



高校“创新创业”人才培养践行记
主 编 肖 文



电商大课堂： 微商大扫描

李成刚 林承亮 肖 玮 编



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社



高校“创新创业”人才培养践行记

主 编 肖 文

电商大课堂： 微商大扫描

李成刚 林承亮 肖



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电商大课堂. 微商大扫描/ 李成刚, 林承亮, 肖玮
编. —杭州: 浙江大学出版社, 2018.6

ISBN 978-7-308-18228-7

I. ①电… II. ①李…②林…③肖… III. ①电子商
务—商业经营—经验—浙江 IV. ①F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 099190 号

电商大课堂：微商大扫描

李成刚 林承亮 肖 玮 编

策 划 张 琛

责任编辑 杨利军

文字编辑 周 群

责任校对 陈静毅 戴依依

封面设计 项梦怡

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州林智广告有限公司

印 刷 绍兴市越生彩印有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 12.5

字 数 218 千

版 印 次 2018 年 6 月第 1 版 2018 年 6 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-18228-7

定 价 37.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行中心邮购电话: (0571) 88925591; <http://zjdxcbbs.tmall.com>

序

创新创业是深化高等教育教学改革、培养学生创新精神和实践能力的重要途径,亦是践行“大众创业、万众创新”来促进高校毕业生充分就业的重要措施。大学生更好地创新创业,关键是要具有创新创业的知识、能力、智慧和本领,核心是要具有独立思考能力、创新创业能力、社会担当能力和协作精神。为此,浙江大学宁波理工学院商学院始终把创新创业教育贯穿于人才培养的全过程,渗透到教育教学的各环节,促进人才培养模式创新,加快培养更多知识、能力、素质协调发展,富有创新精神,勇于投身实践的创新创业人才。2013年,我院以实践创新为基本依托,制定了学院创新创业教育改革实施方案,全面开启了“一化三型”创新创业人才培养工程,即“应用型、复合型、创新型和国际化”,初步建成了有机融合、联动高效的创新创业教育工作机制,形成了配套完备的运行制度体系,打造了一批创新创业教改项目和重点实践项目,使创新创业教育理念真正融入人才培养全过程,从而更有力地接受社会赋予的使命。该工程以课堂教学为基础,拓宽学生理论视野;以学科竞赛为抓手,促进学生团队协作;以暑期实习为支点,提高学生实践能力;以境外游学为载体,丰富学生人生阅历,拓展学生国际视野,培养学生国际化、多元化的文化理念和思维习惯。通过“践行悟道”,力争培养“品德高尚、知识广博、专业精深、知行合一”、具有国际视野的创新创业优秀人才。

实践是认识的来源和发展的不竭动力,商学院各专业通过实践教学体现创新创业教育,形成了专业实习与实践、境外深造与游学、职场翱翔与创业三个层面的实践教学创新成果。这是商学院教书育人的“品牌活动”,亦是学院实践教学改革的有益探索。本丛书记载了“一化三型”创新创业人才培养工程

的主要成果,记载了商学院各专业学生在学习、工作和创业方面的感悟、体会等,从学生的“悟道”体现实践教育的重要意义。

“十年树木,百年树人”,人才培养是立校之根本。“一化三型”创新创业人才培养工程紧跟当前经济发展形势,从需求和供给两方面出发;把握当前创新创业人才需求,改革人才培养供给体制;以课堂教学为基础,以实践教学为抓手,培养学生创新创业能力。从工程实施效果来看,有四点经验值得肯定。

第一,重视实践教学,专业建设“特色更特”。专业建设不仅需要校内课堂,也需要社会课堂,只有两者结合才能使得学生具有全局意识。“纸上得来终觉浅,绝知此事要躬行”。学院加强课堂教学与社会实践对接,以暑期社会实践、企业认知实习等为“助攻”,积极鼓励学生“走出去”,参加社会实践等活动,培养学生实践动手、团队合作等能力;加快将企业“引进来”,让更多的企业能够融入课堂,为课堂教学提供实践场所。

第二,组织学科竞赛,品牌活动“亮点更亮”。电子商务等专业通过“调研、竞赛、创业”三驾马车,来打造专业实践教学改革、实践能力塑造、实践人才培养的教学体系。在此过程中,学科竞赛起到承上启下的桥梁作用,既能使学生将课堂所学应用于实践,又能为其将来的职业发展提供新的想法、打下扎实基础。所以,在实践教学体系构建过程中,应当充分关注“挑战杯”“电子商务大赛”“职业规划大赛”等特色活动,打响系列竞赛活动品牌。

