

灯塔

阿里研究中心 著

点亮网商路

记录曲折跌宕的网商创业经历、揭秘风驰电掣的成长与创新。

联合力荐

马云

阿里巴巴集团董事局主席兼首席执行官

曾鸣

阿里巴巴集团首席战略官

金建杭

阿里巴巴集团资深副总裁

梁春晓

阿里研究中心主任

2011
全球百佳网商
案例集



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

灯塔 点亮网商路

▲ 阿里研究中心 著

電子工業出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京·BEIJING

内 容 简 介

在电子商务日益成为中国经济转型的强大催化剂和崭新推动力之际,网商群体也渐露峥嵘。从最初的百万级人群,到如今已经超过 7000 万之巨,网商已经发展成为全球最大的商帮。历年的网商大会就是力图通过评选活动,在全球范围内采集当年度最优秀、最具亮点和最具未来特征的网商,梳理出他们的成功故事,为后来的创业者、中小企业乃至整个电子商务提供观察和思考的样本。

本书以第八届网商大会组委会 7 支调研小组的视角,记录了 2011 年全球百佳网商的案例故事,大致勾勒了 2011 年网商发展的最新轮廓。这些故事从不同的角度,反映了网商曲折跌宕的创业经历、令人叹为观止的群体式创新、风驰电掣的成长速度、独特的分享特质,以及积极践行社会责任的全景图。想要了解当今最前沿网商的发展脉络,本书是最佳选择。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

灯塔:点亮网商路 / 阿里研究中心著. —北京:电子工业出版社, 2011.9
ISBN 978-7-121-14491-2

I. ①灯… II. ①阿… III. ①电子商务—商业经营—研究—中国 IV. ①F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 176878 号

策划编辑:张彦红

责任编辑:许 艳

印 刷:北京东光印刷厂

装 订:三河市阜庄路通装订厂

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本:787×980 1/16 印张:22.75 字数:378 千字

印 次:2011 年 9 月第 1 次印刷

印 数:5000 册 定价:49.80 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010) 88258888。

各位同仁。

阿里巴巴集团及下属公司：梁春晓、陈亮、樊春晖、李丽娜、林茜、廖育才、毛遂、田小宣、薛艳、张瑞东、盛振中、宋斐、王步芳、刘娜、蔡贝毅、刘柏林、王鹏、叶萍萍、阳端、林启晨、胡超、汪涛、郭磊、赵妮歌、罗静、宋冰洁、马滢、肖海坤、杨俊、吴昊、谢敏、赵雯、黄海莹、应亦丰、康祥锋、范丹、张召勋、杨张莉、黄颖、周佳、孔翎、明珂、楚心、若兰、采儿、幕蕊、瑶一、宝猷、加答、羽彤、天琳、兰真、李清清、李国涛、钱丽、姚长龙、曾庆国、郭文龙、王翠鹏、吴昱、韦海燕、杨勇、张蓓、吾行、周奇志、郑广、圆音、王娟、赵文娟、杨丽萍、傅丹波、曾娜

