

一个在国企工作的女大学生，辞职后选择了一条完全陌生的行业——家政。然而，就是在这个陌生行业中，她一年内获得了近 20 万的财富。

多种尝试，选择保洁

李文清 1995 年毕业于重庆工学院统计专业。大学毕业后，李文清在重庆一家国有铸造企业做统计工作。生性不甘平庸的她到后来越来越难以忍受国有企业呆板的管理制度和勾心斗角的人际关系，一年多后，李文清离开了这家铸造厂。

辞职后，她选择了去厦门打工。在厦门的几年，她做过本行——统计工作，在新华社福建分社做过广告方面的工作等。后来由于有了身孕，1999 年 2 月，李文清和丈夫一起回到了重庆。

2003 年，李文清的一个朋友找到她，问她是否愿意合伙做家政。李文清上网去查了一下资料，得知这个行业的前景不错。而且丈夫当时已经做了 6 年多的石材生意，对石材养护方面还是有一定的经验。这种优势正好可以被自己的保洁公司利用。于是，开家政公司的主意就这么定了。

白手起家，边学边做

2003 年 8 月的一天晚上，丈夫回家对李文清说，他的一个石材生意上的客户有一个石材晶面工程的业务，何不接过来自己做。夫妻俩合计后，觉得有赚头。于是李文清马上注册自己的公司，招聘员工。不到一周时间，公司成功注册了。半个月后，李文清的公司成功赚到了 1 万多元钱。

这次经历让李文清经营保洁公司的信心大增，更重要的是，他们从此有了自己的石材晶面处理的专业技术人员。这以后，李文清还在重庆商报等报纸上做了一些小广告，还印发了一些宣传单四处散发，这些都渐渐为她带来了一些客户，公司平均每月有了四、五千元的利润，经营开了个好头。

保洁行业有一定的季节性，一般春节前一两个月是旺季，春节过后，业务就会慢慢淡下来。2004 年春节过后，趁着业务不是很忙，李文清腾出了更多的时间来思考公司的发展问题。因为就这样照着原有的思路做下去，每个月也就几千块钱的收入，很难有什么大的发展，她一直在考虑怎么突破这个瓶颈。

扩大业务，积累财富

李文清把目光投向了全国。她在网上看到了大连一家公司的城市牛皮癣(野广告)清洁剂的招商广告。她当时觉得这个产品和自己的业务有一定的联系，而且城市牛皮癣一直都是每一个城市的市政部门最头疼的一大难题。同时，根据国家出台的文件，市政环卫工作社会化已成事实，牛皮癣清洁剂市场非常大，她很好看这个产品。

2004 年 3 月 2 日夜，李文清出现在了万里雪飘的北国城市大连。花了 3 万多元钱，李文清拿下了这家公司的牛皮癣清洁剂产品的重庆总代理。

然而，新的问题也出来了——牛皮癣清洁剂是一种新产品，大家对它几乎不认识，开拓市场难度之大就可想而知了。另一方面，李文清自己没有和政府部门打交道的经验，跑了 2 个月下来，她不是被别人毫不客气地拒绝，就是被人用不屑的冷眼支开，四处碰壁，产品却没卖出一瓶。

李文清对每天跑业务过程中遇到的问题和困难都做了详实的记录。根据自己掌握的信息来看，牛皮癣清洁剂产品还是被广泛认可的，只是它是一种新产品，人们对它的认识还不够，市场启动很缓慢。看准了，就坚持下去！就是凭着这种韧性和吃苦耐劳的精神，李文清在遭受了无数次的冷落，终于迎来了她的产品销售的春天——她的牛皮癣清洁剂最终获得了重庆市九龙坡区环卫局的认同，也与之签订了合作协议。

而今，李文清的牛皮癣清洁剂产品已经占据了重庆 2/3 的市场份额。开业之初不到 1 万元的投入，让李文清在一年内为自己积累了近 20 万元的财富。

(摘自《阿里巴巴》)

木纤维作为一种健康环保的高科技原料，其产品凭借着优异的性能，曾经一度在市场上引起抢购的热潮与白热化的竞争。乱战中，能够成功突围的，只有高质量的产品与企业。当炒作的风波退去，木纤维产品已经成为家纺市场上的一个重要品类。然而作为国内首家木纤维家纺企业的创办者，胡建却一直低调地隐藏在整个行业的火爆与风波背后，很少有人知道，7 年前，正是他白手起家，一手开创了中国的木纤维家纺市场。