第三,鼓励学生创业,人才培养“优势更优”。电子商务等专业紧跟当前经济形势下的人才需求,积极调动学生创业兴趣,以更好地满足市场对人才的需求。人才培养应当把握当前人才需求现状,尤其注重现阶段紧缺的创新型、创业型人才的培养。学院通过开设创业指导课程,帮助学生联系相关机构,为学生创业提供咨询服务,激发学生的创业热情和自信,使得专业人才培养优势更为明显。

第四,突出“两化”融合,国际视野“广度更广”。“一化三型”创新创业教育应当突出特色化与国际化相融合的特点,培育具有国际视野的未来领导者、创新者。学院通过推动建设境外交流平台,鼓励学生“放眼看世界”。通过游与学相结合,增学识、长见识、开眼界,与原本的教学形成互补,使学生自觉加强国际意识,主动参加国际化学习活动,不断增强自身国际竞争能力,促使学院创新创业教育的国际化水平“提速增效”。

肖文

2017年3月15日

本书为

浙江大学宁波理工学院商学院“一化三型”创新创业人才培养工程教学成果

丛书编委会

主 编 肖 文

副主编 樊丽淑 林承亮

编 委 (按姓氏拼音为序)

陈 恩	丁 宁	董新平	冯 艳	傅晓宇	郝立亚	洪 青
姜丽花	李成刚	李荷迪	李雪艳	林建英	刘 彬	刘冬林
刘吉斌	刘 平	娄赤刚	马 翔	潘冬青	覃美英	邵金菊
孙伍琴	滕 帆	王传宝	王 培	吴新林	肖 玮	谢京华
许为民	张 炯	张 腾	周春华	朱孟进		

目 录

第一篇 从零至盛：自主开辟品牌新天地

- 梅金达 行走的味蕾,舌尖上的搬运工 / 3
- 沈 宝 逆袭男神,社会化电商探索者 / 10
- 韦恩大叔 整合优势资源,独创秘制品牌 / 17
- 韩 静 借助微营销平台,扩宽传统销售新渠道 / 24
- 刘 翔 转型之中抓机遇,依靠品质做微商 / 32
- 曾 瑞 “勤”有独钟,“择”有所成 / 39
- 池相伟 确立目标市场,大展微商宏图 / 46
- 林 凌 跑步,在自媒体中遇到更好的自己 / 53
- 杨秋丽 温文尔雅亦为师,傲雪凌霜创“莫含” / 60

第二篇 进而求生：传统行业转型发展路

- 陈 海 微商丛中一点红,提出微商发展新思路 / 71
- 方 明 引领微商团队,致力合作共赢 / 79
- 金崇松 发掘时代云 model,打造创意经纪人 / 86
- 尹文科 青年才俊独挑大梁 / 94
- 赵 杨 建设团队专业营销,把握微商发展趋势 / 100
- 吴福明 将微商融入老字号,大放光彩 / 107
- 莫敏丽 外贸之山上,展望微商未来发展方向 / 114

第三篇 点滴开花：草根代理创业进行时

- 沈 婷 微商新起之秀,蜕变运营女王 / 123
- 王一颖 不忘初心,成就微商梦 / 130
- 冯雨双 微商风雨飘零久,谁把葡萄写成诗 / 137
- 王贝晨 正在路上,一个平凡的青年创业者微商路 / 145
- 忻佳麟 咬定创业不放松,立根原在微商中 / 151
- 安 宁 时尚辣妈做导师,FLY 展翅共飞翔 / 158
- 刘 艳 舌尖上的中国,口腔上的机遇 / 165
- 贾红琼 向创业梦想致敬的勇士 / 173
- 许倩倩 触摸微商、超越自我、探索未来 / 180
- 陈培君 念念微商创业路,心有梧桐花自开 / 186

附 录

- 《电商大课堂：微商大扫描》采访对象、指导老师与小组成员名单 / 193

第一篇

从零至盛：自主 开辟品牌新天地

梅金达

行走的味蕾，舌尖上的搬运工

文/图：林 儿 谢月琳 张家红

指导老师：林承亮 卢文婧

创/业/者/名/片

梅金达 浙江宁波人，毕业于武汉军械士官学校火力控制系，是宁波生鲜微商“一季一品”的创始人和主要负责人之一。“一季一品”主营松茸、杨梅、大闸蟹等具有显著地方特色的生鲜食品，主打的产品仅六样，按各类生鲜的上下市时间依次销售，每次一样。“一季一品”因其产品的当季性与专业性，在业内颇受好评。梅金达既是传统产业的老总，又是互联网时代的新兴微商，同时还在宁波老外摊拥有一间酒吧，在传统与现代两个领域游刃有余。



