

# “创业,有梦想就能走更远”

## 一位网店店主的创业故事



### 日常工作

清晨7点半刚过,北京天意小商品批发市场,做生意的人们已经开始忙碌,随处可见拉着小推车,提着黑色大塑料袋进货的人,操着各种口音的吆喝声、讨价还价声和市场上欢乐的圣诞音乐交织在一起。

对这样的情景,张永富早已十分熟悉。今年34岁的他在淘宝网上经营着一家网店,生意还不错,如今已经是“三皇冠”,这里是他几乎每天都要来进货的地方。

“这是我经常进货的店家,质量有保证,价钱也都是谈好的。”张永富看着手里的单子,上面列着今天要进的货:“这样的款式紫色和黑色的还有吗?”“每款来两包吧!”他边利落地挑货、装袋、付钱,边笑着说:“做网店最忌讳的就是货压着卖不出去,所以每次我都少进些,经常是有顾客订了,我再进货,这也算是个小窍门吧。”

不一会儿,张永富就转了三四个摊位,把要进的货都进好了。他熟练地点清着货品,

笑着说:“还记得刚开始做网店的时候,根本就不知道该怎么进货,到了批发市场学着别人提着一个黑塑料袋,价格都不敢问。这几年下来,动物园、大红门几个批发市场真是熟门熟路了。”

### 五年成名

2004年,已在家乡省会联通公司工作4年的张永富选择了和女朋友一起来北京考研。“在北京生活压力很大,做了几份兼职也都不理想。后来受一个在E B A Y上做电子商务的朋友触动,我们觉得开网店也许可以赚些钱。”

2005年10月,两个人的网店“娃娃小铺”正式开业了,全部的家当只有一台台式电脑。“对于我们来说,一没资金,二没货源,三没经验,有的只是业余时间 and 创业的激情。”

一开始生意很清淡,两个人骑着自行车去学校发过传单,“但效果并不好,每个月只能挣一两千元钱,这样的情况持续了一年多。”

直到2006年底,张永富的网店偶然参加了淘宝网组织的

一个促销活动,生意才有了起色。后来他又不断调整经营内容,加大推广营销力度,生意渐渐红火起来。

读完M B A后,张永富开始专职经营网店。五年时间,从最初的“一颗星”,到现在的“三皇冠”,当初的“夫妻店”发展到六七个人的团队,生意最好时一个月营业额达到20万元,成了淘宝上小有名气的店铺。

### 诚信经营

现在张永富在自己居住的小区里租了一套房子作为办公室。每天进完货,他还要整理前一天的销售清单,统计库存情况,打包发货,管理客服人员等。

“现在,网店已经比较稳定,有固定的供货商,销售也相对平稳。所以我会花很多时间研究做一些什么营销推广活动,毕竟把货销出去才是正道。”他说。

“做网店,看上去很美,其实非常累。最多时我一个人要同时接待30位顾客,一天要打包几百上千个包裹,每天只睡

几小时。”张永富说,“做淘宝这么多年,我也看过很多曾经辉煌,却又因为各种原因黯然消失的店主,但我们一直坚持下来了。”

在他看来,网络上创业最重要的是诚信经营。他在博客里写道:“我们不求一夜暴富,不求大起大落,我们只求每一步走得踏踏实实。”

### 未来如何转型

2009年3月,张永富在北京买了一套二手房,虽然不大,却终于有了自己的“小窝”。今年初,他又买了一辆车,“现在进货更方便了,空闲时还能带家人去郊外转转。”

现在,张永富思考更多的是网店如何转型。“虽然我们靠淘宝起家的,但未来一定是做自己的企业,我们已经注册了两个商标,希望将来能做自己的产品。”

就在几天前,张永富的女儿出生了。“现在我的干劲更足了。就快新的一年了,希望网店的产品、营销都能进一步提升,希望我的梦想能走更远。”(本报记者 吴晶晶)

### 故事

登录淘宝网,一家CY故事的小店内正出售着许多故事。漂亮的插画、温暖的文字让人感到了文字商品的另一种样貌——文艺、清新、特别。

在这个小店里出售多种标价产品。如“原来香水可以喝”、“捡垃圾的大妈”、“那些年我们租过的房子”等等类似这样的故事标价1元。如“这年头,谁没有过看心理医生的想法,国家二级心理咨询师在线倾听!”这样的心理咨询服务则标价120元。除此之外,小店还提供写手信件、定制明信片、失恋套餐、表白套餐、失业激励套餐等服务。其公告栏中写道:“这是一家贩卖故事的小店,带走别人的故事,留下你的故事。”