邂逅“纤维皇后”

2004 年冬天，胡建一位海归朋友送给他一块小巧精致的方巾作为礼物。他告诉胡建，这种毛巾以从木材中经高科技加工提取出的天然木纤维为原料，具有良好的透气性及去污能力，在国外市场上刚刚兴起，是时尚环保人士热衷的潮流产品。

那块毛巾被胡建出差时随手放在了包里。他很快发现，以前脸上出油，试过很多洗面奶效果都不理想，但用这块毛巾洗脸，即使不用洁面产品，仍然感到舒适清爽。胡建敏锐地觉察到，如果能将这种木纤维毛巾引入中国市场，将会是一个不错的商机。2004 年底，胡建凑足 50 万元资金，在长沙成立了澳亚家纺有限公司，以破釜沉舟的气势全心投入到木纤维毛巾的研发项目，意外地成为了开创中国木纤维市场的第一人。

通向全国的窗口

对于一种新产品，怎样让消费者认识、接受，是打开市场的关键。市场开创阶段，胡建选择性价比最高的厨房巾作为打开市场的突破口，在沃尔玛门口做起促销。他给厨巾定了每条 4 元钱的促销价，摆上两张桌子，当场做实验。熙熙攘攘的人流中，胡建拿一块湿毛巾往皮鞋、地上来回地擦，

接着又将食用油、酱油等油类污渍倒满了整块毛巾，当毛巾已经变得脏乱不堪时，他把毛巾放在清水里，来回摆动几下，轻轻一搓，毛巾竟然变得干净如新！围观的人全都震惊了，一股抢购的热潮出现，1000 条毛巾很快便销售一空。

得到了市场的认可，胡建加紧了产品开发，推出了厨巾、方巾、美容巾、脸巾、澡巾、浴巾等一系列木纤维产品。同时，他开起一家木纤维毛巾专卖店。木纤维毛巾的神奇功效，让小店每天从早到晚人头攒动。

胡建的用意并不仅在此。这个小店，在他的计划中，便是木纤维毛巾走向全国的一个窗口。因此他特意把店址选在市中心的繁华地带。

开店后的半个月，胡建收到了一个电话，一位来自深圳的创业者，在长沙出差时购买了一条木纤维毛巾，使用后对这一新产品产生了兴趣，便通过标签上的电话找到澳亚家纺公司。

用 3000 元钱带回了 1000 条

木纤维毛巾，一个星期后，旗开得胜的刘枫马上签下了深圳市总代理协议，成为澳亚家纺的第一个代理商。此后，要求批发代理的电话开始源源不断地打来，贵州、北京、浙江、四川……胡建一步步地实现着自己走向全国的市场规划。

突围战

2007 年，澳亚家纺凭借着木纤维毛巾横扫市场。看到了木纤维毛巾的商机，竹纤维毛巾、植物纤维毛巾等同类产品纷纷出现，市场竞争越来越激烈。

较之于这些来自同类产品的竞争，更严重的问题是，一些企业为了抢市场，用普通的毛巾冒充木纤维毛巾，这大大影响了木纤维毛巾的产品形象。那段时间，公司的经营大受影响，代理商数量也有所萎缩。

胡建痛定思痛，决定不再疲于应对这种恶性的跟风与炒作。他相信，木纤维作为一种高科技的环保

产品，不是一时热炒之下的“时尚生意”，而是一个朝阳产业。于是，在其他商家大打价格战疯狂抢利润之时，胡建却退至喧嚣之后。他将产品送至有关部门进行相关认证，澳亚木纤维毛巾一举拿下了国家知识产权局颁发的“中国专利新技术新产品博览会金奖”，获得了国际标准产品认证书，并通过了国家纺织产品质量监督检验中心等权威部门的功能检测。

另一方面，他开始完善澳亚家纺的产品线，针对木纤维本身具有的抗菌抑菌、吸湿除臭、冬暖夏凉的功效，开发出木纤维袜子、木纤维内衣等系列产品。

2008 年，当热炒之风渐渐平息，一些纯粹靠概念炒作的企业在市场的大浪淘沙中销声匿迹，而澳亚家纺却凭借着过硬的技术优势和不断推出的新产品继续领跑市场。之前离开的代理商回来了，销量和利润率不断上升，经历了一场毛巾乱战，澳亚家纺用最低调的方式，成功突围。

