

淘金上海 路路通 >>>

TAO JIN SHANGHAI LU LU TONG

金乐敏 严黎丽 主编

淘金上海 路路通

TAO JIN SHANGHAI
LU LU TONG



金乐敏 严黎丽 主编

 上海远东出版社

图书在版编目(CIP)数据

淘金上海路路通: 揭秘 23 个普通人的致富之路/金乐敏, 严黎丽主编. —上海: 上海远东出版社, 2007

(新闻晨报丛书)

ISBN 978-7-80706-447-3

I. 淘… II. ①金…②严… III. 企业管理—经验—上海市 IV. F279.275.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 043708 号

责任编辑: 孙德华

装帧设计: 伍成城

版式设计: 李如琬

淘金上海路路通

主编: 金乐敏 严黎丽

出版: 上海世纪出版股份有限公司远东出版社

地址: 中国上海市仙霞路 357 号

邮编: 200336

网址: www.ydbook.com

发行: 新华书店上海发行所 上海远东出版社

制版: 南京前锦排版服务有限公司

印刷: 上海市印刷二厂

装订: 上海张行装订厂

版次: 2007 年 5 月第 1 版

印次: 2007 年 5 月第 1 次印刷

开本: 710×1000 1/16

字数: 160 千字 插页/1

印张: 10.75

印数: 1—8 000

ISBN 978-7-80706-447-3/F·295 定价: 24.00 元

版权所有 盗版必究(举报电话: 62347733)

如发生质量问题, 读者可向工厂调换。

零售、邮购电话: 021-62347733-8555

序

《新闻晨报》副主编 金乐敏

“nothing is impossible”，没有什么是不可能的。当我起笔写这篇序的时候，不知为何我突然想起这么一句英语名言。

在这个世界上，什么都可能发生——幸或不幸、成功或失败、机遇或挑战、辉煌乃至奇迹！人们常说，没有想不到办不成的事，除非你不去想不去办。

1998年，一个成都来沪的寻常女子，站在黄浦江边，望着两岸的高楼欣赏美景时说：我一定要在这里有一个属于我自己的物业。2007年的今天，她拥有了在上海已经小有名气的明君文化产业和明君文化城，更在上海最好的地段——外滩海鸥饭店附近，置下了她自己的房产。而在当初，却有人说她只是一种文学的幻想，只是白日梦呓。

也是在若干年前，一位喜欢在电脑上摆弄的大学生，梦想着有一天能在网上开出一个像模像样的小店，掘起属于他的第一桶金。没想到，就是这极富智慧型的想像和摆弄，他竟真的掘到了远比他梦想的更多的金。

这是一个转型中的时代，这是一个高速发展中的时代，这是一个只要你敢想并善于捕捉，就能把梦想书写成现实的时代。

很惭愧，2005年11月，我写完《理财，民间真的有高手》一书的序时，我还并没有乐观预计到就在一年半后的今天，我们又会推出它的姊妹篇——《淘金上海路路通》，这第二本关于揭秘聚富故事的书来，我又会给相近而又完全不同的人物故事集再次作序。

2006年春节过后,我们那本《理财,民间真的有高手》一上市,就连续几周在上海书城经管类图书销售榜上名列第一,这时我才隐约感觉到:关注聚富,搜索致富之术,追踪“淘金”明星已经成了当下社会的一大话题和公众聚焦的兴奋点。

也因此,我们《新闻晨报》“投资理财”新闻部在2006年的改版中便顺势推出了专写那些成功捕捉淘金机遇的人物。而侧重点更在于展现他们掘金创富的过程,甚或于描摹他们的赚钱轨迹。我们想让更多的读者通过这样的描摹,从中去领悟他人的成功真谛,从而去锁定自己的人生致富目标。而从人物故事的定位来看,我们更侧重于“创业”这样一个概念。以前,中国有句俗话,“三百六十行,行行出状元”。这句话体现了人们对专攻术业的人才的尊重。但是现在我们发现,在我们这个时代,在上海,我们甚至可以说是,三千六百行,行行可创业、行行可发财。

2006年,有本书叫作《蓝海》。书中主要说的是,商战中,最高明的是要善于把视线跋涉出那早已被市场拼杀成“红海”的领域,去寻找一片犹如无人开垦过的处女地的“蓝海”。“蓝海”较之于“红海”,一个为“生地”,一个为“熟地”。我发现:在我们手上的这本《淘金上海路路通》书中,里面人物竟然绝大多数都是发现“蓝海”的高手!他们往往是在还没有反复耕耘过的一块土地中开始了他们的播种。那份收获,是他们的艰辛的付出、是他们智慧的挥洒、是他们独到的发现之必然!