中国社会科学院：赵京桥、洪勇、万韞玉、叶秀敏、依绍华、王雪峰

工信部电信研究院：何霞、马源、覃庆玲、辛勇飞、路博、蔡雄山、乔亲旺

杭州师范大学：章剑林、陈长彬、柯丽敏、张树人、郦瞻、沈千里、林慧丽

杭州电子科技大学：孙燕军

北京师范大学：苏淞、王爱萍、刘晓辉

合肥工业大学：姜元春、姬建睿、曹荣涛、蒋玮

中央财经大学：韩文英、涂艳、张巍、何毅、季泽璠、王大梅、李雪峰、闫明星、范铮

青岛理工大学：刘占军、魏兆连

大连交通大学：姜岩、李娜

北京邮电大学：阚凯力、王永刚

北京联合大学：支芬和

厦门大学：李清霞、马春红

西安交通大学：张仙锋、张楠

《天下网商》杂志社：郭宇、潘红英、张培昂、黄本德、张洁、董颖、康倩如、徐志刚

凤凰网科技频道：王飞

（注：排名不分先后）

新兴企业家

阿里巴巴集团高级研究员、副总裁梁春晓

从 2004 年开始，网商评选已经进行到了第八个年头。8 年间，网商创造了一个世界经济的奇迹。网商群体，从百万数量级，到 2010 年已经快速成长突破 7000 万人，成为全球最大的商帮；中国网络零售交易总额在 2010 年则接近 5000 亿元，占社会消费品零售总额的比例超过 3%。

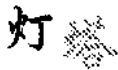
更令人兴奋的是网商群体的佼佼者。从最初每年电子商务营收达到几十万元，就已经是了不起的成就了，到如今，一大批优秀网商已经轻松跨过年营业收入上亿元人民币的门槛，大有“两岸猿声啼不住，轻舟已过万重山”的意气。从经营规模、拉动就业的角度，这些网商都已经成为当地经济非常重要的组成部分。

百佳网商就是这些优秀网商中最杰出的代表。每年的网商评选，我们都努力将这些草根明星从人海中筛选出来，虽然他们展现出来的光芒暂时无法和世界 500 强的领袖们相比，但是从他们身上，我们可以看到网商群体最新的时代特征、最前沿的创新路径、最淳朴的企业家精神。

是的，他们已经开始具备企业家精神。从这些优秀网商身上，我们可以看到很多传统企业家的影子。

例如，在各自细分市场的舞台上，他们都是响当当的领军人物。御泥坊，短短几年时间，已经成长为国内网络化妆品业的领头羊，风头大有压过国际线下品牌之势；江苏贝德莱特太阳能在两年的时间里，就做到了国内太阳能产品出口第一名的位置。要做就做最好，是他们的共同信念。

他们极度渴望学习成长，仿佛雨后的春笋。从蹒跚学步开始，优秀网商经历了从无到有



的创业，跨越了组建团队的艰辛，他们的目光已经不仅仅停留在提升电子商务技能、如何扩大销路的范畴，而是投向了企业战略制定、企业文化塑造的层面。淘宝大学 MBA 班和社会上各类网商培训的日益火爆，就验证了这一点。

然而，他们又和传统企业家有着很多迥然不同的地方。

他们极度崇尚创新，坚信打破旧传统才能赢得新市场。面对海量个性化需求的趋势，尚品宅配、埃沃寰球定制等网商将互联网与柔性化生产相结合，爆发出了惊人的能量；面对社会化媒体的扑面而来，御泥坊、零号男、七格格等网商已经学会了利用微博、会员营销等手段，来拉近自己同消费者之间的距离。

他们非常善于分享，坚信分享让价值更大化。传统企业轻易不肯外露的经验、技术在他们这里成为了公开的宝藏。俞方伟、石洛源、石朝杰、华强……个个都是分享达人，在将自己的成功经验和他人分享的同时，他们也收获了尊重和荣誉，收获了人脉和友情。

他们高度关注社会责任，将社会视作大海，将自己当成一滴水。农村网商孙寒、王大伟，不仅成功实现了网络创业，而且带动了身边的人共同致富；一针一线羌绣旗舰店则为汶川的上千名羌族绣娘铺就了一条走向全国市场的网络康庄大道。“企业社会责任应内生于企业的商业模式才能实现可持续发展”的公益理念在他们身上得到了最佳的诠释。

