

迈一步,闯出一片新天地

□ 陈立华 王 丽

义乌,充满了梦想,以及正在努力把梦想变成现实的人们。

一个人,一个家,——这是记者在义乌采访“创业创新”主题时遇到的采访对象。

这个人,曾是个身上不名几文的毛头小子,却靠着对机会的天生嗅觉和对创业的极度渴望,已经悄悄在为全国数百户外用品销售的同行采购货物。

这个家,早已拥有一个产值数千万元的工厂,却依然在再创业的长征中努力,刚刚从大学毕业的儿子更在用着崭新的思维,为他们酿的有近千年历史的“老酒”勾勒一个新未来。

毕业一年,他回母校设立创业奖学金

这事真是头一回遇到!

义乌一所高职院校的老师们接待了一个刚刚走出校门的毕业生,话题的内容居然是这个才离开的学生马上就要为母校设立一个鼓励学生创业的奖学金。

“今年奖学金已经发过了,数目不多,十个人,每人一千块。”想想这十个学生都能为各自的创业增加“燃料”,他们的师兄郭奇非笑眯眯的。其实就在不到四年前,这个小伙子自己也还在为创业的事情发愁。

郭奇非念书的学校距离小商品市场不远,当时他比报到的日子提前了两天到。刚来的他很快就被周围的气氛感染,“好像人人都在谈赚钱,找机会,忙事情,以及带着梦想。”

它们是构成义乌的最基本的原子、分子。和十年前、二十年前一样,创业的义乌人依然勤奋,努力;和十年前、二十年前不一样,他们更懂得利用网络,借鉴知识,参考经验,寻找更宏大遥远,却同样能带来成功的机会。

于是,郭奇非也琢磨着自己也能做点什么。他到市场里逛了逛,突然想到一个点子:同学们都来报到了,也许会漏带牙刷牙膏之类的生活必需品……

“透支”了自己的生活费,郭奇非从市场里批了点牙刷和牙膏,开始在宿舍楼里做起生意。生意结束得很快,最后一结算,赚了。数目不多,只有100块钱,却让郭奇非很是高兴,“这是我自己挖到的第一桶金,钱太少,甚

至只能算是第一桶煤,但我感觉自己到了义乌,融入了义乌,在这里我能发展,甚至还能创业。”

后面的日子里,郭奇非一边念书,一边“捣鼓”自己的小买卖。他卖过自行车,赚了上千块;他去一些广告公司里包下入户投递广告的活,组织同学一起干;有些商家组织活动需要迎宾小姐,他就在学校里拉起一千人马出发,自己当起了“经济人”……

郭奇非喜欢带着帐篷地垫去野外露营。玩着玩着,他看到了其中的机会:学校里都是年轻人,同学们一起集体到野外野炊,游玩,露营……这样的“二日游”不少班级都想组织,可装备呢?总不能买来用一次就扔掉吧。

“来,我们出租装备,还负责全程的组织,每个人只收30块到50块。”郭奇非他们,就做起了这个生意。很快,这生意就“火”了,学校里当时几千学生,大多数班级都找过郭奇非他们“帮忙”。

同时,在2004年初,郭奇非很快就盯上了刚刚出现的“淘宝网”,他的生意开始做到校外,作到义乌之外、浙江之外。

接着,还在学校里念书的郭奇非想办法注册了公司,又开始在“阿里巴巴”上做起更大的“公司之间”的生意,后来,他开始拿下不少著名品牌的独家销售权,再后来,他开始做贴牌生产的事情……现在,他自创牌子的产品也已经开始上市。

“一切还只是开始。”这个“新”义乌人笑着说,“从买牙刷开始到现在,还只是开始。关键是我在走。所以我才

要去学校设一个鼓励创业的奖学金,告诉大家,不断努力,定有机会。”
千年“老酒”,他们一家要酿出“新味道”

这是一个再创业的故事,开头是从一句话开始的。

“与其不断想办法去达到黄酒的酿造标准,不如我们把红曲酒单列出来成为一个种类,自己来制定一个行业标准。”