在过去的一年中,每逢我们刊出了他们的故事,总会在读者中激起反响的连漪。而今,我们在编辑这本书时,又在他们从无到有、由小而大、聚沙成塔的创业致富的故事之后,再附上“实用指南”、“生意经”等操作细则。在经典的军事院校中,最让人兴奋的是对一场大战,对一场胜利战进行战例的实景解剖。那么,我们的实用附录,就是为了让更多的后来者也能看到:淘金上海,这条通路原来是这样通行的。

这段时期,我特别感兴趣的有这样两本书,一本是杨志军著的《藏獒》,一本是姜戎著的《狼图腾》。在这或写狗或写狼的一对天敌中,我竟然发现了它们潜质中那么共同的一点,那就是:对于困境的决不低头,对于磨难的决不认输,对于目标的矢志不渝。不管杨志军把他心

中的藏獒奉为偶像也好,不管姜戎把他精神中的草原狼奉为图腾也好,对于那些生命体终极性的精神上的讴歌,也许正是出于对于人性中那一成分的衰退而鞭挞所致吧?!

我以为,所有的成功者,在对于前行目标的锁定,对于所猎物体的精确研判,都必须是智慧的,都不能盲目的,都是坚持而又极富耐心的。“藏獒”身上有这特质,“狼”的身上也有这样的闪光点。

在我们这本淘金者故事的书中,你也许还能看出或者感悟出类似一些精神层面上的东西来。这样,这本书对你就不仅仅是实用性的了。

是为序。

2007年3月26日

目 录

序 / 金乐敏

001

第一篇 网上开店 小资金创新业

- | | | |
|------------------|-----|-----|
| 1. 爱情小屋人气旺 | 张佳畧 | 003 |
| 生意经：流量是金 | 安 立 | 007 |
| 2. “IT 时代”做大众红娘 | 周 凯 | 008 |
| 生意经：网站赢利三模式 | 安 立 | 013 |
| 3. 年轻妈妈的亲子网店 | 李 锐 | 015 |
| 生意经：人人都能开网店 | 安 立 | 020 |
| 4. “缘来如此”打造婚礼梦工厂 | 苗夏丽 | 022 |
| 生意经：浪漫满城 | 安 立 | 028 |
| 5. 魔术小店月入 6 千 | 张佳畧 | 030 |
| 生意经：“秘密”的价值 | 安 立 | 035 |
| 6. 烘焙巧赚“煮妇”钱 | 李艳秋 | 036 |
| 生意经：特长也可以赚钱 | 安 立 | 040 |
| 7. “大三”女孩网上卖男装 | 张佳畧 | 042 |
| 生意经：赚三种男人的钱 | 安 立 | 046 |
| 8. “大眼睛”的小秘密 | 张佳畧 | 048 |
| 生意经：有心者事竟成 | 安 立 | 053 |

第二篇 实业致富 稳笃笃做老板

9. “海归”成了“超级奶爸”	李 锐	057
生意经：瞄准未来	安 立	062
10. 温州姑娘“包装”上海	曹西京 严黎丽	064
生意经：根深叶茂	安 立	069
11. 东北“热炕”热上海	张佳畧 李 莉	070
生意经：地区差异提示商机	安 立	075
12. 云南“普洱”香溢浦江	李 锐	076
生意经：生意之外的功夫	安 立	081
13. 川妹子满城铺书店	应健中	083
生意经：此生有梦	安 立	088
14. 天津女孩进军陆家嘴	张佳畧	090
生意经：自主定价权	安 立	095
15. 河北“股神”玩转新股	张佳畧	097
生意经：理性的魅力	安 立	102