如果说中国是世界经济复苏的变奏曲，那么网商则是其中最有力的一个音符，现在这个音符的能量正在愈来愈大。

百佳网商，百样精彩。他们不再是懵懂的草根创业者，他们是正在崛起的新兴企业家，是新商业文明的见证者和奠基者。

目 录

创业篇 演绎人生豪情

第1章 模式创新的能量	2
华强：从草根到混批教父	3
人连佳显：懒人的电子商务	10
埃沃：个性化定制与柔性化生产的完美结合	13
搜旅网：粤港澳门票冠军	18
皮套王：纯手工定制，针针线线缝制你的故事	20
亮节电子：小企业也有大创新	22
车品弘智：车饰行业网上屈臣氏	26
可得网：网上卖眼镜的领航者	29
李焯：卖的不仅仅是烧烤	32
心蓝T透：从大C到电商服务商	35
王小娆：自由定制，定制自由	38
第2章 强力崛起的80后	41
刘鹏飞：80后传奇	42
方玉雄：百万罗汉果凉茶的“双塔奇谋”	46

Mr.ing: 用单品制胜玩转休闲男鞋	49
哈他: 做世界第一的瑜伽品牌	53
周立衡: 辍学少年的淘宝梦	56
张守供: 年轻小伙的家具电商传奇	59
王佳荣: 小纸箱大生意, 亮程旗舰店	62
橡菲: 着魔于创造出完美皮衣	65
熊惠霞: 做好自己, 没有不可能	68

第3章 金饭碗盛不下创业梦 71

何荣: 锐利进取, 特色之道	72
李佳松: 创新管理, 6年终见蝶变	76
张坤军: 全力投入获回报	79
混合二次方: 九头鸟的网络神话	81
517 旅行网: 做机票领域的阿里巴巴	84
瑞贝拉: 从代理到自主品牌的蜕变	86
尚军: 借网络, 新科特种纺织东方亮西方也亮	89
胡蓉蓉: 小资家居设计先锋	92

第4章 闯荡中的强人传奇 95

郝焕芬: 57岁的“毛选阿姨”演绎浓浓新疆情	96
杨春霞: 电子商务壮锦	101
梁海优: 我不比别人聪明, 只是比他们勇敢	104
刘建光: 零号男的女掌柜	108
周博士早教: 教你做个好妈妈	112
御泥坊: 让民族文化引领人类时尚	115
曹青: 时尚潮流王国的追梦者	119
芳草集: 为了成就顶级化妆品品牌的梦想	123

第5章 坚强, 走向辉煌 126

梁娜: 简单爱的不简单路径	127
周群丽: 挺拔与坚韧的白桦林	131
崔万志: 身残志坚, 我们在路上	135

于慕琳：不求最大，但求最好	138
平民网商石朝杰，小荧光板做出大事业	141
孟宏伟：网上卖牛羊，残疾兄弟点亮人生	144
杨岸跃：把梦想种在淘宝的人	149
刘家锋：小调料里的大商机	152

第6章 造福大地一方 155

杜千里：帮助他人，快乐自己	156
王强：走出太行山的“红山岭”大枣	159
中闽弘泰：茶山里的网商传奇	161
一针一线羌绣：用电子商务成就公益梦想	165
孙寒：“沙集模式”带头人	169
龚恒利：以佛之心，真诚善念	172

机遇篇 掌握时代风向

第7章 芝麻开门新天地 176

澳门南熏楼工艺社：电子商务助力传统产业	177
小狗电器：小狗加速度	179
威麦卫浴：开放、分享、包容、责任	182
ECK：隐形冠军，做客户的最佳配角	186
亲亲我：从中国制造到中国创造	190
红马传媒大步疾行	194
鑫利达：网上卖大蒜，客户遍全球	197
奥朵：改变，从生活开始	200
上海永成：网商十年 稳扎稳打谋布局	203
茵曼：棉麻艺术家	206
石洛源：水滴“石”穿	210
卡芙琳：淘品牌中的“三好生”	214

