

■创业密码I

在淘宝网上,流传着这样一幅照片:一位皮肤黝黑、头戴白纱的新娘,身穿一套纯白色内衣,站在一堵斑驳的红砖墙前。这幅名为“百万新娘”的宣传照的主角——那套纯白色内衣,原本不过是中山一家内衣代工企业的“少当家”张翔为了消化替人代工剩下的布料,而请人重新设计制作,并抱着试试看的心态放到淘宝上去的。让他没有想到的是,“百万新娘”竟真的为他带来了逾百万的点击量,甚至直到最近3个月,这套内衣的销售量仍有9753件之多,成了名副其实的网络“爆款”。

今年31岁的张翔现在是歌瑞尔创始人,但从开始工作的那一刻起,他的事业已经和内衣结缘。从贴牌、设计贴牌做起,转型到兼开网店,他已培育了自有的网络品牌“歌瑞尔”内衣。

大男人与女性内衣打交道

当网络越来越发达,一直是时尚潮流发动机的明星也不甘落后,纷纷投身到网络事业中,利用自己的人气网上开店,或者在微博圈粉丝,忙得不亦乐乎。不过头脑精明的伊能静将两者结合在一起,用自己在微博的人气为自己的淘宝打起广告。也许这又将引起一股网店购物的“追星潮”。

其实在淘宝上开店卖东西的明星真不少,比如才女徐静蕾淘宝上有官方旗舰店卖首饰,韩寒也高调在淘宝开网店出售自己亲笔签名的书,据了解两位的生意都不错。

【记者踩点】 ■伊能静淘宝卖衣价格统一

微博是眼下最热门的网络社交

■创业故事I

她是一个平凡的山东农家女孩,从小患有弱听。从今年3月到6月,仅仅3个月的时间,她的淘宝店快速成长为三钻,她就是网店“小雪出品”的店主赵雪。

返乡创业从头做起

因小时候被错打庆大霉素,弱听让赵雪一直觉得自己跟别人不一样。2009年,赵雪从网上看到很多人通过淘宝开店,她一下被吸引住了。在互联网上交流,可以让她通过屏幕跟外界沟通,而免去了线下对话的尴尬,这不正是她所期待的么?8月的一天,赵雪应聘去杭州一家淘宝网店里工作。经过大半年的时间,在完全掌握网店的流程和技巧之后,2009年底,赵雪决定离开杭州,再次返乡,开一家自己的淘宝店。“在一些二三线城市,很多人知道网络购物但还不怎么会用,这是一个等待被培育的市场,开店的思路肯定没有错。”赵雪自信而乐观,她认为相比线下开店,淘宝涉及的资金少,但面对的消费

网上卖内衣 年赚1500万元

18岁时,张翔从南京师大国际贸易专业毕业,恰逢黛安芬原料采购部招人。看到“全球原料采购化”,张翔投递了简历。第一天去上班,看见德国上司手拿一件文胸走过,张翔感觉很别扭。父母得知儿子进了女性内衣企业,劝他另寻工作,但张翔还是坚持下来,从此事业没有离开过“内衣”。2001年,他带着十几个人到南头租厂房,开始做内衣OEM。

现在,张翔可以很自然地拎着女性内衣介绍,甚至不忌讳说自己的太太也是穿自家厂生产的内衣。

被逼从事网上销售

张翔现在的工厂在阜沙,目前有员工1000多人。2006—2007年,是他们出口净利润最高的时期,达到20%—30%,张翔甚至想着这样一直做下去,再开个咖啡店过悠闲的日子。2007年下半年,张翔感觉不对劲,欧美市场突然萧条起来,原本合作愉快的客户开始用各种无关紧要的理由投诉产品。到了2008年,情况

更加糟糕。为了不浪费工厂剩下一些尾料,张翔让设计师随意设计了20多款女性文胸在淘宝网上销售。

“当时我完全不抱任何希望,在我看来,网上商城就是卖垃圾和假货的地方。”张翔说。用“百万新娘”的创意包装后,这一批产品在网上推出,没想到不到一个月,不少货物卖断了码数。但张翔还是没有重视网络这一渠道,直到2009年春节后,之前每天四五万元的销售额突然激增到10万元,“这时我才意识到,我应该认真对待网商这个事”。