听了陈铭的这句话,陈豪锋突然觉得,眼前的这个儿子“很有点新想法”。

陈豪锋和妻子的创业史和许许多多义乌办厂的人一样,写满了无比的勤奋和努力,以及对机会的敏感和把握。老陈现在执掌着一个年产数千万的酒厂,位于义乌城南的丹溪。

可虽然做了这么多年老酒,老陈却从来都把自己归在做黄酒的行业里,儿子陈铭的一句话却给老爸打开了脑子里的另外一扇门。

“绍兴的黄酒是用麦曲发酵的,我们用的则是红曲,同算黄酒,毕竟还有差别,儿子说跳出来自己做,倒真是个好办法。”陈豪锋现在还这样和记者说,“我也听说过一句话,叫做‘一流企业做标准,二流企业做管理,三流企业做产品’,当时觉得能把我们的企业管理抓上去,产品立起来已经很好了,谁又会有定个新行业标准的‘野心’,想不到只有23岁的儿子却想到了,这两代人,真有点不一样。”现在全国做红曲酒的大概有超过800家企业,想出这个点子的,也许陈铭是第一个。

这之后,公司开始积极和省里的

技术监督部门联系,商量着手制定一个专门针对红曲酒的行业标准,目前,这件事正在全力进展中。

想出这个点子,是陈铭的灵光一闪,但绝不会是他唯一的一闪。而想出这样的点子,和他上了大学,还听了不少培训课程不无关系。

“我听过一门叫做‘盈利模式’的课程,一节课加上其后复训的收费就是15800,挺贵的吧,可我觉得值。”陈铭这么和记者说,他也是这么和老爸老妈说的。当时,他在上课的时候就发现也有很多义乌老板也在听,就鼓励父母也去上上这个课。

老陈已经四十七八了,曾经还觉得一把年纪进课堂似乎有点不好意思,“我的同学里,还有56岁的呢,赚钱不分年纪,听课同样不分的。”陈铭就是这样说服了父母。

现在,他们这个企业里,投入在培训上的费用已经超过百万,换来的是集体的观念的提升和眼界的开阔。

这不,他们原本只是做酒的,现在,已经联合有关科研单位,专门研究提取出了红曲菌种,分了不同的类别,有的在酒上,有的可以制造成保健品,有的还能做醋。

他们也在和当地有关部门商量,义乌也是有历史的地方,“朱丹溪”也是个资源啊,建一个“丹溪文化公园”可行吗?

他们还在琢磨……

“要把这个事业做得更大,对于我父母来说,是再创业,对于我来说,则是创业,可无论如何,还是一个意思:发展。在义乌,只有不断发展才有更多的机会和成功。”陈铭的这句话,让人印象深刻。

童重林:学习是一辈子的事

“接触每个新领域,我都把自己当刚毕业的大学生”,湖北财林科技实业投资集团有限公司、武汉卓悦假日酒店投资管理有限公司董事长童重林说。

童重林,中南财经政法大学政法85级的学生,曾任学校演讲团团长。他曾发起第一届武汉高校“129诗赛”。这种敢想敢做的性格,一直伴随他的创业路。

一个县城的建材局任职。因为在校期间英语、日语基础都不错,他被派驻到当地一家经营矿山石材的国企,负责开展中外合资项目。当时,他因为文艺才能突出,还兼任当地电视台下属第一家卡拉OK厅的主持人。

3个月赚回成本开了快餐店

1991年,童重林告别县城,回武汉后,他在母校首义校区附近,一口气租了两层楼的门面,做起了石材生意。因为积累了这个行当的人脉等资源,开业时摆设的石材样品,没掏一分钱,全是曾经的客户送的。

矿山、石场等上下游如何运作,他一清二楚,不到3个月就收回成本,并还清当初找人借的3万元店面装修费,每年可赚近30万元。

童重林有不少“第一”,继石材生意后,1991年,他开创了东湖开发区第一家出租车公司——武汉拓视公司,他利用在校学的知识,从市场调研开始,投入68台车,在这个新兴区域驰骋。那一年,国务院批准东湖新技术开发区为国家级高新技术产业开发区,他盯准了这个机遇。

1992年,他又在中南路上开起了第一家快餐店。当时,即使麦当劳、肯德基这样的洋快餐也是刚涉足中国。不到30岁的他,已成为2000万资产的法人代表。

“学习是终身的事”

为考察出租车运营,他走上街头做调研;为了解房地产,他拿着各种证件跑审批;为建私立学校,他请来华中工学院现为华中科技大学的老校长朱九思。涉足旅游地产,又准备发展高档连锁酒店。他说,每次进入不同领域,都将自己定位为刚毕业的大学生,因为“大学只提供方法论,学习却是终身的事”。“我看的书,远远超过一个硕士和一个博士加起来的书籍总量。”他说。

