

“格格屋”乔斌 创意连锁店圆了创业梦

2009年年底,吴江路上开出了一家名为“格格屋”的租格寄售创意连锁店。全透明的玻璃墙立面,占地面积不大但却有300多个“格格”,这是格格屋创意连锁店在上海开出的第30家店。

2008年4月,乔斌的第一家“格格屋”创意小店在上海诞生。这是一种通过向卖家有偿提供展示格,让卖家在租赁的格子内根据自己的喜好布置并摆放商品,委托销售的新型寄售模式。

这种模式并不新鲜,但是40岁的乔斌在两年间,让“格格屋”在上海遍地开花,至今已经有了31家分店,成为国内规模最大的格子铺。

“低投入、小风险、快回报”的独特理念使得乔斌对自己创办的公司充满了信心,大部分投资的店面通过格子租金和销售提成,只要3-8个月的时间便可以回本。2009年2月开张的天钥桥店,大概投入了70万元,整整一年时间过去了,这家店已经获得了近60万元的利润。

格子租金 + 售价提成

乔斌最早供职于一家银行,主要是做业务,经过自己的努力,终于成为当时该分行旗下一家支行最年轻的一把手。后来,因为一些原因他离开了那家银行。

“主要因为年轻气盛吧,对于官场缺乏经验,所以得罪了上司自己都不知道。后来我到另一家银行工作,但那里节奏很慢,管理也比较松散,这些都不是我喜欢的。我不喜欢过于安定的生活,所以我选择了自己创业。”他这样描述着自己的经历。

离开银行以后,他开了一家典当公司。典当行不时会有一部分绝当的商品,但这些商品很难找到销售的渠道,于是他有了开设珠宝奢侈品寄售店的想法。

为了迅速让品牌扩张和增值,乔斌决定采用连锁特许经营的模式。但由于珠宝寄售店需要的资金投入太大,很少有人来加盟。他萌生了开设普通百货寄售连锁的想法,所以就有了现在的“格格屋”租格寄售创意连锁店,主要面向80后、90后想要自主创业,却又没有太多启动资金的年轻人。每月花几百元租个“格子”,就能当个小老板,让年轻人的创业梦变得不再遥远。

目前,“格格屋”在上海已经

有了31家店面,其中,位于徐家汇、南京西路的繁华商圈内的店面格子出租率已经达到了99%,而周边市郊店面的格子也出租了近70%。

除了格子租金以外,销售商品的佣金提成也是最重要的收入来源。“每售出一样商品,我们收取售价的3%-8%作为佣金。”乔斌透露,“拿‘格格屋’来说,我们赚取的是你租格子的钱和佣金,我们让那些想要开店或有闲置商品想卖或在网上开店想要有实体店的年轻人以最少的资金来实现自己的梦想,我们的口号是把‘店面成本化作格子’。”

设立严格验货机制

乔斌形容“格格屋”是微型的百货商店,各种饰品、文具、生活用品琳琅满目,各具特色的布置,更吸引人的是商品相对低廉的价格。而这些各式各样的寄卖品中又以名牌化妆品为主,如何保证货品的正宗是“格格屋”管理环节上重要的一环。

“出售化妆品的格主在进来时,会交纳化妆品保证金,一旦发现有假冒伪劣商品将会受到严重处罚,一般是商品售价4倍的罚款。每次上货,我们都有专门负责质量管理的人员负责检验,我们已经发现了很多假货了。另外,顾客也可以向我们举报,一旦属实,就会按照商品售价奖励给顾客。假如你发现一瓶香水是假货,售价是500元的话,我们会直接奖励给你500元的。”乔斌严肃地说。

目前,“格格屋”的会员大多还是以个人为主,也有了一些品牌商家直接进驻。很多格主售卖的产品都一样,但是销量却大不一样。

乔斌说:“每个类别的商品都可以做得比较有特色,不能完全说哪种商品好卖,哪种不好卖,销量和商品的陈列包装都有很大关系,比如说U盘,卖的人很多。但是有的‘格主’很聪明,她把U盘陈列得很漂亮,增加一些外包装,皮套,或者可以像首饰一样挂起来。这样她就可以卖得很好,善于动脑筋的格主的生意一定会很好。同样举个例子,卖香水,有的格主把小样平铺来卖,有的在香水外面加个包装和丝带,还摆放了试香片。那经过包装的肯定会好卖一些。任何一种商品都可以卖得很好,关键是看‘格主’有没有花心思去经营。” (陶力)

陈海雷 海归创业从医学博士到 IT 精英

从医学博士到 IT 精英

陈海雷,美国德州大学西南医学院博士,矽鼎科技 CEO。陈海雷是90年代初赴美攻读博士的留学人员之一,不过与他现在从事的IT高科技领域有些“风马牛不相及”。但他自己却说“这是很自然的事情”,虽然从本科到博士都是读生物医学,但是到美国后他发现应用计算机领域是那么普及且热门,最终引发了他在计算机领域的兴趣。他说,在美国,读文史的也有可能转到理工科,交叉学科的学习非常方便。