网上一年内销3000万元

去年底到今年上半年,张翔企业的欧美订单明显回暖,但他看到,这些订单主要是翻做旧单,“如果经济真的复苏,那应该是下一些新品的订单。”欧元的贬值、员工工资上涨,令他当前的接单几乎无利润。而用两年时间开拓网上销售后,他可以更淡定应对金融危机带来的影响。“现在,我是以网上内销的利润来养外销的生

产线,用外销的设计来带动内销流行趋势。”

去年,歌瑞尔全年销售额已达到3000万元,利润50%。今年3月份,歌瑞尔网上单日的销售额已达38万元。张翔说,他们目前还在开拓二线分销商,已有50多家分销商加入。

【专家观点】

电子商务 可实现出口企业二次创业

肖海坤(阿里巴巴有限公司华南中心高级经理):在金融危机中,众多线下销售受阻的企业,通过了阿里巴巴的电子商务平台,找到了出路,不但让企业生存了下来,甚至推动了企业的二次创业,实现规模的升级。越来越多的企业看到了电子商务的好处,逐渐借助电子商务平台推进企业的发展。

有些企业刚开始做的时候,抱着很大的希望,但是至今未获成功,还

在摸索。不是所有的企业一触网就能获得成功,也不是所有企业不用电子商务就会面临倒闭。但是我们坚信,电子商务是社会进步、企业发展的趋势和必然选择。

(摘自《中山商报》)

编后:据北京正望咨询有限公司调查结果显示,2009年我国1.3亿消费者共计在网上购买了2670亿元的商品,同比增长了90.7%和62.5%。2009年,网上购物金额相当于全国社会商品零售总额的2.1%,而2008年此数字为1.3%。

另据最新的淘宝网就业指数显示,截至2010年4月30日,有106万人在淘宝网开店实现就业,年龄23—32岁的年轻人占比达57.7%,已成为绝对主力。

由以上两组数据我们可以看出,网上购物和网上就业已成为越来越多当代人的热门选择,这场电子商务的革命引发的新一轮的购物潮和创业潮,必将对我们的生活带来不同凡响的影响和意义。



《早春的雨伞》,他也放弃了传统的发行公司发行唱片,采用了自产自销的方式卖专辑,在淘宝开店卖CD。周杰伦还曾经在网站上拍卖了自己在MV《霍元甲》中使用过的一把扇子,拍卖所得8万余元,都捐给了慈善机构。林志颖则主要在网店中卖赛车用品、太阳镜、比基尼等,据悉每个月的营业额高达40多万。

(摘自《成都商报》徐云霄/文)

明星开网店致富 伊能静淘宝卖二手衣 韩寒卖书

方式,伊能静就利用自己的微博给自己的淘宝网打起了广告。伊能静在自己的微博中吆喝说:“校长二手店开幕了!”记者在这家名为“明星二手衣”的店铺里看到,店里已经上架了不少货品,全部都是女性服饰。为了证实货品确实是伊能静穿过的,不少衣服都配有伊能静穿着该衣服出席活动时的照片。店铺掌柜介绍说:因工作的原因,我与伊能静成了好朋友。每次我到她北京的家中作客,望着几百平米的大房子挂满了衣服。我想,何不开个明星二手衣专卖店,专卖明星二手衣。将明星穿过的衣服低价出售,替爱美的姐妹们省一大笔银子,唯一的缺陷就是每样货品仅此一件。

虽是二手衣,也许有了明星的光

环,每件衣服都定了480元的高价,不过还是受到了粉丝的追捧,日前就有粉丝留言说已经抢购了衣服。伊能静也在微博中对定价做出说明,还承诺会将一部分收益用作慈善事业:“关于价位,是怕不好处理。价格方面大概是原价的一半!目前刚开始尝试,希望能将收入的20%捐给慈善基金会!”

