

听,是梦想生长的声音

——周口青网科技园创业故事汇

□记者 李辽 郭坤 文/图

立春时节,生机萌动;虎年伊始,蓄势待发。

2月9日,位于开元大道6号的周口青网科技园(周口青年电子商务产业园)已经告别春节假期短暂的静默,入驻企业陆续复工复产。当晚9点半,园区8号楼2500平方米的一层灯火通明,正月初五就已复工的周口莲菜网仓配中心分拣、上架、配送等职位的工作人员将在这里接茬忙到第二天8点多。忙碌的他们,也点亮了园区的夜。

周口经济开发区党委、管委会采取“腾笼换鸟”策略于2019年签约青网科技控股集团,通过“以商招商”唤醒了这片占地200余亩、总建筑面积15万平方米的闲置土地、厂房。作为布局中原的第一站,青网科技控股集团发挥自身资源优势,将这里定位成一个极具青年特色的中小企业一站式综合服务平台,引入跨境和内贸电商、大数据与互联网平台、数字文创等多种新兴业态,试图打造数字经济时代的新经济产业集群,赋予了这里蓬勃的朝气、无限的可能。

青网赋能园区,吸引更多创业者怀揣财富梦想入驻。然而,市场向来波云诡谲,“数字”又在不断催生变革,梦想如何落地开花?

躬身入局者,或许最清楚。

康俊红:世界很大 机会很多

2月9日,正月初九,周口松果网络科技有限公司春节后上班第一天。

当天,曾经的合作伙伴要南下深圳,负责人康俊红向他告别、祝福后,开始谋划如何在重新选择的跨境电商平台上多开几家店。

去年8月,康俊红主打的那家跨境电商平台突然“暴毙”,其在平台上精心经营两年的十几家店铺损失惨重,60多万元货款付诸东流,导致公司资金链断裂,业务陷入停摆。

转型Tiktok(国际版抖音)群控失败后,至去年12月,松果网络无奈裁员,合作伙伴心灰意冷,与康俊红和平“分手”。

尽管平台倒闭让康俊红很受伤,但他依然对跨境电子商务充满信心。这与他自大学毕业后一直从事销售收获的经验教训有关。

2011年从北京一所大学毕业后,康俊红选择留下体验大城市的精彩,先后进入房产中介机构、度假服务机构从事销售工作。然而,这两份工作只是为了生存,他并不适应每天要面对各种各样陌生人推销产品的生活,职业倦怠与日俱增,对北京这座城市也越来越疏离。

2013年,应朋友邀请,康俊红南下深圳,加入朋友的团队卖了1年左右的学习机,“慢慢地,市场也越来越小”。

还不如在家门口赚钱。2014年,康俊红不再外出,应聘到周口一家牛肉制品公司工作,后负责该公司洛阳区域的销售业务。



青网科技园

2016年,洛阳区域代理出现空白。康俊红顺势接下代理资格,准备大施拳脚。然而,市场却给他狠狠上了一课。“我们的真空包装制品主要依靠春节消费,当年,我瞄准当地一家大型超市提前就做好了准备。没想到春节时,超市与陕西一家牛肉加工厂直接对接,进了一批新鲜腌制牛肉……”1年多以后,在洛阳市场赔了30万元左右的康俊红铩羽而归,转行卖起了家具。

说起从学校毕业就一直从事销售的这段经历,康俊红自嘲道:“上班时业务不拨尖,做代理时又赔钱。那几年我不停地在折腾,也一直没成功。”

并非一无所获。几年走南闯北的销售经历让康俊红意识到自身的短板和传统销售的局限性。但当时,国内电商的门槛已经很高,思前想后的康俊红始终没有下场试水,“已经错过了开店就有流量的时代”。

2018年年底,一个偶然的机会,康俊红接触到跨境电商,为自己打开了一个销售领域的新世界。

“世界很大,机会也更多。”几乎不假思索,康俊红充满兴奋地投入其中,花费数千元学习跨境电商知识。很快,他就是一家跨境电商平台上开了自己的第一家店铺,一点一点地研究经营之道。2019年年初,颇有心得的康俊红与彼时松果网络的负责人一拍即合,帮助松果网络成功转型跨境电商。从最初一天一单、两单,到一天几十单、近百单,康俊红慢慢将跨境电商业务越做越好。