第8章 老车轮的新车辙 217

新居网：家居定制电子商务新模式	218
-----------------	-----



军霞健身：老国企的新契机	223
统一机械：九死一生，电子商务助力重焕新生	226
李晓军：让龙井茶走下神坛	229
爱拼才会赢——凯尔制衣·格男仕品牌神话	235
阮华君：创新使长生鸟“浴火重生”	238
楼伟：用良心和道德经营蜂蜜，一年两皇冠	244
爱家居：服务是最贵的产品	249
云南海外旅游总公司：传统旅行社的华丽转身	253
宏亿：小螺丝的大梦想	256
澳客网：小彩票，大赢家	259

第9章 向着海外行军 263

Search bag：转型，做中国的大品牌	264
肖君岩：互联网造就消防业隐形冠军	269
王宝强：电子商务发掘新金矿	272
Alibaba.com 为越南制造商的生意添香增色	276
南昌康业跑步前进	277
德慧贸易：以德服人，慧及四海	280
全永洪：敏锐的市场触觉让企业辨识度先行	283
天地彩钢：日本筑天地	286
凭借 Alibaba.com 向世界建筑市场发起挑战	289

第10章 触摸节能环保新时代 290

澳丽妃：以人为本的环保先锋	291
森荣：用电子商务打造环保第一品牌	294
变废为宝，宇龙机械与农业垃圾的较量	297
廖辉：电子商务成就低碳先锋	299
韩幼军：网络菜鸟的低碳环保生意经	303
奥亚数字文创：掌握数字金钥，直通世界商场	306
程敏珍：在e时代潮头上舞蹈的邻家大姐	308
张同伟：太阳能外贸领军企业的阳光总裁	312

第 11 章 线下名牌的网上情缘 316

纽曼：低姿态，高品质	317
永祺车业：捍卫品牌，扫仿冒辟通路	320
伟业我爱我家：打造房地产网销的新平台	323
Camel 骆驼：传统品牌电商之路打通任督二脉	327
丹东黄海汽车：网上接到 124 台汽车订单	328

第 12 章 强强联手，江山我有 331

台湾通：架起两岸电子商务桥梁	332
Nissen：日本邮购业界巨头	335
拉手网：在传统与现代间疾行的团购老大	338
上品折扣：网下网上共赢之路	345
银泰网：线上精品时尚百货 NO.1 进行时	348

后记 352

创业篇

演绎人生豪情

第1章

模式创新的能量

- ◎ 华强：从草根到混批教父
- ◎ 大连佳显：懒人的电子商务
- ◎ 埃沃：个性化定制与柔性化生产的完美结合
- ◎ 搜旅网：粤港澳门票冠军
- ◎ 皮套王：纯手工定制，针针线线缝制你的故事
- ◎ 亮节电子：小企业也有大创新
- ◎ 车品弘智：车饰行业网上屈臣氏
- ◎ 可得网：网上卖眼镜的领航者
- ◎ 李辉：卖的不仅仅是烧烤
- ◎ 心蓝T透：从大C到电商服务商
- ◎ 王小娆：自由定制，定制自由

华强：从草根到混批教父

被非典逼向网络的华强，从3万元起步，靠有限资金而创造出的混批模式，在成就大批网商的同时，也成就了自己，成为众多网店的直接供应商、混批界的大佬，他注意利用网上交易的数据与网商客户反馈出的需求及时地开辟新的业务、创造新的服务，从而不断地刷新和引领这一新生行业的服务标准，创造出一连串的奇迹和业界第一。

2001年，从江西一所民办专科学校信息管理专业毕业的华强，毕业后放弃了难得的留校机遇，而选择自己去闯出一片天下。

毕业后，华强选择了推销行业，给广西玉林生产的“多功能神奇智力画画工具”做总代理，辗转在陕西、四川等地区。华强说，他曾经经常一天骑车100多公里上门推销这些产品，他组建的销售游击队越来越大，最后达到四五十人。在工作实践中，他学会不少销售技巧，锻炼了管理能力。