重庆越野摩托机动救护队灾区救人

本报讯(记者 明朝勇)近日,重庆应急服务总队旗下的重庆防灾减灾越野摩托机动救护队,搭乘川航3U8821航班星夜兼程赶赴灾区执行抗震救灾任务。

4月14日7时49分,青海省玉树县发生里氏7.1级地震,造成重大人员伤亡。面对重大灾情,曾参与汶川5.12地震大救援的重庆防灾减灾越野摩托机动救护队迅速行动。作为国内越野摩托车的专业生产厂家,重庆鑫源摩托车股份有限公司联合西宁当地的经销商,首批准备了10辆越野摩托车,3辆金杯海星汽车,两台发电机,公司总部派出3名曾参与汶川救援,有丰富救护经验,掌握高超驾驶技术的全国越野冠军赛手带队,联合全国各地的越野摩托志愿者



救灾越野车(X1、越能、X2X)、金杯海星。



鑫源公司副总裁汤献华(5.12越野救护队总指挥)接受重庆电视台采访。

和4名医生、4名护士紧急奔赴灾区。

越野摩托车具有良好的通过能力,辅以驾驶技术高超的赛车手,

往往能够到达常规摩托车和汽车不能到达的地方,在国外已经成为在大灾大难中参与救护的高效工具。

2009年9月,共青团重庆市委和重

庆市应急办联合授予鑫源越野车队“重庆防灾减灾越野摩托机动救护队”,作为重庆市应急体系的主要组成部分。

第一次拜访经销商时的后路准备

□ 潘文富

做生意不是你死我活的打仗,没必要非得破釜沉舟,不达目的誓不罢休。生意最终要的是利润,在双方的合作中,可以直行,也可以迂回,还可以以退为进,必要时也可以放弃。厂家找经销商也是做生意,大家有钱赚才是最终目的,在经销商的开发阶段,作为厂家业务经理,不是以成功开发经销商为目的,而是以找到能确保双方都得利的合作伙伴才是目的。当然了,绝大多数厂家业务经理都希望在经销商开发阶段顺顺利利,最好是首次与经销商见面就直接谈妥合作,签字打款一个小时内全部搞定……但开发工作可没那么多一帆风顺,在第一次会面时往往就能出现卡壳或是冷场的情况,导致无法接着谈下去,即便是下次想找时间再沟通一次,怕也是没机会了。所以,在无法确定首次见面就一定能够确保谈判

效果的情况下,就得为下次的继续接触和沟通留条后路了,当然,这留后路得提前设计,提前准备,以备不时之需。

首先我们要明确这留后路的目的:

- 1、保留下次见面的机会,尤其在遇到一些当时经销商心情不好,有其他人在场,厂家业务经理自己没发挥好,或是厂家有变化等情况。
- 2、保留今后合作的机会。
- 3、保留通过经销商帮着再介绍其他经销商的机会。
- 4、起到该经销商在当地市场不散布负面舆论的作用。

留后路的方法:

- 1、话别说死
- 有些硬梆梆的傻话别说,例如:市场马上就要启动,我们这次就是要确定经销商的,我们本月内一定要启动本地市场的,市场机会不能等,或是在第一次就沟通合作细节等等。这

些话放出来后,也就是把厂家业务经理的后路也给断了。

- 2、留下下次见面的机会
- 笔者曾特别强调,首次拜访经销商可别带厂家的资料去。其中一个目的就是为后面的见面留个机会,第一次见面没带资料,那么,在后期就可以以送资料的名义,再次接触经销商。

- 3、特意留出感谢对方的机会
- 在首次拜访经销商时,自然要听取不少经销商对本地市场的介绍,这些介绍信息对厂家的市场开发工作具备一定的价值,至少经销商老板是这么认为的。这得要顺应经销商老板的想法,在首次见面之后,准备些厂家所在地的本地特产,赠送给经销商,表面理由就是感谢首次拜访时,经销商老板提供了许多有价值的资料,这不又创建了一次见面和接触的机会。并且,经销商在收到厂家的礼品后,出于感谢,要么是恢复合作沟