2020年8月,康俊红将松果网络搬到青网科技园,又招聘十几名年轻员工将业务进一步拓展壮大,一天六七千元的收入让康俊红和合作伙伴很满意。

就在康俊红享受“小富即安”的状态时,1年后平台的突然“暴毙”给了他当头棒喝,也让他意识到跨境电商的野蛮生长环境已经不复存在。

“尊规规则,规范运营才能将生意

做得持久。”尽管合作伙伴已经放弃,但康俊红依然认为跨境电商有广阔空间。去年底,又慎重选择一家跨境电商平台后,康俊红开了第一家店铺。有操作经验自然驾轻就熟,店铺很快便有了生意,于是今年,他便准备再多开几家店铺。

同时,康俊红还决定进军直播带货领域,国内国外“两条腿”走路,“自己出镜,就地取材,专卖周口农副产品。目前,还在研究学习阶段,今年一定要做起来”。

面对记者“会不会已经晚了”的疑问,36岁的康俊红乐观自信地回答:“互联网上机会更多、舞台更大,数字经济时代,每一个人都自带流量,没有晚不晚、只有做不做。我不怕失败,怕的是没方向。慢慢来,总能走出自己的路。”

胡新:深耕一域 谋划全局

2月10日,记者在周口莲菜网络科技有限公司见到总经理胡新时,他刚刚从周口娃哈哈恒枫饮料有限公司洽谈深度合作回来,“想与恒枫合作定制化产品”。

国内饮料市场群雄逐鹿,各大知名品牌的竞争早已进入白热化,从商多年的胡新不可能不知道,即便有独特配方,想分一杯羹也几无可能。他为何会有如此想法?

“专供餐饮店精准营销,细化渠道精耕市场。”胡新微笑着解释。

是啊,竞争白热化的饮料市场早已让消费者品牌忠诚度大大降低,走进餐饮店后,他们的选择面陡然变窄,期望值立刻降低,在店内随机选择饮料的概率就会大大提升,此时,餐饮店的推介便可以见缝插针……理论上可行!

但真正能让这种理论落地实现的关键,还是胡新手中的终端资源:目前,周口莲菜网SKU(库存量单位)数量4500+,覆盖周口市80%的餐饮

终端。

从源头采购、品控入库、精心分拣、安全配送、专业服务等方面实现标准流程化管理,莲菜网对于餐饮企业,可以说是一个解决运营痛点、难点的利器,它不仅大大降低了餐饮企业的库存成本、运输成本、自然损耗,还释放了人力资源,且擦除了采购过程中可能存在的灰色利益空间。所以,2018年莲菜网在周口落地运营后,便大受餐饮企业欢迎,覆盖餐饮终端数量成几何式增长。它的操作极其简单,只需要在每天上午12点30分至晚上11点,在客户端下单所需食材,第二天莲菜网将在指定时间将这些食材保质保量送至指定地点。

将莲菜网引入周口足见胡新把握商机的能力,多年来愿意思考、研究市场带给他相当大的裨益。

淮阳人胡新最初与记者算是同行。1995年至2003年,胡新先后在河南省社科院主办的《企业活力》、省文联主办的《南腔北调》这两本经济类期刊从事运营工作,接触到大量商业领域的人和事,善于思考的他通过这些人和事不断打开眼界、增长阅历。

2003年,胡新辞职从商,在河南一家食品公司担任分公司负责人,远赴兰州拓展西北五省市场。2005年,因为要照顾家庭,已经做出一番成绩的胡新回到郑州担任一家大型连锁超市的店长。3年分公司、2年商超的工作经历让胡新对食品销售和终端配送有了深入的了解。

2008年,胡新第一次创业,奔赴济南从事海鲜水产加工销售,与餐饮企业开始深度接触。在此期间,胡新逐渐了解到餐饮企业在采购渠道中遇到的质量不规范、中间价格虚高、安全无法保障等痛点和难点。结合此前的分公司销售和商超配送经验,渐渐地,他在脑海中形成了一个餐饮供应链的模糊雏形。

2015年,胡新回到老家周口开始二次创业,进入冻品食材采销领域。经过调研胡新发现,周口的冻品食材良莠不齐,劣质食材不按套路的“拳打脚踢”让国内知名品牌在周口的市场地位很尴尬。食品领域,产品始终为王。胡新没有浑水摸鱼,而是果断拿下安井在周口的市场总代理。成功代理安井后,胡新对餐饮渠道、商超渠道、传统分销渠道进行深耕,采取“农村包围城市”的策略,围绕用户需求在服务上做文章,用了3年时间将代理的产品在乡镇铺市率达到75%,在主流商超铺市率达到100%,在周口各县市区都有成熟优质的分销伙伴。2016年,胡新在代理安井食品的基础上增加了华英、正大、鸿津等品牌,产品体系得到丰富,逐渐形成了冻品食材一站式采购平台。

胡新通过在冻品食材领域深耕销售渠道,为后期事业的腾飞奠定了坚实基础。

(下转3版)