定性、数据合规性与售后响应。“我们不会堆砌多项功能，而是针对企业痛点输出定制化服务方案，主打专业能力。”这一策略让产品在企业端收入有所增

洪益品：低价难成 AI 出海的护城河

长，同时也印证了洪益品的观察：愿意为价值付费的客户，是产品长期营收的支柱；仅靠价格维系的用户关系，难以沉淀为价值认同，进而影响产品持续的迭代投入。

低价策略的另一重代价，是让产品陷入功能堆砌。“功能繁杂会导致品牌定位模糊，难以清晰抢占用户心智。”当产品试图用“什么都能做”来证明性价比时，用户反而记不住它真正擅长什么。

价值深耕： 做深核心功能，才能筑起护城河

洪益品建议 AI 创业公司提炼“杀手级核心功能”，让用户清晰认知产品价值。这一判断来自她对用户行为的长期观察。以 AI 视觉赛道为例，Cutout.Pro 的核心是图像处理，但真正留住用户的是具体场景中的可靠性，而非功能列表的长度。

她将这一逻辑进一步延伸到品

牌层面。作为 AI 音乐生成企业索尼洛(Sonilo Inc.)的首席营销官，她将增长战略从“流量为王”调整为“品牌心智优先”，核心目标是让用户提到 AI 音乐生成时更容易想到自己的产品。考核维度也随之改为品牌用户熟知度、行业竞品跟随度、细分市场占有量。“这三个指标衡量的不是增长有多快，而是增长有多深。”洪益品说。

在洪益品看来，AI 应用全球化的竞争正在发生结构性变化。早期比拼的是谁的技术更强、谁的产品先跑出来；当技术差距逐渐缩小、产品供给趋于同质化，竞争的关键在于谁能在用户心智中占据差异化的位置。低价难以买到这个位置，功能堆砌同样难以实现。

去标签、重落地： 全球市场看重商业化能力

对于正在或准备出海的中国 AI 企业，洪益品建议调整认知：不

要给自己贴上“中国出海”的标签。“AI 打通了全球市场，产品诞生第一天就要面向全球，市场看重商业化落地能力。”

洪益品观察到，一些中国团队在海外市场习惯性地将性价比作为核心卖点，但这种策略在 AI 行业面临一个内在矛盾：AI 产品的核心竞争力是持续的技术迭代和服务能力，而这两者都需要足够的利润空间来支撑。当价格被压到极限，产品迭代的速度难免放缓，最终反而可能失去竞争力。

面向 AI 全球化的下一个阶段，洪益品判断，行业将逐渐告别野蛮生长，迈入技术落地、品牌深耕、生态共建的高质量发展阶段。坚守产品核心价值、敬畏市场规律、持续迭代战略能力，有助于企业穿越行业周期，构筑长期稳定的全球化竞争护城河。

(朱祺)

李琪琳：让跨境交易的关键过程看得见

跨境 B2B 交易中存在两个问题：融资费用如何计算，AI 代理究竟替买家完成了哪些操作。对于面临现金流压力的美国中小企业而言，交易过程不透明、关键决策难以掌控，往往成为使用融资和智能化服务的顾虑。

2024 年 7 月，设计师李琪琳开始参与阿里巴巴国际站(以下简称“Alibaba.com”)面向美国中小企业买家的嵌入式融资项目“Pay Later for Business”。作为项目的创始设计师及用户体验设计师，她与金融科技合作伙伴 Balance 协作，主导了从产品落地页、融资申请、审批、结账到信用管理的完整用户体验设计。

在项目研发过程中，李琪琳亲自访谈了 8 位目标用户，发现买家不仅关注融资条件，也希望了解费用的计算依据。为此，她重新设计结账页面，将融资涉及的中间金额、费用构成及计算过程逐项展

示，让买家在确认前了解金额如何得出，再自主决定是否使用延期付款服务。

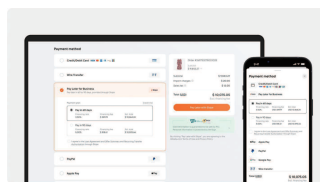
这一实践也促使她提出“Glass-Box Design Methodology”(白盒设计方法)，以“过程可视化、节点可控”为核心，强调在提高系统效率的同时，让用户理解其运行过程，并保留对关键交易决定的控制权。