梅金达



采访手记

2016年6月30日晚，在经历了半个小时的辗转之后，我们终于到达宁波老外滩。梅金达早已在约定的地点等候，并热情地接待了我们。几句简单的介绍和寒暄之后，梅金达带着我们走进一间包厢，为我们点了一壶茶。由于包厢的空间有限，梅金达和他的师弟还把较大的沙发让给了我们，而他们自己则

挤在一张小椅子上,对此我们非常感动。在采访开始前,梅金达提议先过目一下我们的采访提纲,以便稍后能更好地回答问题,同时他还安慰我们不要紧张,并为我们每个人都倒上了一杯茶。他的谦逊与和善使我们如沐春风,采访就在这样一种其乐融融的氛围中开始了。

梅金达随和开朗、谦和有礼,这应该与他拥有较高的学历以及多年的创业打拼经历分不开。在交谈中,他观点犀利、字字珠玑,对公司的经营理念和未来发展都有着自己独到的见解,这让我们深感敬佩。

梦想,舌尖上的搬运工

人生在世,总会有自己想要追寻的梦想。梅金达的梦想就是通过自己的努力,让家人过上更好的生活。

在商业界,如果想要长期立于不败之地,最重要的就是抓住时代脉络,跟上时代潮流。多年以来,梅金达只是致力于在传统产业领域辛勤耕作,并且至今还经营着一个规模不小的钢管厂。2014年,微商兴起,逐渐成为普通消费者购物的一个不容忽视的重要途径。正苦于不知该在钢管厂外开拓一个什么样的领域的梅金达迅速抓住了这一契机。他发现,微商蓬勃发展的背后是移动社交电商时代的到来。他认为,通过社交关系链上的口碑传播一定会带来更高的购买黏性,这在将来很有可能会替代淘宝、京东等弱黏性的网上店铺。抱着对移动社交电商的信心和憧憬,梅金达和他的几个伙伴对市场进行了调查和研究。经过几番调查,大家一致认为微商未来的发展前景不容小觑,于是决定一举“杀入”微商界。

冲是决定冲了,可是究竟做什么产品好呢?梅金达热爱旅行,善于观察生活。有一次,他和伙伴们外出周游,途经香格里拉时,碰巧是松茸收获的季节,机缘巧合之下,他们品尝了当地居民家里的松茸。农户告诉他说这是大自然给当地居民的馈赠,在别的地方很难有机会品尝到。味道鲜美的松茸使他产生了这样一个想法:有没有办法把这种山珍带到全国各地,让人们足不出户就能吃到大自然的美食呢?显然,特立独行的背后必定困难重重。众所周知,松茸的保质期非常短,如按照普通的采摘运输过程,大抵还没有到顾客手中,松茸便已经变质了。为此,梅金达可谓是煞费苦心。经过多方勘测和研究,他决定自己承包一些山头,并且组建自己的专业团队对松茸进行采摘、分拣、包装和空运。几经周折,梅金达最后终于成功地将整个过程压缩在16个小时之内,最大限度地保证了松茸的新鲜程度,成为将松茸引进宁波市场的第一人。

不谦虚地说，他们大概是当时所有松茸商家之中松茸从采摘到顾客手中速度最快的一家。

由此，松茸便顺理成章地成为梅金达微店的第一款拳头产品。但由于松茸受季节性约束很强，他们只主打一个产品的念头很不现实，因此他又打起了家乡特产的“主意”。众所周知，宁波慈溪和余姚的杨梅享誉全国，但是外地人却很难有机会吃到正宗的宁波杨梅。既然能把世界各地的美食引入宁波，那么为什么不把宁波的美食也推广出去呢？抱着这样的想法，结合之前在松茸上的实战经验，梅金达又开始着手开发杨梅市场。渐渐地，他们的微店开始小成气候，可惜松茸和杨梅都是季节性产品，每年上市的时间很短。梅金达认为经商之根本就是要尽可能地满足顾客的需求，如果只经营两种产品，就会让顾客的味蕾在很长的时间里处于“空窗期”，不如索性来个特色的季节性产品专营，于是，阳澄湖大闸蟹、舟山梭子蟹逐一进入视野，以“舌尖上的搬运工”为宗旨的“一季一品”顺利诞生。

“一季一品”团队一年工作九个月，从五月份开始到第二年的二月份。五月中旬到六月底卖杨梅，七月份香格里拉松茸上市，九月份推出阳澄湖大闸蟹，大闸蟹售卖结束时舟山渔民自己捕的梭子蟹上市，春节期间给企业定制海鲜大礼包，一月底收工，剩下的三个月用来休息、旅行和挖掘新的产品。为了实现产品推出的连贯化，“一季一品”甚至会在淡季穿插一些无利润的商品，避免流失顾客。