【相关搜索】 ■卖首饰卖书卖CD 明星网店致富

淘宝开店,已经是一些明星的另类赚钱手段了,明星老板们的生意都还不错。比如徐静蕾在淘宝就有自己的官方旗舰店卖饰品,近日老徐还选

择了通过网上的旗舰店首发销售秋冬新款视频,并亲自秀出了4款独家销售的单品。记者看到,老徐的网上旗舰店营业四个月以来,生意很是红火,店铺收藏量也高达24000人。

今年韩寒也高调在淘宝上开了自己的网上书店,出售自己亲笔签名的书。网络页面上,“韩寒的书店”的字样非常醒目,该店生意异常火爆。据了解,书店开业第一天签售量就达到2000余本,由于人气过于火爆,韩寒的小店还被淘宝网的机器排查系统识别为“信用炒作”,被封店。短短几个月,韩寒的网上书店就有近4万笔的交易量,拿到了双皇冠,好评率也高达99.76%。

此外,窦唯前不久推出了新专辑

电子商务打开梦想之门 弱听女孩成功掘金淘宝网

费者更多。简单筹措到一些启动资金后,2010年3月,赵雪正式为自己的店铺设计了“小雪出品”的品牌,旺旺ID名叫做“红豆馍馍”,淘宝店正式开张。好友王丹也被她的创业热情和想法感染,两人一起开始了创业之旅。

淘宝“造梦”平凡女孩

赵雪和王丹反复商量后,两人决定选择服装行业。但是,服装的范围太广泛了,要在淘宝目前的市场状况下,能迅速立足并建立自己信誉度的方法就是借助品牌。

寻找品牌成为赵雪不得不面临的一个难题。许多经销商都不愿意把东西批发给她,因为担心网络销售会给线下店造成影响。终于有一家森马的经销商勉强愿意让赵雪代销产品,但只答应给她3000件过季的囤货,且折扣很高。

赵雪如获至宝:“森马的品牌认知度比较高,这样市场教育成本就大

大降低。”赵雪跟商家谈妥不做进货,只是先把照片展示在网上,如有人购买,就去拿货。靠着这样节省成本的“无仓储销售”,赵雪的“小雪出品”正式开张了。

“那是开店后的第三天,是一个江西买家,拍了一件黄色T恤,成交价格25元。”回忆起当时,赵雪如数家珍,虽然只有25元的,但是意义非凡,自己的积累终于得到了市场的回应,两个小姑娘很兴奋。有了一单、两单、三单……订单渐渐多了起来。20天过去了,小雪出品升了一钻,又过了30天,二钻……到5月20日的时候,店铺已经突破了三钻,这离她们开店3个月不到。面对这样的成绩单,赵雪知道自己已经找到实现梦想的路。

“小雪出品”要做品牌沃尔玛

淘宝上已经有海量商品,森马的品牌销售淘宝店也有很多,如何从这些种类繁多的类目和店铺中突围?赵



雪有了自己的创意:“小雪出品”不只是一家店铺名,而是一个品牌。通过“小雪出品”这个品牌,就像邻家小妹一样,亲切、朴实、热情,让客户感受到满是笑脸的服务态度,而“出品”则让人联想到品质和质量的保证。“在淘宝这个大市场中,要想赢得客户,产品的质量和服务同等重要。”

与其他卖家不同的是,赵雪面对每一个客户不仅热情,还积极帮他们找到合适的搭配。胖人应该怎么穿,矮人应该怎么穿,“小雪出品”都会精

心为客户设计好。“接下来我们将选择更多的服装品牌做代销,新品和旧品做搭配,让消费者有更多选择。”她说。从产品上架、到期下架、检查橱窗位,到加入直通车、导入导出数据包、寻找类目等,赵雪都能应付自如。“淘宝客的推广能帮我们增加单品的购买量,而直通车的推广可以帮助我们‘小雪出品’品牌更多地为人所知。”对于网店经营,她见解颇深。

(摘自《人民网》祝蕾/文)

