

# 67岁“眼镜小店”缘何生生不息

高质量发展  
一个都不能少  
“我是钟小威”

对话90后：  
风浪中迎挑战

羊城晚报：锦泉眼镜有60多年的历史，从街坊店到现在连锁店，成功的秘诀是什么？一家小店为何可以高质量发展，一直乘风破浪向前走？

何敏怡：能够做成60多年的老字号，有几个关键词：诚信、品牌价值和企业文化。诚信是最重要的根基，而企业文化是根基的“土壤”。

如果企业根基够稳的话，经历过风浪后，都能站稳脚跟。疫情之后，有一个说法是“剩者为王”，能够生存下来的人才是最强的。诚信和企业文化，就是支撑锦泉可以一代一代延续下来，不断去发展的很重要的原因，这已经融在了我们每个锦泉人的血液里。

羊城晚报：作为中小微企业，要长期保持高质量发展并不容易。你接班以来，面对的最大的危机是什么？如何应对？

何敏怡：我是2018年6月回国开始接班。记得2019年还没有过完春节，疫情开始了。因为刚回公司，当时一边要在工作上继续跟同事们磨合，一边要想办法让锦泉可以坚持下来，既要保住企业，也要保住员工的饭碗，凝聚大家的向心力，一起去挺过疫情，这是一个比较大的挑战。幸运的是，眼镜行业是刚需，尽管需求不明显，但顾客看不清东西就需要配眼镜。

羊城晚报：“家门口的眼镜小店”虽小，但是老字号，知名品牌。作为一个90后主理人，你对锦泉未来发展有什么规划？

何敏怡：锦泉从第一代郭炳老师到我父亲第二代，到我现在第三代，很希望能在我手上把锦泉打造成百年老店，创造一个百年品牌。中国人在正在面临的问题是，无论儿童青少年，还是中老年，大家都在面临视力健康问题，希望锦泉能够成为广州健康服务业的代表。至少在广州人心目中，锦泉是一张可以打出去的靓丽的广州名片。



锦泉眼镜博物馆



何敏怡

## C 跟上潮流让“专业服务可视化”

不少中小微企业，还有老字号，都会面临一个危机：怎么样去发展。

何敏怡坦言，不少老字号可能都还是父辈在掌舵。面对时代潮流，传统企业如何去筛选适合自己的方式，怎样更懂年轻人这方面，她反而有一定的优势。

最近这三年多，锦泉从外到内发生了改变，发力让老字号能够与时俱进。

“老字号不是老古董，老字号也很有文化底蕴，但首先得吸引人去了解，才有后续进步。”何敏怡说，以前锦泉可能对外观没有太多想法，但现在必须注重起来，要让消费者从进门，就能感受到锦泉与时代的变化和文化氛围，还要让专业服务可视化。

现在每逢出差旅行，眼镜店、精品买手店、商场甚至医院，都是何敏怡喜欢去的地方。她会观察留意，其他商家如何设计欢迎客人的动线，店铺内有哪些贴心的小设置，能够让客人觉得好方便或暖心，



眼镜店中的智慧“黑科技”

## A 做实业最需一步一个脚印

“没有大起大落，一直保持了成长的韧性和向前趋势。”

“可以很自豪地说，锦泉在60多年来几乎没有一家店倒闭的。目前最长的一家门店已在同一个位置经营了30多年。还有很多家店经营了10-15年。疫情期间，也没有一个员工工资‘打折’。”作为这家中小微企业的90后女掌门人，何敏怡谈及锦泉眼镜67年的“长寿经营”颇为自豪。

锦泉眼镜始创于1956年，广州市越秀区小北路的一间小店，当时还叫作联合眼镜水笔合作社。当时人们对眼镜的需求没如今如此强烈且多元，以小修小补为主，主营修补墨水笔和眼镜。锦泉的第一代的掌门人是郭炳老师傅，他跟他父亲的父亲何锦泉成为师徒，把自己毕生所学传授。20世纪80年代末，何锦泉跟随时代潮流，把联合眼镜水笔合作社更名为锦泉眼镜，一直延续至今。

“广东人比较务实，做实业更需脚踏实地，一步一个脚印。一副副眼镜做出来，一个个客人做好服务，才有口碑积累。”何敏怡说，锦泉眼镜在20世纪80年代只在越秀和天河各有一家门店，直到2000年跟上了时代风潮，才迎来一个契机。

何敏怡回忆，当时锦泉成为了广东本土一热播连续剧赞助商，由此，锦泉在2000年加快发展，形成15家门店的规模。

## B “老广”眼镜店为何能长久

直到2018年，何敏怡伦敦帝国理工学院硕士毕业后就回来接班。在接班的5年里，锦泉眼镜新开了5家新店。从传统的眼镜门店到增加先进的仪器、设备的眼视光中心，让顾客有更多选择适合自己、个性化的眼镜，提供高附加值专业体验服务，其中，2家天河新店在去年底就已有规划选址。