(摘自《城乡致富》李楠 / 文)

网店老板售卖“北欧表情”  
每日成交上千单

走进杭州月亮路 11 号大院，跨过灰扑扑的门面一直往里走，能看到一个通透的玻璃盒子入口，探头进去，一个 1000 平方米的大卖场豁然现身。好像大超市一样，这里分门别类地齐集了来自世界各地的特色产品，连那些常在电视和时尚杂志上看到的，国内市场上几乎买不到的漂亮家居小品，也在这里出现了。

从高级翻译到网店老板

知道魏光华这个名字的人不多，但说起淘宝网上的“北欧表情家居”，爱逛淘宝店的人就会恍然大悟，“哦，知道，我还买过他的东西呢！”

从 2003 年在网上售出第一只源自北欧的金属座钟开始，到如今各式家居用品在线上线下同时销售，老魏的店越做越大。经营的商品 2000 多种，每日成交近千单，是淘宝网上最有影响力的卖家之一。

1994 年，老魏大学毕业考上政府公务员，主要负责接待日本的民间公益组织，偶尔，也会跟着领导出国。对家居品有着浓厚兴趣的他发现，整个日本家居市场基本被几个大品牌垄断了，它们有全国各地的配送网点，渠道相当发达。同时，这些品牌还有自己的家居杂志，以公开发行宣传资料的方式来倡导当地的家居潮流。

如果自己也经营一家特色家居店，会不会比在机关这种日复一日的固定工作有趣很多？做了 6 年的高级翻译后，老魏辞职了。

对未来一片迷茫的老魏来到上海，报了个 MBA 班，学习那些

市场营销、管理学方面的课程。在一次课堂上，老师讲了个案例，关于电子商务的未来发展。老魏心底那根创业的弦被触动了。

老魏把想法告诉一个朋友，两人一拍即合，索性一起开个网店！

找出对手的死穴

在简单的市场调查后，老魏发现北欧风情的产品颇为流行，它们简约而不失精致，倡导的正是对生活品质的追求。“我们的家庭生活也应该如此啊！”老魏顿时找到了自己的定位。

“在网络上经营家居用品的大卖家很多，我必须在自己进入这个市场前找到他们的死穴。”老魏记得上 MBA 时老师说过，在把对手分析透彻之前绝不要轻易出手。于是，他从对手商家的信用度里分析了哪些东西最好卖，然后通过外贸公司进了第一批以钟表为主的北欧风格家居品，将店正式命名为“北欧表情家居”。

老魏注册了公司，以更规范化、品牌化的方式运作。个性的产品、优质的服务和售后、贴心的细节让他赢得了口碑。“北欧表情家居”渐渐成为很多人家装的首选品牌。

倡导家居潮流



(摘自《中华手工》文丽君 / 文)

90 后小女孩一年掘金 30 万

多姿多彩的磁性剪纸

在杭州师范大学的创业园里，1990 年出生的晋城女孩王子月，热情地向笔者介绍起她的磁性剪纸。“磁性剪纸是个创意产业，任何东西都可以用剪纸表现出来。操作简单，任何人都可以轻松学会。而且成本低廉，便于使用和收藏，可以用作家居装饰、礼品赠送，有很大的市场前景。”

让王子月自豪的是，2009 年 6 月，还在杭州师范大学读一年级的她，在不远的义乌，创办了一家磁性剪纸文化创意公司。在不到一年的时间里，她的公司已经发展了 10 余家

“飞点儿磁性剪纸”加盟店，光此一项的经济收入就 30 余万元。

纯属偶然的专利发明

提起磁性剪纸的发明过程，王子月笑着说：“纯属偶然。”一次帮家人装扮婚车时，王子月感觉这么漂



亮的剪纸用起来却很不方便。于是，她就和父亲商量，能不能找到一个既不破坏剪纸的艺术效果，又能易于收藏使用的好办法。父女二人很快投入到发明中。经过各种反复选择试验，王子月终于找到了一种特殊的磁性材料来代替传统的剪纸材料。