广东珠三角地区是占全国名副其实原创小商品基地,依托原创产品做生意的创业者不计其数。而赵径文先生却剑走偏锋,没有在设计与生产上动脑筋,而是建立起了销售各类原创产品的网站——哇噻网,以1年半的短时间,迅速取得了成功,日均销售产品接近千件,每月的流动资金达到了几百万元,已被珠三角生产企业公认为内地规模最大的创意类产品网络平台之一。建立线下实体店、通过公益活动提高知名度,是他成功的两大法宝。

70后赚80后钱 实用仍是主打牌

有的放矢:选准目标群体

2009年初,70后的赵径文决心从互联网开始创业,目标就十分明确:争取办成中国内地名利双收的原创产品网站。所谓的“名”,就是知名度,所谓的“利”,就是要看什么产品好卖,前期选货是个关键。赵径文找来专业调查公司,有的放矢地了解顾客心理,尤其是目标客户群——70、80后白领、90后都市年轻人的购物偏好。

调查结果让赵径文了解到:与多数人的想象不同,年青一代都市人购物理念并没有过分“小资”,他们对于原创小商品的需求,首先是落在实用性上。

经过多方比较,赵径文与那些生产创意生活杂货的供货商建立了合作关系,首批进货落实在车模外形的存钱罐、怀旧概念的搪瓷杯与环保概念的日用餐具这些实用型商品上,而基本放弃了那些“华而不实”的玩偶公仔。

由于定位准确,网站试运营的十几个交易日,就接到了一些订单,开局顺利。

宣传手法:到写字楼给白领送盆景

开业后的两个月,如何提高知名度,成了赵径文与他的团队用心研究的大问题。赵径文觉得公益广告这种形式最贴近大众。他与团队多次研究后,以环保普及为目的的绿色公益活动思路很快形成了。

经过一个月的筹备,2009年6月5日世界环境日当天,由哇噻网联合中国绿化基金会举办的大型环保公益活动正式启动,请来了几位年轻明星助阵,拍摄了一系列活动广告,在网络与电视上相继播出,哇噻网的知名度立即提升。

之后,赵径文与自己的团队开展了“减法生活”为主题的派送绿色植物活动,选取了几大城市中白领云集的写字楼,带领团队上门派送盆栽植物,进一步拉近了哇噻网与目标客户群的距离。

拓展:合作开实体店节约投资资金

打开局面后,顾客纷至沓来。赵径文趁热打铁,再次创新了营销模式,决定用开实体体验店的形式拉近网络与顾客的距离。“实体店能卖出去多少东西并不重要,重要的还是让顾客看得见、摸得着,对于质量放心,对于外形满意。”

再三挑选后,他找到了一家以创意家居产品销售为主的超市型企业。该新兴企业也在扩张成长中,彼此联合起来在全国范围内展开选址。

最后,2009年底,第一家创意用品实体店选在了北京市文化氛围浓厚的三里屯开业,熟客很快学会了对照实体店里的商品前来网上采购,赵径文的客户群在北方城市不断扩大。

(摘自《广州日报》井楠/文)

网络的发达也给人们带来了许多商机,这也让很多刚毕业的学生选择了利用网络为自己淘出“第一桶金”,不过开网店同样也面临着很多现实的考验。一些人自主创业做“店主”,也有喜欢在家办公的人群给网络店铺做“店长”。

店主支招 开服装网店就得勤快

刚毕业的小马大学期间注意到做网店生意的好处,加上对服装有兴趣,所以决定尝试着自己运营一个网络店铺,自己做“店长”。

卖服装需要勤快。小马每天5:00起床,到动物园“天乐”“聚龙”等服装批发市场进货,回来后给服装拍照,然后用制图软件给图片做效

果,最后上传到网上,及时处理顾客咨询或者订购留言。

刚开始困难重重,部分商品仅能卖个进货价,甚至有的商品要赔钱卖,最初的几个月里,网店利润仅有几百元。小马开店第一个月只卖出去2件服装,从第三个月开始逐渐盈利。然而3年以后,小马的店铺

每个月营业额达到了5000元左右。

小马说,要做好一个网上商店的“店长”,必须是全才,尤其是服装网店,从款式的选择、商品图片的摆放到回答顾客的问题,都需要有老到的经验。

(摘自《北京商报》姜子谦/文)