第三篇 创意经济 好点子赚大钱

16. 搞怪女孩自创玩偶品牌	张佳畧	105
生意经：“常青藤”女孩	安 立	109
17. 空手打造“空手道馆”	李宝花	110
生意经：开掘人生“第一桶金”	安 立	114
18. 台湾老爸孕育“故事屋”	钱 鑫 林 颖	116
生意经：消费升级机会	安 立	120
19. “芭迪熊”建连锁	李 锐	122
生意经：为快乐买单	安 立	127

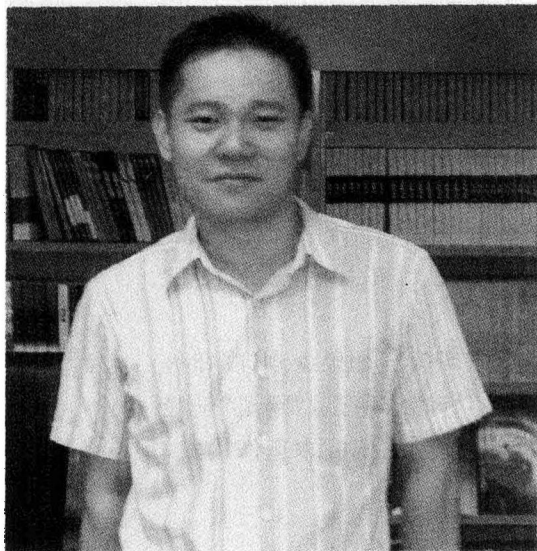
20. 用“心灵有氧操”安抚白领	苗夏丽	129
生意经：压力下的产业	安 立	134
21. 把创意变成美景	李艳秋	136
生意经：选择决定成败	安 立	142
22. 装潢瞄准时装店	韩益忠	144
生意经：别有洞天	安 立	149
23. 牙医创办母婴会所	王艳辉	151
生意经：爱心、责任和商机	安 立	156
 后记 / 严黎丽		 158

第一篇

网上开店 小资金创业

云，想着风的时候
翅膀就开始飞翔了
树，想着雨的时候
情思就开始湿润了
网络，本来就是风就是雨
总能助推些什么
也总能让梦想开花

——金乐敏



1

爱情小屋人气旺

张佳旻

一上班,电话铃声不断,原来是读者看了我们《新闻晨报》“理财人物”版来报料的。于是,我记下了几个电话。根据内容的新鲜度,我决定先采访“网星”。

“网星”是王晨昀的网名,不过因为“昀”字很多人不认识,加之很多电脑打不出,所以,在网上他更多是用“网星”而很少用真名,久而久之,借助网络的传播,“网星”倒比那个王晨昀更出名了。

初次下水 “爱情”迷人

2000年,“网星”就已在一家叫“梦想家”的网站做着部门总监,拿着13000元的高薪——那时他刚满18岁。虽然没有读大学,但是凭借着对电脑、网络的掌握,他很早就创立了自己的网站——“网星品网”,为网友提供好玩又有用的网址,借此也认识了一群IT好友,成了IT界的小名人,再后来便被“梦想家”挖了去。

伴随互联网泡沫的破裂,他的老东家上市不成功,最后烟消云散,他也离职出来单干了。这回他做的是电子商务,开了一家网上爱情礼品店。

网上开店,“网星”坦言还是受老朋友王峻涛的影响。王峻涛就是老榕[8848网站的创始人,内地B2C(网上零售)的前驱者]。一直

听王峻涛说电子商务怎么怎么有前景,让“网星”多少有点心动,恰好他堂哥又认识城隍庙批发市场的人,于是便决定建个网站试下水。刚开始,“网星”玩的是“空手倒”,在批发市场拍下货品的照片后,再上传到自己的网站上,等有了订单再去进货。后来订单越来越多,每天要去批发市场 3—4 次,感到实在太累之后,改为囤货销售。

“虽然零库存成本低,不过当时我真的很冒险。如果拿到订单时,恰好批发市场断货了,对我的商誉可是很不好啰。”所以,“网星”一般不建议人们采用“空手倒”的方法,对于创业之初的低成本运作模式,他不以为然。