磁性剪纸发明之后，王子月的父亲王龙很快申请了专利。专利的取得让王子月很有成就感，她开始琢磨如何让这一专利产品走向市场。为此，她和父母做了很多前期的摸索。王龙还专门跑到全国小商品集散地义乌寻找商机。

(摘自《中华工商时报》)



中国 80 后  
在俄当上蘑菇王

他们出国留学，却在海外当上了“农民”开始种地，奋斗初期买不起一个面包；经两年打拼，他们竟挤垮圣彼得堡最大平菇供应商，他们究竟是一支怎样的创业团队？

“我们的平菇已经占了圣彼得堡超过 90% 的市场份额，这里大小超市里都有我们的产品。”只有 25 岁的留学生陈超和李浩然说，如今，农场里光平菇一项每月的销售额就有 60 万元人民币。

从办报纸改行到种地

陈超是个山西小伙，2004 年从国内高中毕业后就去了圣彼得堡航空航天大学学习经济管理。跟陈超一样，李浩然也是 2004 年去圣彼得堡国立大学学习经济。

两人都是“80 后”，但他们并没有把自己局限在学业上，“经商”的念头一直在他们心头挥之不去。

2005 年，身为朋友的两人先是办起了圣彼得堡第一份华文报纸，后来，开饭店、足疗店，几个年轻人小打小闹地竟然也攒下了 200 万元。

为什么又改行去做农民？李浩然说，选择“种菜”是因为看中了市场。圣彼得堡靠近俄罗斯北部，寒冷的气候导致其市场上的蔬菜供应非常少，基本靠进口维持。

而圣彼得堡市 600 万的人口和 9000 美元的人均年收入，让这些年轻人看到了“种菜”的巨大利润空间和前景——土地租金低，工人工资尽管是国内的两倍，但蔬菜的价格却是国内的 10 倍。

于是，几个年轻人在俄罗斯找了一家公司，“借壳”租下一块 25 公顷的土地，开始了种地卖菜的生活。

最难时一个面包都买不起

“最难的是 2008 年。”这是陈超说得最多的一句话。陈超说，那时候刚刚开始，一切都是摸索着来。找不到市场，蘑菇没有销路，一车一车地拉出去倒掉，心都跟着被倒掉了。“如果

一天能产 500 公斤，那么 400 公斤得倒掉。”陈超说，最难的时候，几个人兜里的钱加起来就只有 6 个卢布的钢镚儿（约合 1.3 元人民币），连一个面包都买不到。

2008 年的冬天，眼看就要到年关了。“我们对当地的气候不是太了解，种出来的平菇全死了。”陈超说，原本以为可以趁过年蔬菜价高的时候打个翻身仗，谁承想，又被泼了冷水。陈超说，不过就在这样艰难的时候，大家都没想过放弃，“毕竟还年轻嘛。”

足疗店里宣传“保健平菇”

“俄罗斯历来是一个采蜜、种菇的国家，当地人对菌类还是挺喜欢的。”陈超说，为了推销平菇，他们利用任何可能的机会，让俄罗斯人明白平菇是什么，有什么益处。“我们印了传单去市场上发，拉着俄罗斯老太太跟人家讲平菇是什么，怎么吃，吃了有什么好处。”陈超说，就这样一点一滴地积累。

后来，去网站上做宣传，在自己的餐馆加了平菇的菜品，甚至在足疗店里推广平菇的保健作用。

实在卖不动，他们就把蘑菇免费送当地的学校，既处理了滞销蘑菇，也起到了一定的推广作用，就是“连累”附近几个学校的俄罗斯学生吃了很长时间的“中国蘑菇”。

挤垮当地最大平菇供应商

就这样，经过两年的打拼，现在陈超他们拥有了 15 个大棚，每个大棚有 600 口到 700 口的面积。除了种“主产品”平菇外，他们也种小西红柿和白菜等蔬菜。“当地曾经最大的平菇供应商已经被我们挤垮了，我们的产量每天都在扩大，但仍然供不应求。”陈超非常自豪地说。

陈超说，目前公司的利润率能达到 50%—60%，这样的数据似乎还有些保守，但他和他说，那时候刚刚开始，一切都是摸索着来。找不到市场，蘑菇没有销路，一车一车地拉出去倒掉，心都跟着被倒掉了。“如果

(摘自《法制晚报》王燕 李莎 / 文)