2003—2009年从草根到混批王的传奇

2003年：非典，营销到电商的涅槃

非典让原来带着游击营销队伍到处上门推销的华强不得不待在租住屋里，这让他有了接触互联网并思索网络创业的空闲。这个时期，他创建了成都新奇特批发网。由于资金有限，三万元的资金拿出一万元做网站，剩下的两万元到义乌进了99种商品，运到成都后，自己背到在5楼的出租屋里，靠在一个自助编制内容的网页上开始了最早的网络批发。华强提供的批发是不限单品数量的小商品批发（这种模式后来被称为混批），即混合品种的批发。最初的99种商品根据客户的需要可以搭配为不同的组合套餐。

混批模式开启了华强的事业，2003年，淘宝开始上线，不少卖家都是刚创业，不可能



拿着上万元以上的资金去实体市场进货。许多新开网店的人凑不齐 10 件必需的商品，于是开始尝试在网上寻求货源，而当时华强的混批在互联网上独此一家，正好满足了众多网店创业者的需求。

然而，由于资金周转率低、到货与发货慢（义乌到成都要一周的时间），华强的新奇特混批网还是持续亏损，甚至朋友都劝他甩货收手，但全新的网络营销模式吸引了他，给他带来前所未有的体验，增长了新的见识，让他看到了未来巨大发展空间，并为他做出下一步正确的抉择积累了经验。

2004 年：灵活应变，转战杭州、义乌

考虑到成都远离货源地，进货不方便，运费成本高，物流周期长，而江浙沪本地网络混批的客户交易量也日益增长，华强认识到这是一个不同于传统商业的机遇，网络和现实之间存在比不同地域还大的市场差异性，而这一差异性足以让中间批发商得以生存，于是他决定放弃做成都乃至四川最大的新奇特中间批发商的设想，搬迁到离货源更近的地方，以更好地抓住这个机遇。

2004 年春节后，华强搬到了杭州，2004 年 6 月麦考林的两个大订单让华强赚取了义乌办事处的启动经费，在义乌，地缘的优势进一步凸显：物流资金成本为零，产品更新迅速，不再有时间差，且本地厂商为减少业务成本，主动提出一月一结账，这为他解决了资金不足难以周转的问题。

华强靠混批模式积累了大量淘宝卖家客户，有些客户后来成为皇冠级卖家，义乌所有皇冠卖家都曾经是华强的客户，而义乌交易 50 万笔以上的金皇冠级卖家占淘宝卖家的十分之一，华强的影响力度由此可见一斑。网络混批模式的成功很快就吸引了新的竞争力量加入，2005 年就开始有第一批模式模仿者。2006 年，这一模式已经引起业界广泛的关注，并开始有人研究混批模式。

2006-2007 年：智创网络混批平台

2006 年 6 月，华强把义乌办事处由个体商户升级为汇奇思公司，开始以更宽广的心态规划混批事业。

随着业务的增长，华强发现一些问题，即订单管理不便，因为没有方便客户管理与订单管理集成系统，做业务时需要在不同的网络平台间切换，订单信息容易出错，工作量急剧增长，管理也开始变得混乱。这大大限制了公司业务的发展。

2007 年，华强开始思考如何借助于互联网手段更方便地管理业务和满足用户的需求，独立构思出类似于后来 ShopEx 公司开发的分销王产品的系统模式，在委托第三方开发实现

后，华强拥有了一套更能胜任混批业务处理、更能满足淘宝卖家用户需求的加盟商共同发展系统，华强称之为代理商网站系统。该系统不仅可以帮助汇奇思的客户与加盟商充分享受汇奇思挑选的资源，还可以提交汇奇思上没有的产品需求，并具有价格和库存同步更新、批量改变货号前缀等贴心功能。目前，全国已有 1000 多家网店或加盟商因为这个系统得到长远发展，许多加盟商年营业收入翻番，进入年营收过千万元的等级。注册的会员客户 6 万多，其中 60% 是淘宝卖家。