“新的门店像一个从小看到大的孩子，从毛坯到开门迎客，我很有成就感。”她说。广州的眼镜店跟别的地方有

什么不一样？

在何敏怡看来，就像广州人比较低调务实一样，广州本土眼镜店可能外面看上去平平无奇，但是顾客进去后却会有专业、热情的服务。尤其是开在社区的“街坊小店”，店铺不大，但在时间沉淀上却少则五年十年、多则几十年陪伴顾客，可以看着一个从小学到中学到大学，再到毕业结婚生子，是名副其实的“街坊店”。

如果粗略翻看，近几年大众点评上有关锦泉的5000多条点评，靠

前的关键词是“清洗眼镜、调架、交通便利、有街坊人情味”等等。

何敏怡说，锦泉的发展理念最重要的是诚信，“扎根在广州这样一个务实、包容的城市，锦泉跟顾客不单是买卖关系，更像多年老友。”她说，不少客人每天路过买菜或者接小孩子放学，上下班午休，都会愿意进来跟店员聊聊天，清洗眼镜。甚至不少顾客早已从广州老城区搬到天河生活，但看到今年锦泉在天河开店，也会进门特意来聊几句“捧场”。

# 大模型竞争背后 算力“一张网”步伐加快

羊城晚报记者 潘亮 实习生 陈磊

大模型之争如火如荼，让背后的算力大战浮出水面。5月29日，第二届粤港澳大湾区（广东）算力产业大会暨首届中国算力网大会（简称“大会”）在韶关举行，会上透露的打造“鹏城·脑海”国产化AI通用大模型的消息，让外界再度将目光聚焦大模型及其在背后提供支撑的算力布局。



大模型竞争你追我赶，背后的算力能否跟上至关重要。图/视觉中国

## 国产人工智能大模型已达79个

5月29日，第二届粤港澳大湾区（广东）算力产业大会暨首届中国算力网大会在韶关开幕，在这届以“算联全球·数创未来”为主题的大会上，炙手可热的大模型也是热点话题之一。

大会上，中国科学院院士、鹏城实验室主任高文宣布，将依托“鹏城云脑”及“中国算力网”构建的超大规模国产化底座，打造“鹏城·脑海”国产化AI通用大模型，实现算力—数据—算法全链条的自主可控、安全可靠、开源开放。

新选手入场“搅动”资本市场。5月30日收盘，算力概念和人工智能大模型板块涨幅达4.4%和3.59%。

实际上，人工智能大模型已选手众多。5月28日，中国科学技术信息研究所发布的《中国人工智能大模型地图研究报告》显示，自2020年进入大模型快速发展期以来，中国已发布盘古、悟道、文心一言、通义千问等十亿级参数规模以上大模型79个，从全球分布来看，美中两国大幅领先，超过全球总数的80%。

激烈竞争助推赛道细分。百度和阿里两大互联网巨头此前均表示，旗下的“文心一言”和“通义千问”未来将整合到所有业务。华为推出的盘古大模型则专注于药物分子、气象、电力、金融等行业应用。人工智能科技企业云上科技则表示，旗下“从容大模型”具备上

下文学习能力，在金融、游戏等交互场景会实现更好的交互性。

## “算”“数”资源整合

大模型竞争你追我赶，背后的算力能否跟上至关重要。

业内人士表示，目前大模型还存在数据内容久远、不准确等问题，用户从大模型获得的信息需要拿到搜索引擎上验证。华南理工大学工商管理学院教授张振刚表示，人工智能大模型要取得较好的市场发展，不仅需要企业加强基础软件开发和产学研合作，还要进一步加强算力等基础设施建设。

在大模型之争中，算力底座如何打造？算力又如何赋能数字化转型？

记者梳理发现，“中国算力网”计划由鹏城实验室在去年5月公布。一年间，算力网已接入智算中心20个、超算中心4个、“东数西算”数据中心3个，汇聚超过3E Flops协同计算算力。

在本次大会上，由国内多地市联合发起的算力城市联盟正式成立，广东、贵州、四川、新疆等多地算力中心正式接入中国算力网，初步实现了全国大型算力的协同调度与高效计算，为数字经济打造最强算力底座。

全国算力“一张网”趋势得益于国家“东数西算”和“数字中国”战略的全面实施。去年2月17日，“东数西算”工程全面启动。该工程充分整合西部地区充裕资源和东部数据运算需求，通过构建

数据中心、云计算、大数据一体化的新型算力网络体系，将东部算力需求有序引导到西部，优化数据中心建设布局，促进东西部协同联动。

在“东数西算”工程启动一周年之际，《数字中国建设整体布局规划》印发。数字基础设施和数据资源体系，被视为夯实数字中国建设的基础。

《数字中国建设整体布局规划》印发。数字基础设施和数据资源体系，被视为夯实数字中国建设的基础。在国家算力枢纽节点落地粤港澳大湾区、京津冀等8个地区，规划了10个国家数据中心集群。韶关数据中心集群于去年8月开工建设，计划到2025年建成50万架标准机架、500万台服务器规模，投资超500亿元，打造千亿级的电子信息产业和大数据产业集群。