办实体店 浅尝辄止

也许是因为“爱情礼品专卖”的市场定位好,也许是“2shopping.com”这个域名好,也许是推广做得好,“网星”的零售网站生意很快有了起色,一个月至少也有了三四千元的销售额。

那时候,“网星”下了决心,开一家实体礼品店。对于这个今日看来很失败的决定,“网星”坦言,当时总觉得实体店来得更实在更可靠些。实体店开了半年,市口不算差,销售额在网站的带动下,也有七八千元一个月,和网上的销售额差不多打平。可是扣掉进货价、店租和营业员的工资,再加上样品和失窃的损耗,竟然还小亏,幸亏最后收到 8 000 元的店铺转让费才勉强打平。而同样的销售额,网上销售的部分却让“网星”尝到了甜头,这更坚定了他扎根网络的决心。

开“姐妹店”左右逢源

在关掉实体店的同时,“网星”又开了第二家网店。对应于第一家“爱情礼品专卖”,第二家的定位是“生日礼品专卖”。网上开店的好处这时便体现出来了,就是在服务器上略作调整,增加的经营成本几乎是零。

“‘爱情礼品店’和‘生日礼品店’的商品 90%是重复的,不过后者

的价格略微要贵过前者。如果买家在生日礼品店选购,那么我的利润自然高些。如果买家聪明,在我的两个网站比较一下,那么只会更坚定他在‘爱情礼品店’选购的决心,反正只要销售额最后是我的就好——毕竟新开一家店几乎没成本。”在网上礼品店还不多的那段日子,“爱情礼品专卖”的价格优势凸现,生意愈加红火。

进军批发 订单不断

随着时间推移,“网星”的网店销售额越来越高,很快便达到每个月3万—4万元的收益,个中利润相当不错。不过伴随竞争对手的越来越多,价格战一打,这日子就一天比一天难过了。压力变为动力,“网星”决定再开一家网店,不过这次不搞零售,专搞“小件批发”。

所谓小件批发,和传统动辄每样产品上千件或者一箱的批发不同,它允许批发者类似零售那样任意挑选商品,只要总数满足一定金额(一般300—500元)就可以享受批发价了。“网星”利用此前“2shopping.com”用户数量的优势,又注册了一个“2shopping.net”的域名,将其作为前者的子站正式推出。

“如果说之前零售网店上海买家还有10%左右,那么小件批发网的买家几乎都是外地的,比如南京、苏州之类。也许因为当地没有类似上海城隍庙这样的批发市场,买家又不愿意为几百元的进货去一次义乌吧——噢,当然,这些买家一旦成了老顾客,进货量也不低,几千元的订单是常有的。”批发虽然价格低,利润低,但是关键就在于量大,每月有近20万元的销售额,“小件批发网”的利润总额很快就不逊于之前的“爱情礼品店”了。

尝到了甜头,“网星”故技重施,又开出了第二家小件批发店“新奇特批发网”。当然这次可不是什么虚拟对手,而是一个货真价实的网店。“普通的小商品城隍庙之类的批发商场到处都有,我的优势是有300多家供货商,有一些非大路货的小商品,这就是我‘新奇特批发网’的优势所在。”

凭借货源的优势,这个网店的销售量也节节上升,月销售额也突破10万元大关了。

转型门户 打文化牌

“网星”开的第三家网上零售店是专卖巧克力的。对于这家店，“网星”又有不同的定位，不仅让其发挥零售网店的作用，更希望它成为一个巧克力爱好者的门户，不仅将各式巧克力一网打尽，还有一些有趣的内容。就这样，“网星”在网上开出一家家新颖别致的小店，有零售的、有批发的，他的产业链在悄悄延伸延伸……那么，网上开店一年能赚多少钱呢？我开始转弯抹角地打听他的家底，“网星”对此却也不讳言，他直率地告诉我，“2006年净利润大概有50万元，批发和零售大致是6:4左右的比例”。