一年之后，类似的工作平台开始成为混批行业的标准配置。

2008 年：巧用数据、转型工贸

华强十分注意分析交易数据，从中把握市场需求的趋势。他留意到有一部分产品市场增长非常快，利润空间也非常优厚，就有了自己做加工的想法，于是在 2008 年，他投资了一个加工厂。这时的华强还没有想要做品牌，而是考虑如何让自己的渠道优势利益最大化，通过数据分析出最值得做、最没风险、市场成长速度最快、自己完全不愁销售的产品去生产，这一基于信息的贸易转工业的二次创业，非常顺利地取得了成功。这个工厂已由最初的 800 平方米扩大到现在 3500 平方米，已有 120 多名专职工人，计划 2011 年年底工人数量扩招到 180 多名。

2009 年：不一样的眼光，不一样的品牌之路——从首创多品牌委托授权，到创立自有品牌

由于客户的原因，华强一直在关注淘宝网，2008 年 4 月，淘宝商城启动后，普通 C 店网商普遍感觉到了品牌网商的压力，而过去只关注销量而不注重商品品牌的华强，也从淘宝商城的强劲竞争力上认识到了品牌的力量，主动在厂商和淘宝卖家之间牵线，推出多品牌授权的业务，让自己的客户拿到品牌的授权进驻淘宝商城，这一首创业务模式非常自然地获得了成功，得到厂商和客户的欢迎，并迅速成为混批行业都配备的服务。

在品牌知识产权战略上，华强表现出长远战略的眼光，在创建品牌重金投入，与广东的品牌设计公司合作，为每个品牌提供多角度立体化的知识产权保护，包括商标注册、图片版权、图案版权、外观设计专利、实用新型专利，乃至模特的肖像权保护。这些举措既有助于品牌的树立，提高客户的信赖，也有助于帮助客户减少纠纷，规避市场风险。

目前，虽然汇奇思仍然供应一些没品牌的新奇特创意商品，但供货中优秀品牌的比例越来越高，并还在持续提高品牌商品占全部供应中的比重。

在这个过程中，华强熟悉了品牌营销与知识产权，更加意识到了品牌对于企业的价值，开始有意识培育自有品牌。目前，汇奇思旗下已拥有汇奇思、Heikis、开馨宝、亿宾、友纳、

卡秀等自有品牌。

2010 年：走出企业，回馈社会



汇奇思公司的使命

2010 年之前，华强虽然在义乌电商圈内有很大名声，但行为一直非常低调，有些神秘。

但他的声誉还是慢慢地传播开来，在义乌组建行业协会时，因为汇奇思一直在引领行业成长、在为行业奉献，所以华强被推选为义乌网商行业协会会长。

为组建协会，华强投入了很多精力，甚至一度影响了业务上的投入，但协会也让他得到了社会应有的认可。目前，义乌网商协会会员单位近 300 家，义乌做得好的电商都在其中。这给电商同行们共同商量、谋划一些合作发展，带来了很多便利。

行业协会会长这一社会身份还提升了华强的思想境界，他开始自觉地从整个行业发展的角度去思考问题，并参与到市政府有关电商服务业规划园区的建议中去。目前，协会内的混批同行们都已经开始自觉地调整了战略，以差异化谋求细分的市场发展，只有专精，才能做得更大、更强，竞争也可以多赢，华强与这些同行们都成为好友，在业务上还会相互支持，形成合作共赢的局面。

2010 年，汇奇思除了 B2B 小额批发核心业务外，又启动了 B2C 项目，在淘宝商城开了旗舰店，为使店铺发展提速，并且将以往招聘员工的形式，改为引进成熟团队负责运营。

2011 年：变革、重构，嬗变的五月

业务的快速扩张，团队组织的壮大，给华强带来了越来越大的管理压力。华强越来越感觉自己需要管理上的助手，帮助自己从业务中抽身，让自己能够专注于战略的规划，否则无法谋求更大的发展空间。

公司从最初的夫妇二人，2006 年的七八人，2007 年的二三十人，2008 年、2009 年的四