营销，整合多种资源

如何做一个好的微商？梅金达再三告诉我们，做微商选一款好的产品很重要，确保产品的品质更是重中之重。梅金达给我们讲述了2016年发生的一个真实案例。由于那年夏天的天气特别热，长途运输到北方的杨梅被高温催熟了，虽说还不至于变质，但是杨梅的品质已经大打折扣。这其实并不影响销售，尤其在北方，当地人对自然成熟的杨梅和催熟的杨梅本来就缺乏区别能力。但是梅金达坚持把这批杨梅全部倒掉，一颗都不卖，因为他不希望任何一个低质量的产品被送到消费者的手中。如果把这些杨梅卖给客户，无论顾客是否投诉，都会影响产品的口碑。梅金达说，“一季一品”要以产品为生存的法则和根本，坚持以人品鉴产品、以产品鉴人品。

做微商，粉丝维护也非常重要。梅金达非常注重与消费者的互动，我们采访时，他的微博粉丝已经有3万多人，微信粉丝也已经有1万人左右。他认为

只有让消费者直接接触到产品源头,才能够增加对微商的信任度,为此,“一季一品”举办了很多的活动。2015年,“一季一品”在宁波高档酒店威斯汀的顶楼举办了一场松茸品鉴会,梅金达和他的伙伴们亲自向大家展示了如何用不同方法烹饪松茸,并且邀请了许多有一定影响力的网红和微博大V来做嘉宾,希望通过他们的影响力把“一季一品”的产品推广出去。同年,在大闸蟹上市时期,“一季一品”又组织了许多大客户一起去阳澄湖养殖基地,向大家展示如何现场捕捞大闸蟹,并邀请电视台全程跟踪拍摄。所谓眼见为实,这些活动无疑增强了消费者的体验感,展示了“一季一品”确实会保障消费者“舌尖上的安全”,实现了与客户的直接交流。

与一些只重视线上营销的微商不同,梅金达和他的伙伴们认为与线下媒体的互动也很重要。“一季一品”与宁波电视台有着长期的合作,会不时地围绕“一季一品”的主打产品进行美食节目的录制与拍摄,他们会通过与主持人的互动向消费者普及产品知识,宣传企业形象。每逢大闸蟹上市的时期,“一季一品”会专门录制大闸蟹的专题节目,向观众介绍大闸蟹的产地,并指导如何识别正宗阳澄湖大闸蟹。当松茸上市的时候,“一季一品”会录制节目介绍松茸的等级区分与烹饪知识,讲解松茸对人体的益处。节目播出后,大闸蟹与松茸的销量与之前相比均提高了不少。他们还与宁波广播电台 FM104.7 合作,推出了“打电话就送票”的活动,凡是节目时间打进电话的听众,均赠予一张印有“一季一品”广告的游乐园门票。

“一季一品”的线上营销强调精准化,追求活跃粉丝数量的提高。梅金达曾试图在微博上推广他们的公司,但是效果并不显著。于是他立刻改为在微信私人号上营销,通过分享链接到朋友圈以及加上评论,来精准地寻找目标客户。但他从不主动加客户,而是让有兴趣的客户来加自己。梅金达解释道:“如果是你去主动找人加,别人就算加了,也未必会买你的产品,因为对方是不是目标客户其实很难说,反而可能影响群里的氛围。”

与大部分热衷于发展代理和下线的微商不同,为了高度维护企业的名声和消费者的权益,“一季一品”对分销商的选择十分严格。梅金达认为,企业最重要的不是卖出产品的数量,而是企业的口碑。他认为,分销商需要有一定的经验,并且要在本地区或本行业拥有很好的关系资源和背景,这样他才会考虑与之合作。在这一理念下,“一季一品”严格控制分销商的数量,追求少而精,宁缺毋滥。但是一旦吸收为分销商,“一季一品”就会花大力气进行培养。他们为分销商设置了多个层级的目标和激励机制,想方设法调动分销商的积极性;梅金达和他的伙伴们也会不时地对分销商进行培训,通过现身说法来推