向西北千里外的贵州，算力网络枢纽节点也在建设中。力争到2025年，当地标准机架架数达到80万架，服务器400万台，累计建成5G基站超过18万个，至京津冀、粤港澳、长三角、成渝枢纽以及周边省份直连网络力争单向时延平均在20毫秒以内。

东西部数据基础设施建设如火如荼的背后，是算力网络持续助推数字经济发展的。大会发布的《粤港澳大湾区数据中心高质量发展指南》显示，作为全国主要数据中心集聚区之一，广东对于数据中心各项新技术的研发及应用一直处于全国前列。数据显示，2021年广东数字经济增加值规模达到5.9万亿元，连续5年居全国首位。

为大家阐释了中欧养老业务的探索逻辑与精彩故事，展现了中欧基金一直以来为实现“投资更好的养老生活”背后的努力。（杨广）

## 从2035出发，看中欧基金的养老产品线布局之路

回想起2018年中欧预见养老2035三年持有获批的情形，中欧基金资深养老产品专家刘天天感慨万分。当时的他或许很难想到，五年后的今天，中欧基金已布局9只养老产品（1只已批待

募），致力于提供养老投资诉求的一站式解决方案。5月25日，在中欧基金一年一度的养老投资日“超长假期”养老故事会上，刘天天从独特的产品经理视角，

# 共享海丝新机遇

2023广东21世纪海上丝绸之路国际博览会6月2日开幕

文孙锦曼  
海丝合作架金桥，万商云集寻商机。6月2日-4日，2023广东21世纪海上丝绸之路国际博览会（以下简称“海丝博览会”）在广州广交会展馆A区举办，2023海丝博览会以“开放合作 共享机遇”为主题，继续沿用“一展一会”“综合展+专业展”模式举办。

2023海丝博览会设国际合作交流、国际优质品牌、外贸基地等3个综合展区和丝路电商专业展区，展览面积5万平方米，参展企业超过1000家，超70场合作交流配套活动。主题论坛将于6月1日在广州越秀国际会议中心举办，设1场主题大会、5场平行分论坛和2场配套活动。

自2014年创办以来，海丝博览会一直秉承“和平合作、开放包容、互学互鉴、互利共赢”的丝路精神，积极推动政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通，已逐渐发展成为广东与“一带一路”沿线国家和地区密切合作的重要平台，成为广东省贸易高质量发展“十大工程”中展会提升工程的重要组成部分，有力促进了广东省与“一带一路”沿线国家和地区的人文交流和经贸合作。

数据显示，2022年，广东省与“一带一路”沿线国家和地区进出口总额高达2.25万亿元，同比增长10.3%。与“一带一路”沿线国家和地区紧密的合作关系，是海丝博览会不断发展的基础和支撑。

## 国际化！多个国家首设国家形象展区

借“海丝”商机，打造双向贸易平台。本届海丝博览会不断扩大境外“朋友圈”，推动共建“一带一路”高质量发展。

本届海丝博览会国际合作交流展区面向“一带一路”沿线国家和地区，展现我国与相关国家和地区经济文化特色及国际合作交流成果，推动文明互鉴，促进民心相通。展区内容以各国经贸、旅游文化、国际交流合作平台推介和特色商品展示为主。展出我国和相关国家经济文化及国际合作交流成果，

致力推动文明互鉴，促进民心相通。值得注意的是，沙特阿拉伯、英国、科特迪瓦等3个国家将在本届博览会上首次设立国家形象展区，参展国家和地区达57个，涵盖亚洲（25个）、美洲（10个）、非洲（9个）、欧洲（11个）和大洋洲（2个），RCEP15个成员国悉数参展。展会现场将设立RCEP人文经贸合作展区、中欧班列成果展区、中非友好合作展区、南太平洋友好合作展区、拉美人文经贸展区以及热点消费主题展区。

## 多样化！打造首届“海丝国际消费节”

相关国家和地区的人文交流和经贸合作。展会期间，将首次举办“一带一路”国际青年领袖论坛，搭建“一带一路”沿线国家和地区青年领袖交流与合作的桥梁，届时将有来自法国、英国、葡萄牙等多个国家和地区的青年领袖同台亮相。

除了可以身临其境感受“国际风采”，本届海丝博览会还荟萃进出口优质商品，让观展者一站式“买全球卖全球”。本届海丝博览会荟萃“一带一路”沿线国家和地区的优质进口品牌，包括食品饮料、潮流美妆、家品家电、个人护理等商品将以最好的品质广迎八方来客。同时，本届海丝博览会精选全省外贸基地出口商品，同步组织“网上全球直播”，链接境外各地采购商线上观展、精准对接，助力外贸基地参展企业有效获取海外订单。

个，涵盖食品、美容美发、个人护理、母婴用品、男女服饰、家居日用、保健品等多个领域。法国娇兰、伊丽莎白雅顿、Cetaphil 丝塔芙等知名美妆品牌将为采购商提供特惠价格，此外，法国、意大利、日本、西班牙、葡萄牙等多个国家和地区的优质酒水带来不同味蕾体验，贝纯、康绮墨丽、UPO元本生活等日常用品品牌，以及韩国现代、朗菲等小家电品牌也将以优惠的价格参与此次活动。