那么看完商品信息后,会有人拍下商品么。这如何实现盈利?“当然不可能维持生计啦,开店主要是想让更多人看到不一样的故事,要不然也不会把完整的故事放出来。我理想中的状态是,你看我的故事,喜欢,你就付给我1元钱。”她告诉记者,有关于小店经营的模式仍在摸索。(本报记者 张芳)

### 末日商品

2012世界末日的概念,让“末日商品”在网上也火了一把。淘宝指数昨天统计,淘宝网上的应急用品出现较大增长,最近一个月共卖出7000个救生包、3万块压缩饼干,《2012》电影中的那张价值“10亿欧元”的船票也在淘宝网上大卖,最近一个月卖出了1万张。

“2012诺亚方舟船票”也出现了销售热潮。淘宝上不少卖家纷纷上架叫卖,包括纸质船票、火车票、信封、船卡,消费者可以在票上定制姓名、性别、国籍、舱位类型、舱位号等个性信息。船票上附有“联合国授权书”及防伪标记,还有联合国秘书长潘基文的亲笔签名。对此,淘宝卖家自称船票是根本不存在的。大多数消费者都是因为好玩而送给朋友的,“很多一买就是十几份,作为圣诞礼物很不错。”(本报记者 柳萌)

### 私房菜

在江苏上学的余小姐苦恼于吃不到正宗川菜,日前,她发现网上有专门售卖川味私房菜的店铺,网购了一份红烧肥肠,味道还很正宗。“三天后收到的,真空包装没泄漏,用微波炉一热就可以吃”,余小姐称,自己在外地上学,难得吃到“家乡的味道”,在朋友推荐下网购了淘宝上的川味私房菜,感觉还不错,下次还想试试回锅肉。不过,一份肥肠价格24.8元,再加快递费12元,比下馆子贵。

蒜苗回锅肉、梅菜扣肉、各种干锅……昨日,成都商报记者在淘宝上搜索“私房菜”、“现做”两个关键词,共出来666个结果,菜品琳琅满目,包括四川、湖北、浙江等不同地方菜系,各类菜品罗列,就如同在餐馆里点菜。(本报记者 张漫)



## 网购达人年终总结晒账单

### 网购真的“便宜”吗?

16.8万元!近日,有网友在天涯社区论坛上晒出自己的网上淘宝账,从最初的年花费千余元到今年的近17万元——如此消费让他“泪奔”,也让围观者大跌眼镜。昨日,本报记者调查发现,尽管消费没有这名网友多,但是网上消费额逐年倍增是成都网友的共性。然而,网友们最终却发现:网上淘宝图便宜,结果却是“多的都花出去了”。

#### 骨灰级达人 连盐都要在网上买

网购达人:陈小姐  
网购范围:家具家电、衣物、副食品等几乎所有生活用品  
年终对账:今年网购超过两万元,占工资收入约50%  
“很便宜。”这是陈小姐一直坚持网上购物的理由。四年前,她走遍了成都大小音像店都没买到所要的CD,回到家在淘宝上一搜竟发现有好几个商家都在卖该CD,售价也远远低于她的预期。她从此踏上了网购生活,只有蔬菜、猪肉等鲜活食品不在网上买。食盐等生活必需品价格虽与实体店相差不多,但“购买其他商品时就一同买了,很方便”。现在,她即使逛商场也只是去试穿试用,看网上销售的某品牌衣服上身效果好不好,看手机、电脑是否好用,经常是刚走出实体店就掏出手机在网上下单;或者记下看中的东西的名称和型号,然后就回家上网淘。

#### 高级达人 茶杯买几个 跟着心情换

网购达人:刘先生  
网购范围:服装、家居生活用品、手机电脑  
年终对账:今年网购额达3万元,其中笔记本电脑、液晶电视、音箱和手机等“大件”花去了1.8万余元  
刘先生说,他的钱包、背包、茶杯等都有好几个,都是通过网上团购的,每天根据心情轮换着用。最近,他看到某品牌服装在搞促销,买得越多优惠越多,一口气花去近千元买了五件,冬天的两件,明年春、夏、秋穿的各一件,“比起正价少花了两千多元”。因为经常网购,刘先生与快递都成了“熟人”,熟到快递直接将货送到他办公桌上而不必给他打电话提醒到货。