2008年,他和好友吴微回国共同创办了现在的公司,主要从事MID终端设备的研发,这是一种介于智能手机和上网本之间的新鲜设备,目前在国内还很稀少。不过,在他眼里,这是一种有可能取代传统智能手机和上网本的新设备——比智能手机处理能力更强,又比上网本更加接近移动性能,而且因为采用了新的CPU芯片,电池的续航能力比前两者都要强许多。



陈海雷(左)与同事在一起。

回国创业的确要放弃很多

在许多人眼里,陈海雷回国创业也放弃了很多东西,比如说拿到博士学位后的生物学的研究,以及回国前在美国顶级软件公司的职位。他告诉记者,在美国学习的这么多年里,学到的最重要的东西不是知识的提高,而是包括讲演能力等综合素质的提高。他原先所在的软件公司里,只有不到1/3的人是原先就一直从事IT领域,而且在职场上学

到的东西也远远比大学里面学到的东西要多。

他现在所从事的MID设备的研发,也是不断地跟同行碰撞,看到3G领域逐渐成熟而最终决定从事创业的结果。2008年,他把创业地点选在了江苏无锡。既不是IT企业云集的北京,也不是商业更发达的上海、广州。他做出这样的选择,一方面是想找一个单纯一点的环境做实实在在的研发,另一方面则是因为无锡所能提供的创业扶持更加

张立亮：“百姓”牙医的坎坷创业路

“那一天,我不得已上路,为不安分的心,为自尊的生存,为自我的证明。路上的辛酸,已融进我的眼睛,心灵的困境,已化作我的坚定……”多年以后,听到刘欢的这首《在路上》,35岁的张立亮不由湿了眼眶。

在路上,几乎是张立亮十几年创业经历的真实写照。出身平民,没有名校背景,没有资金援助,从摆地摊,做推销,到开设自己的齿科诊所,成为深受患者信赖的“百姓”牙医,张立亮历经风雨。作为一个草根创业者,面对创业路上的种种艰难,他只有一个信念:“脚踏实地,坚持才能成功。”

不得已从打工做起

买盐,还是买面条?对于张立亮,这曾经是个问题。

1995年,毕业于唐山卫校口腔医学专业的张立亮被分配到唐山市某企业医院,由于企业不景气,工作不满两年,他就面临下岗的窘境。

为了生存,张立亮摆过地摊、推销过医疗器械,甚至到建筑队当钢筋工、在舞厅做服务生……那是一段居无定所、靠清水煮面填饱肚皮的日子,囊中羞涩的他常常为买盐还是买面条为难。

张立亮尝试创业,但一无资金、二无门路,创业谈何容易。一开始,他靠打工的积累,开了一间小书店,每月有近400元收入,生活刚刚稳定

下来,书店的门面房却被拆除。张立亮没有气馁,又重新选址,开起一家小饭店,但饭店一直赔钱,没坚持多久就关门了。

迷茫中,张立亮带着仅有的80元钱踏上了南下的火车,开始了人生的第一次漂泊。这次没有目标的旅程没有带来任何收获,在返乡途中,身无分文的他不得不与乞丐为伍。日子最艰难的时候,他差一点儿误入歧途。“走这条路不会有好结果!”一直关心着张立亮的一位大哥警告他。直到今天,张立亮都对这位在关键时刻拉了自己一把的大哥心怀感激。

苦钻研靠技术立足

几年的闯荡让张立亮意识到,要创业没有一技之长,很难成功。他开始定下心来,认真钻研口腔诊疗技术。为提高自己的技术水平,张立亮奔赴北京、上海,参加各种专业培训,并师从北京大学口腔医学院口腔美容正畸专家罗卫红博士,经过近3年夜以继日地疯狂学习,他不仅在牙颌畸形的矫正领域颇有建树,并且掌握了国外先进的牙体根管预备和热牙胶三维充填这一世界领先的根管治疗技术。

2001年底,张立亮的齿科诊所在古冶开业了。开业伊始,人们对个体牙医的不信任致使诊所门庭冷落。

一天,一位住在诊所附近的老年居民因牙齿疼痛,在多次治疗未果的情况

下,抱着试试看的心里来到张立亮的诊所,通过根管治疗,困扰他多时的病灶被顺利解除了,更令他没想到的是,上午治完牙,下午回访电话就打到了家里,“大爷,感觉怎么样?有什么不舒服吗?”“嘿,治了这么多年牙,没碰到过技术好又这么负责任的大夫!”