“网星”凭着他那颗年轻热忱的心，瞄准同样年轻热忱的同龄人的需求，用自己的智慧，精心配置着他们的礼品袋，同时，也编织着自己的财富梦。

★ 实用指南

货源：虽然义乌是批发胜地，但是“网星”觉得上海城隍庙其实也很不错。价格大致比义乌贵10%—20%左右，但因路近，随时可以采购，还是相当有优势的。

流量：有流量才有潜在客户。在“百度”搜索礼品，扣掉众多付费的广告链接，“网星”的“爱情礼品店”排名第一，而且在许多网址的相关页面里，同样也是排名第一。这是“网星”几个销售网店新用户最大的来源。

网上开店：60—70元申请一个域名，300—500元申请一个虚拟空间，再加上一套免费的网店销售系统，总共600多元就可以搭建一个最简单的网上零售店了。应付一般流量的销售，绝对没有问题。

付费：银行转账和邮局汇款无疑是最直接的方法，不过“网星”建议零售网店可以找一个代收费机构，这样就支持银行卡付费了，不仅方便而且看上去正规许多。不过要支付大约1%佣金给代收费机构。

发货：6元邮递费加15元快递费，这个目前零售业的行价，最早就是从“网星”开始的。虽然他也常用快递、货运，但是“网星”还是挺喜欢邮

局——仅网点覆盖,就非快递等比得上,而这个渠道对零售网店非常重要。



生意经

流量是金

安立

开店最重要的是市口。有朋友在上海城隍庙看到拥挤不堪的人流,曾感慨地说:“这里卖水也会发财。”《新闻晨报》理财人物江平在投资地铁商铺时说过,“地铁带来滚滚人流,这就是商机”。开店做生意,人流是金。

开网店同样如此,流量决定成败。时下网上有多少家礼品店?琳琅满目,不下几千个吧,看得你眼花缭乱,还越看越没谱。一般人们会怎样选择呢?自然会利用搜索引擎来检索目标,就像生活中我们常常需要导医、导购、导游一样。逛网店,“百度”就是我们的导购引擎。点击“礼品”,“网星”的“爱情礼品店”排名第一!这就产生了巨大的认同效应,“流量大的,一定是好的”,从众心理把更多的人引入“网星”的小店;而源源不断的访问者,又使“网星”的小店排名稳居榜首。流量是金,掌握流量就是掌握财源。这是“网星”成功的关键。

至于“网星”是怎样将流量搞上去的,这或许有他捷足先登的优势。他开“爱情礼品店”时,网上礼品店还不多,这或许与他的市场定位有关。抓住追求时尚而无暇逛街选购礼品的年轻人,以情调和创意吸引他们,或许有他的商业小伎俩,比如将生日店的价格开高点,用比价效应将人们引到爱情店……但有一点是肯定的:“网星”20岁时曾在“梦想家”网站任“搜索引擎部”总监,这段不长的职业经历,培养了他对网站流量的职业敏感。

25岁的“网星”,以他年利润50万元的事实,告诉我们:流量是金。



2

“IT 时代” 做大众红娘

周 凯

如果提到“媒婆”，您的第一反应是什么？本文介绍的这位“媒婆”，绝对与众不同。

龚海燕，2002 年从北大中文系本科毕业后直升复旦大学新闻系读研。次年，她开始创办“交友”网站——“世纪佳缘”。短短 3 年就发展成拥有 120 万会员的知名网站。毕业后，尽管她完全可以凭借双重名牌学府的金字招牌为自己谋一份白领的工作，她却选择了继续经营她的网站，随后获得风险投资基金的青睐，并与比尔·盖茨旗下的 MSN 形成战略同盟。

那么，这个颇有些传奇色彩的“IT 时代”红娘，究竟是如何一步步走上她的创业之路的呢？

初衷源自“课业实习”

“或许你不相信，我之所以想办交友网站，其实源自读研时的专业——媒介经营管理”，龚海燕谈到当时的初衷，自己都觉得挺有趣。她知道毕业以后，不可能立即从事经营管理，但又想通过“课业实习”检验自己的专业能力。因为是新闻系的学生，她首先想到的是到杂志社工作，但是觉得入门门槛太高，于是就选择了门槛相对较低的网站。

“我那时候是单身，于是就想到了‘交友’网站。”龚海燕谈到这时