2025 年 5 月起，李琪琳开始将这套设计原则延伸至人工智能产品，尝试通过展示 AI 的多步骤执行过程，让买家了解系统正在完成哪些任务，以及何时需要介入。同年 6 月 26 日，Alibaba.com 联合 Balance 正式推出 Pay Later for Business(企业先购后付)，为符合条件的美国企业买家提供延期付款选择。产品上线后，受到 Digital Commerce 360、The Fintech Times、Financial IT、IBS Intelligence 及 PYMNTS 等

行业媒体关注。3 个月后，平台又引入第二家金融合作伙伴 Slope，进一步扩大服务覆盖，产品上线版本沿用了李琪琳主导的体验设计。

截至 2026 年 6 月，Pay Later for Business 上线首年累计商品交易总额(GMV)约 4000 万美元，并被纳入 Alibaba.com 高价值买家权益计划。作为项目从零到一阶段的核心设计人员，李琪琳的体验方案为融资服务融入实际采购流程提供了支持。同期，她还独立负责覆盖 18 个国家、12 条支付通道的结账体验设计，相关订单支付成功率提升 8%。

与此同时，她在人工智能领域的设计实践也取得成果。由她主导设计的 Inquiry Agent(询盘智能代理)，将 AI 澄清采购意图、整理需求及生成询盘的步骤过程直观呈现，使买家能够了解系统的执行进展，并在关键节点作



出判断。该项目获得 2026 年德国 iF 设计奖。她参与的 Messenger AI(消息对话智能体)交易沟通界面同样强调任务与协商过程的可视化，相关交互创新已在中国和美国提交多件专利申请。后续 Trade Agent(交易智能代理)也延续了这一设计原则。

跨境贸易从来建立在信任之上。过去，这份信任来自买卖双方一次次的沟通与确认；如今，融资服务和 AI 代理正深度介入交易，信任需要被重新设计。李琪琳给出的答案，是把交易中的“黑箱”变成“玻璃盒”，让技术变得更强大的同时，人依然看得见、做得了主。在 AI 越来越多地替人做事的时代，这样的设计，正在成为商业信任新的基础。

(张伟浩)

社区服务·专题

责任编辑：郭 爽
邮箱：
9773859@qq.com
热线电话：
22897276



近万人次打卡「咫尺山林」首届「和也杯」盆景艺术展在安吉闭幕

10 月 18 日，为期 7 天的首届“和也杯”盆景艺术展在浙江安吉和也大健康产业园落下帷幕。展览共展出 169 盆(组)精品盆景，免费向公众开放，累计吸引近万人次参观。

本次展览由浙江省盆景艺术分会和也盆景技艺交流中心主办，和也健康科技有限公司承办，展区设于和也健康博物馆中央花园。白墙黛瓦、回廊曲径之间，苍松雅盆错落排布，观众在展品间移步换景。展品涵盖观花赏果、古木造型、木石组合等类型：时令盆景再现四时之景，真柏古木模拟山野风雨之姿，苍木抱石搭配瓷塑人物，将故事趣味凝于盆盎之间。部分展品由园艺师历经数代培育而成。

“看了之后心情特别舒畅。像这样的老鸭柿，我们北方很少见，也不好培植，这次看到了很多以前没见过的顶级作品。”一位专程赶来的盆景爱好者表示。

据悉，此次展出的作品全部来自该中心会员。开幕式上，主办方为获奖作品颁奖，浙江省盆景艺术分会名誉会长王爱民宣布获奖名单。

中国盆景艺术家协会会长苏放表示，盆景艺术与大健康产业跨界融合是比较新的行业风向，“安吉县盆景协会是全国第一个县级盆景协会，希望盆景和大健康产业的结合，在今后的几年走向新的深度和高度”。

和也健康科技有限公司副总经理、浙江省盆景艺术分会和也盆景技艺交流中心主任钱爱华介绍，中心成立于 2025 年 11 月，当地盆景爱好者众多，本次展览是中心成立后的首次大型成果展示。“我们打造一个轻松愉快的盆景园，让客户、店长和爱好者们有一个交流展示的平台。”钱爱华说，盆景讲究静心养护、赏景悦心，与和也倡导的康养身心理念相契合，希望以盆景为媒，让更多人感受健康雅致的生活方式。

和也健康博物馆由和也健康科技有限公司建立，设有睡眠文化博物馆、磁科技与健康博物馆等主题展馆，已获评国家 AAA 级旅游景区，全年免费对外开放。

“盆景艺术本身就是对生活的一种爱好，希望更多人来安吉看看这个盆景展，一定会有收获。”现场一位游客说。