#### 链接>>>网购达人看看你属于什么级

初级勤俭持家型:年网购5000元以下  
中级不花钱手痒型:年网购5000元到1万元  
高级败家义无反顾型:年网购在1万元到3万元  
骨灰级挥霍不眨眼型:年网购在5万元以上

## 观点:我们为什么爱网购

### 便宜

在北京某媒体供职的陈琪(化名),是一位“网购迷”。点开她在淘宝网的消费清单,2012年已消费52笔,16200多元,其中衣帽服饰占了大多数。

“我为什么爱网购?主要是便宜。你看我现在穿的这件大衣,纯羊毛、基本款,去年冬天买的,只花了750元,这个价格在商场只能买件羊毛衫。”陈琪说。

刚入冬时,陈琪去商场逛了逛,想买一件质量好的大衣。“大衣是大件,多花点就多花点。”她自己好不容易下定决心,可去商场转了一圈,又打了退堂鼓。“去年我看中一件国内品牌的大衣,标价2000多我也没舍得买,没想到今年涨成这样,半个月的工资也就买件大衣!”

盘点两年多的网购经历,陈琪不仅买了裙子、大衣等衣帽服饰,买了茶杯、收纳筐等家居用品,还买过桂林米粉、武汉热干面等地方特产,甚至手机充值卡、演唱会门票等商品也在她的选购之列。“加上在当当网上买过的书,在携程上订购的机票和酒店,用网银交的水电费,网购几乎覆盖了我的生活,我简直是自己‘搬’到了网上。”陈琪开玩笑地说。

陈琪介绍,自己身边网购的人也非常多,同事之间、同学之间经常交流,哪家店铺上新货了、哪家店铺打折了,都是大家讨论的热门话题。

### 方便

张女士退休后迷上网购,最吸引她的是网上商品极大丰富,远超预期。“商场能找到的东西,网上几乎都能找到;商场找不到的个性商品、冷门商品,在网上也能轻松搜到。”

张女士生于湖北,曾在瑞士工作多年。“我在网上买到了自己爱吃的家乡莲藕,瑞士奶酪、法国驱蚊水,真方便。”

“一个商场的商品再多,也是有限的,而网上的商品则是海量。只要输入关键字,就可以轻松搜到。”李江予说。在网络上,从最常见的服装鞋帽、日用百货,到家具建材等大件商品,应有尽有,还有电影票、演唱会门票等文化产品。不仅有实物商品,也有游戏点卡等虚拟商品,不仅有各地的土特产,海外产品也可以轻松买到。

除此外,与网购相联系的“送货上门”,也省去了消费



者堵车、跑路、拎着沉甸甸的东西跑来跑去的烦恼。点点鼠标就可以完成交易,等着送货上门,省时省力。

支付如何安全便捷,曾让许多人犹豫要不要网购。现在,支付宝以及与银行卡绑定的快捷支付,让消费者可以轻

的都有,我们这种地区品牌代理是越来越没有优势了。张娇英告诉记者,她已经开始考虑开一家网店。

张娇英的苦闷,生动说明网购催生出的新商业模式,打破了时间、空间的限制,成为一种消费模式的创新,正在对传统商业模式产生颠覆性影响。

### 延伸阅读

如今,靠网购起家的淘宝、阿里巴巴、当当等购物网站已经站稳脚跟,而且一大批传统商家、企业也纷纷推出自己的网络平台,银泰集团的银泰网、中粮的我买网,以及苏宁、大中等网站的顾客越来越多、影响越来越大。

“网络购物,是典型的消费创新。”李江予说。网络购物直接带动了快递业的快速兴起。网络购物以快递形式发货,巨大的业务量,令我国快递行业快速扩张。

国家邮政局发布的信息显示,近5年业务量年均增长率达27.23%,日均快递处理量从300万件增长到1300万件。目前,我国快递企业超过6800家,快递营业网点达6.4万处,快递从业人员已超过70万。

淘宝网发布的信息显示,淘宝网和天猫商城每天的包裹量逾800万,占整个快递业总包裹量的近六成。“如果将这些包裹堆起来,每个月可以盖一座胡夫金字塔。”淘宝网数据中心人士形象地说。(本报记者 袁莎莎)

### 创新

最近,湖北省仙桃市服装店老板张娇英十分苦闷。她代理一家国内二线品牌多年,一直经营得不错,可今年她发现,不少老顾客试的多、买的少,就连国庆旺季也不例外。

“一开始我也不明白,打听好久才知道是被网购害的。”张娇英发现,网上的“代购”常常能打到六五折,而且哪里发货