金杯、银杯,不如老百姓的口碑。仅仅半年之后,诊所就变得门庭若市。不仅古冶的许多患者赶来就诊,一些外地人也慕名而至。“我的牙是在东北一家大医院镶的,戴了几年始终都不合适,听朋友介绍来这里看看,没想到到这儿后原来不合适的地方全被修好了。”来自东北的王女士从此对这间环境整治、设备先进的齿科诊所信任有加。

为把最好的牙齿诊疗服务提供给患者,张立亮借款购买了产自日本、美国的根管治疗马达,并在唐山市率先引进了热牙胶三维充填系统。“尽管耗材贵、成本高,但可以使患者的根管更封闭,减少痛苦,不留隐患。”从2002年开始,他就在唐山较早地使用了口腔病历管理软件,最近又开始使用正畸头影测量软件,为每位前来就诊的患者建起电子病历,患者只需手持诊疗卡,就可以从电脑中了解到自己的治疗情况。

凭良心做“百姓”牙医

2月25日,原本是张立亮的休息日,他却依然接待了几名患者。看到患者为看牙常常要等待几小时甚至半天

适合自己的团队。

年轻人回国创业不必赶早

从1990年出国,到2008年回国创业,陈海雷在国外呆了接近20年。除了出于对家庭责任的考虑,对于年轻的海归回国创业,他也有自己的看法:早一点回国可以早一点成长,但是没有在国外职场足够的修炼,光凭知识的积累其实是远远不够的,往往会浮于表面,对于自己所擅长的领域没有足够的钻研,职场交往的情商也学不到。他印象最深的事情之一就是,在美国的职场上,IT领域真正重要的不是如何将程序或代码写出来,关键是一个想法出来后如何去组织、领导和沟通。在国外的优秀公司里面学到的这些经验,是自己很难单独体会出来的。不过,他觉得,在国外呆的时间太长了,对国内的交际方式也存在些许的不适应,需要慢慢重新学会与国内商业人士打交道,这是东西方文化间的差异,但比起登陆的外国人,这正是海归们的优势所在。

(郭炳朋)

时间,张立亮提供了预约诊疗服务,按照患者的需求提前为其安排就诊、复诊时间。

李印清大爷领着7岁的小孙女儿来看牙,“孩子正在换牙,每次去医院都哭闹,来张大夫这里拔过一次牙之后,就喜欢上了他,只肯让张大夫看。”

“把牙交给张大夫看,心里踏实。”家住新光园的张曙静大姐是来复诊的,“他会和你交底,什么牙病、怎么治疗、这种治法效果怎么样,给你讲的特别详细、透彻,让人看得明明白白。”

在口腔治疗中,张立亮始终从患者的角度出发,采用“因病治宜”的技术手段给病人治疗。

曾有一位30多岁的女士,因为嫌四环素牙影响美观,来诊所要求镶烤瓷牙。张立亮检查后发现,患者虽然是四环素牙,但牙质不错,一旦做烤瓷会给牙体带来一定损害,因此建议患者如果不是特别需要,就不要做。尽管放弃了不菲的利润,但张立亮觉得心里很踏实。

“我凭良心和尊严行使我的职责,首先考虑的是我病人的健康。”这是张立亮“齿科誓言”中的一句话,他是这么说的,也是这么做的。和蔼的态度、高尚的医德、周到的服务,让一些患者亲切地称张立亮为“咱老百姓自己的牙医”。

张立亮说,自己的创业路才刚刚起步,但走过的坎坎坷坷让他坚信,创业路虽然艰辛,但有付出就会有回报。

(胡杨)

查哈尔,“80后”的财富新榜样

在两次成功卖出公司之后,查哈尔瞬间成为美国最耀眼的一颗创业明星,就连股神巴菲特也对这位潜力无穷的印度小伙子赞誉有加。

2009年,查哈尔获得了来自亚当斯街投资公司和三一风险投资1.25亿美元的投资。这笔资金的到位最终使查哈尔再次创办GWallet公司成为现实。

2009年一整年,印度帅哥古尔巴斯克·查哈尔(Gurbaksh Chahal)都在为筹备他的第三家新公司GWallet而忙碌。2月GWallet网站开始测试,查哈尔和他的工作团队每天都要在网站上添加数以千计的新产品。4月,查哈尔开始设计暑期实习计划,希望以吸引更多的年轻人利用暑假到GWallet工作。11月,查哈尔改变了设计GWallet的初衷,GWallet的主营业务方向从而向虚拟货币的空间平台转变。

2009年12月1日,是值得纪念的一天。

查哈尔获得了来自亚当斯街投资

公司和三一风险投资1.25亿美元的投资。这笔资金的到位最终使创办GWallet公司成为现实。拿到资金后,查哈尔高兴地说:“正如许多人知道的,我最初创造GWallet是想为电子优惠券提供平台,现在的情形改变了我们的方向,虽然电子优惠券有极大的发展空间而且很有意思,但缺乏挑战性。我们的关注点已转向关注虚拟货币的空间平台。GWallet将在2010年全面进军虚拟货币的空间。长时间以来,我一直在关注、了解这个市场,这里还是一片蓝海,以我的预期,2010年虚拟货币这个行业将会进入牛市。”

