



“让更多人了解这个美丽富饶的小镇” 外国小伙结缘毛衫小镇

■记者 吴冰鑫 通讯员 邹晓青 图片由受访者提供

“Hello everyone, this is Xia Feike! 今天我们要探访的服装店,就在我身后——洪合众创毛衫精品市场。”镜头前,巴基斯坦小伙夏飞科举着手机,眼神专注。上一秒,他用流利的中文向店主细致询问主打产品和设计风格;下一秒,转身面对镜头,他又瞬间切换回地道的英语,从面料材质到尺码规格,从交货周期到价格区间,条理清晰、娓娓道来。这种中英双语轻松切换,以及他与店主间自然融洽的互动,已成为小镇里一道独特的风景线。

店主康女士望着眼前这位中文流利的外国小伙,脸上笑意盈盈,热情地向他展示刚出炉的新款开衫。“外国小伙子来给我们拍视频宣传很新奇,我们很欢迎!”康女士感慨道,“也希望通过这样的形式,接触到更多新客户,现在流行‘小单快反’,大家可以一起把生意做活。”夏飞科敏锐地捕捉到这一幕幕真实的对话与产品细节,在他看来,这正是海外观众最渴望看到的一手信息。“我来自巴基斯坦,毕业于东华大学新闻与传播专业硕士项

目。这是我加入‘毛衫派’平台的第三个月,主要负责海外推广工作。”谈及工作岗位,夏飞科熟练地打开手机,向记者展示他精心运营的自媒体矩阵——从TikTok、Instagram、Facebook等国际平台到国内的微信视频号、抖音,均由他负责运营。夏飞科与洪合的缘分,始于2024年的一次国际学生实习交流活动。那时,他第一次走进这个以毛衫产业闻名的小镇,近距离感受到了洪合在跨境电商领域的爆发式发



我们将一起在洪合探索四季红市场
and we together are going to explore FSRM here in Honghe

形式,赋予了视频更高的吸引力。这不仅让更多海外观众认识了洪合毛衫,也为本地商户打开了接触国际客户的新窗口。他的电脑里,有一个记录各种信息的工作文件夹,详细记录着探访过的每一家工厂和门店:单价、颜色、最低起订量、交付周期……所有关键信息一目了然。这些资料既为后续内容创作提供了精准支撑,也让他在对接海外客户时能迅速调取所需数据。

他指着其中一家专注于全品类女装的工厂资料说:“这家有4000多平方米的厂房,产能强、品控严,做出来的毛衣既时尚又性价比高,非常契合欧洲消费者的需求。所以我在视频里重点突出了他们的生产能力。”在夏飞科看来,扎实的记录加上用心的内容策划,不仅能推广产品,更能讲好洪合毛衫产业的故事,让世界听见这座小镇的声音。

谈及未来,他笑着表示:“一方面要继续提升中文能力,做出更精良的国际传播内容;另一方面,我也希望能成为洪合走向世界的一座桥梁,让更多人了解这个美丽富饶的小镇,把这里的毛衫销售到我的家乡,销售到更多海外市场。”



展。那次经历让他意识到,自己的专业背景能在这里找到广阔的施展空间。随后五个月的实习,更坚定了他留在此处闯荡的决心。“大学毕业,我就决定过来,家人也非常支持。”他说。

如今,夏飞科经常和同事穿梭在工厂车间与毛衫门店之间,了解从纱线到成衣的制作流程、加工工艺,以及最新的流行款式,“和工厂老板、经营者面对面交流,不仅加深了我对产品的理解,也让我对本地文化有了更深的感知,这些都成了我视频创作的宝贵素材。”

要制作面向海外市场的推广视频,远不止按下录制键那么简单。从脚本撰写、前期沟通,到实地取景、后期剪辑,每一步都需要精心打磨。为了让内容更易于传播,夏飞科还需要为视频配上中英双语字幕,确保信息准确传达。“虽然我的中文水平和服装行业的专业知识还在提升中,但在工作中边做边学,每一天都特别充实。”他说。

在他看来,自己的“双重身份”——既懂中文又熟悉海外受众视角——加上“外国人探店”的新颖



请用公筷公勺
倡导文明就餐

公筷公勺备一副 无忧无虑享口福

“文明健康 有你有我” 公益广告 设计: 徐泉