广“一季一品”的文化和价值观。

售后,让顾客无可挑剔

众所周知,售后服务在生鲜电商的领域里是个难题。由于产品自身的一些特性,在运输途中难免会产生各种损耗。对此,梅金达的办法是,“一季一品”的每箱货物除承诺给顾客的数量以外,都会额外多装一些,以免产品到达顾客手中时,出现部分产品已经损坏的现象,造成顾客的损失。为了追求良好的口碑,梅金达的团队对售后服务处理方面有着严格的规定:若是一箱杨梅超过十颗变质,无条件赔偿;超过三分之一变质,则全部退款并且道歉。梅金达认为只有做出明确的规定才能给予消费者足够的安全感。他对我们再三强调说,作为一个有良好口碑的微商品牌,“一季一品”以实现“每个客户的不满意最终都能达到满意”为目的,所以必须要做好售后服务。有一次,一客户故意找碴儿,将比较大的杨梅吃完,剩下一些比较小的杨梅。他将这些小杨梅放在秤上称重,表示这些杨梅没有达到“一季一品”所说的平均每颗 30g 的标准,还拍照片发给梅金达看,要求“一季一品”进行赔偿。梅金达与这位客户进行了耐心的沟通,明知对方故意占小便宜,最终还是决定全额退款。面对员工的不理解,梅金达说:“作为商家,我们遵循‘顾客至上’的原则,尽可能做到全方位满足顾客需要,努力让无理取闹的顾客也对我们无可挑剔。”

微商,事业与兴趣的结合

当被问及为什么会选择微商这一行业时,梅金达表示他喜欢微商这一行业,是因为工作时间和空间是相对自由的。相较于传统行业来说,微商只需要通过手机或者电脑即可实现产品的销售。他们可以自由选择工作的时间和想要销售的产品。梅金达和他的合作伙伴热衷于旅游,他们希望能够在旅游中发掘一些高品质产品,帮助当地人把这些产品推向全国。而微商的特性,无疑可以将他们的想法变成现实。“一季一品”主打生鲜类食品,因此淡季和旺季的特征非常明显。梅金达认为这对于他们来说既是一种挑战也是一种调剂。在淡季,他们能够趁这个时间段休息放松,缓解工作的压力。梅金达对我们表示:“今年等杨梅下市,我们要去马来西亚旅游,顺便和当地厂商谈一谈关于燕窝的合作。”他们能够在旅游的过程中享受快乐,享受自由,享受美食,并将自己享受到的产品引进企业,让更多的人享受到这种快乐。

梅金达建议,每一位即将创业或者正在创业的人,一定要将兴趣与事业结合在一起,没有兴趣的事情只能是工作,永远成不了事业。



梅金达与采访小组面谈

采访后记

从热爱旅游、热爱寻找美食,到把兴趣当作自己的一份事业,梅金达和他的伙伴们从初出茅庐时的毫无经验,一步步摸索发展到现在的大团队,成功做到了兴趣与事业的统一。他与他的团队,抓住了中国生鲜电商的发展机遇,靠着独特的经营理念、特色鲜明的产品与近乎苛刻的质量把关,一举在国内崛起。虽然在创业中也曾面临困难,也曾彷徨不知所措,但是梅金达在创业的道路上一路走来,一直充满激情。他的故事充满正能量,是新时代年轻人追求梦想的一个典型,他让我们也开始憧憬起自己的未来。

通过这次采访,我们对创业和微商行业有了新的了解与认识。对于创业,我们认为把握时机与拥有勇气一样重要。在创业中不要害怕失败,因为挫折和失败是创业的必经之路,不能因为一次失败而放弃,不要“因小失大”。创业的行业选择不应盲目跟从,蜂拥至一个看似很火爆的行业,而应在生活中找到自己感兴趣的行业,将这一行业美好的、有价值的东西带给更多的人。兴趣是坚持下去的一个很大的理由,找到让自己不放弃的理由是创业尤为重要的一点。对于微商行业来说,很大一部分的销售靠朋友圈,“以人品鉴产品,以产品

鉴人品”极为重要。一个微商企业的成功靠的是日积月累的产品好评与消费者使用后产生的信任,做微商一定要脚踏实地,只有诚信才能真正获得和留住粉丝。



教师点评

相比其他领域,生鲜电商,尤其是价格较高的高端生鲜电商领域,有很多特点,如产品难以标准化,需要体验式消费,其销售对电商企业的诚信具有更高的依赖度等。如何做好生鲜产品的微商,“一季一品”提供了一个很好的参照。我们曾经亲身体验过“一季一品”的产品和活动。在我们看来,“一季一品”能够在高端生鲜产品领域做得风生水起,个性化而精致的产品、线上线下互动的活动、对客户体验的高度关注,是三个最为关键的因素。而能做到这三点,是因为有一帮喜欢玩又愿意打拼的创业伙伴,真正把“一季一品”作为自己的生活方式而非一份工作。