查哈尔坦言,新公司的规模将大于他创办的前两家公司。刚到手的资金足够支持他的计划:在世界各地成立办事处;推出新产品设计;收购有发展潜力的公司。

查哈尔称,他很欣赏乔布斯说过的一句话:“保持饥饿,保持愚蠢。”他对此很有共鸣:“对我来说,这意味着要永远记住你从哪里来。更重要

的是,永远不要忘记你想去的地方。GWallet会是一个全新的开始,也将会是另一段令人难以置信的旅程?”

当大多数年轻人在为生活、为实现自我价值而努力奔波;被房贷、车贷压得透不过气;为梦想与现实的距离而茫然、苦恼时,查哈尔已先后成功卖出了自己创办的两家公司,获利3.4亿美金(约合人民币22亿元),成为世界上最年轻的亿万富豪之一。

16岁时,查哈尔的父亲迷上了股票市场,这也引起了查哈尔对股票市场的兴趣。他每天都密切关注着股市的各种新闻,一些新兴的互联网公司的消息尤其让查哈尔感兴趣。尽管当时查哈尔对于其中的许多事情还不是很明白,但他隐约感觉到这些创业者正在掀起一波即将改变世界的浪潮。查哈尔也渴望投身于其中,一显身手。在关注股票市场的同时,他效仿一些成功案例在自己的卧室中创立了自己有生以来的第一家公司——互联网广告公司Click Agents。

17岁时,查哈尔自主退学。之

后,他开始经营Click Agents。通过电话拜访,查哈尔说服了旧金山左岸(Left Field)广告公司的一个重要客户——搜信(Infoseek)公司,于是,查哈尔得到了30万美金的订单。

搜信是一家类似谷歌的搜索引擎,当时该公司正设法增加网站的流量。查哈尔自信地对搜信CEO说:“如果你给我一个30万美金的订单,我可以按照1个点击1美元的价格替你增加流量。”

也许是查哈尔的坦率给对方留下了深刻的印象,仅隔了一天,查哈尔就顺利拿到30万美金的支票。在之后短短6个月的时间里,Click Agents的月收入就达到10万美元。两年后,查哈尔将他一个人的公司扩充到34人。2000年,Click Agents被网络广告公司Value Click看中,最终Value Click以4000万美元,将查哈尔的公司收为己有。

4000万美金对查哈尔而言是个惊喜的开始,但仅仅是个开始而已。将Click Agents卖给Value Click后,

查哈尔并没有全身而退,而是进入了Value Click,担任高层管理者。18个月,Value Click成功在纳斯达克上市,于是,19岁的查哈尔也因此成为纳斯达克上市公司中最年轻的高管。查哈尔承认自己是为了追求金钱利益而卖掉公司的,他说:“这无疑是一个正确的选择,它使我收获颇多。假如我不这样做,我不可能获得现在的成功。”

22岁时,查哈尔首次与亚当斯街投资公司和三一风险投资合作。借助他们的资金帮助,查哈尔离开了Value Click,创办了自己的第二间网络广告公司——蓝锂(Blue Lithium)。蓝锂的办公地点设在加利福尼亚州的圣何塞,最初拥有120名员工。蓝锂的优势领域是行为广告,公司主要通过跟踪消费者的网络行为,对网民的访问习惯进行跟踪、分析,为广告客户提供更具针对性的广告宣传。蓝锂让查哈尔的才能再次得到验证,他初次的成功并非偶然。

查哈尔认为,蓝锂的规模之所以

比Click Agents大得多,并不完全是因为蓝锂得到了资金的支持,而是因为他找到了一大批能够和他一起快速成长的人。他说:“聪明人凑在一起,能够做成大事。只要协作好,许多的聪明人一起工作,就能演奏出像贝多芬交响乐一样优美并且有震撼力的华美乐章。”

在查哈尔的领导下,蓝锂连续3年被评为美国100强民营企业之一,在蓝锂成立3年半后,已发展成为拥有1000个网站及1200名员工的网络公司。根据市场研究公司comScore公布的数据显示,蓝锂当时是美国第5大广告网络公司,同时也是英国排名第二的广告网络公司,其每月独立的访问人数达1.45亿人。

蓝锂的市场份额和发展潜质很快被雅虎看好,2007年10月15日,雅虎宣布以3亿美元的价格收购蓝锂。此举为雅虎挖掘到免费邮件服务和旅游资讯等庞大的广告资源,提升了雅虎在行为定向广告领域的实力。

(新 城)