通,要么会给厂家业务经理在当地介绍个可以合作的同行,最起码,经销商很少会释放对厂家不利的负面舆论。

- 4、别把产品和盘托出
- 首次与经销商谈到产品时,厂家业务经理别一口气把自家所有产品和盘托出。而是先亮出一部分,保留一些新产品或是有特色的产品,在介绍时模糊带过,只说是在研发中的新产品,等正式出品后,再带给经销商看看,下次给经销商送新产品过来,也是次接触机会。
- 5、厂家人员的出场
- 首次拜访的厂家人员中,职务级别不能太高,目的就是给更高级别领导的出现留下机会。当然要当场告知经销商,原定某某经理要来,但有事耽搁了,下次他专程来拜访你云云。万一普通业务人员首谈失利,高级别的业务经理还可以以上次未到场的名义再来约见一次,设法补救。

温州: 海鲜楼遍地开花 火红背后有隐忧

□ 黄小玲

东山海鲜、洞头海鲜、象山海鲜……最近,以海鲜为主打特色的餐饮店如雨后春笋般在温州市区开张。从店名看,不少店家打出地方特色牌,而记者走访多家海鲜餐饮店却发现,“各地海鲜”却也大同小异。从吃客的角度看,分不出清江海鲜和洞头海鲜有什么大区别。业内人士则担忧,海鲜餐饮一窝蜂争着上,许多商家看重的是“短、快”的投资方式,这为海鲜特色餐饮能走多远,打上了个问号。

“各地海鲜”大同小异

仅在市区矮凳桥路附近,就有阿隆海鲜坊欧洲城店、带壳的我都喜欢矮凳桥店、渔船海鲜楼等多家海鲜餐饮店。记者走访其中两家海鲜餐饮店,发现生意都不错。在点菜处,记者发现螃蟹、鲳鱼、子梅鱼、东海小带鱼等传统海鲜各家都有,往常不多见的海蜈蚣、泥蒜等菜,各家也有。带壳的我都喜欢矮凳桥点菜的服务员介绍,海鲜总归是这么几样,但厨师在做法上下了功夫,采取了有特色的搭配。确实,在各家海鲜餐饮店的推动下,连酸菜都成为海鲜“混搭”的好帮手,如酸菜丁螺、酸菜螃蟹等。

海鲜餐饮店没有豪华的装饰,投资成本不高,这种模式马上引起不少商家青睐,有开出分店的,有改走海鲜路线的。从楠溪菜改为海鲜的金川角大酒店董事长金育林说,海鲜符合温州人的口味,楠溪菜曾经风行一时,但不可否认客人现在对走农家线路的菜式有点“审美疲劳”。

市工商局鹿城分局注册显示,2004年鹿城区首家以海鲜为主打的海鲜餐饮店登记注册,此后颇为安静,至2009年7月,总共才4家,而去年下半年以来,以“海鲜”为店名的中式餐饮店注册数量将近以往总数的两倍。市工商局鹿城分局工作人员介绍,注册资料仅从店名上反映这是海鲜餐饮店,事实上,以海鲜为主打特色的餐饮店远不止这么些。

是否可能出现“一阵风”

一边是羡慕着海鲜餐饮店生意的红火,摩拳擦掌准备入市的投资者,一边是已经开出海鲜餐饮店却视为鸡肋的商家。同样以海鲜为主打,有生意红火的,也有过得艰辛的,在市区蒲鞋市,一家海鲜餐饮店的生意冷冷清清。店主陈女士说,客人跟风,哪里人多往哪里挤,越是生意不好,客人就越认为这里的海鲜不新鲜。陈女士觉得守不下去了,准备转行开快餐店。事实上,已经悄然易名或者易主的海鲜餐饮店不在少数,桃花岛海鲜楼已闭门谢客,雁荡西路的永强海鲜、温迪路的炎亭海鲜现已改为其他店家。

吃什么,有一股强烈的流行风,这在温州餐饮界已是不争的事实。纵观近几年餐饮流行线,大类的有桶滚菜、湘菜,小类的有如今在街头难觅踪迹的武大郎、台湾饭团等。鹿城区餐饮业协会会长、百盈餐饮管理有限公司董事长宣杰说,海鲜餐饮店投资少、回报快这种餐饮模式有其市场优势,目前还有增加的趋势。但不能不看到其中存在的问题,如个别海鲜餐饮店的卫生状况不尽如人意,价格不实惠,烧法雷同。宣杰认为,商家不能只看到“短、快”投资方式,还要考虑到持续性。同时,行业协会也在考虑如何引导和规范,促使店家建立美誉度来提高顾客的忠诚度,避免出现“一阵风”现象。