



最炫民族风才刮过不久,长沙又兴起了一股最炫“国货风”。从国产护肤品到国产体育用品,再到曾经的国产名牌自行车,这些上一辈人的回忆和念想,如今正被年轻人当做时尚在追捧。精明的商家深谙此道,打着“振兴国货”的旗号,网店、实体店一体化,挣得盆满钵满。

■记者 何梦青 实习生 谭金果 陈超奇

老国货换新颜,国内国外潮爆了



啾啾的小店

创业时间:2008年开网店,2009年开实体店
创业成本:6万
年收入:10万

物以稀为贵型

店主啾啾本来是长沙水泵厂的职工,由于不喜欢过于安逸的生活,便辞职做起卖老国货的生意来。

“跟那些高档外国护肤品相比,国货护肤品有很多优势,都是根据中国人自身的皮肤特点研制的,相对比较温和,一般不会出现过敏症状。而且价格相对便宜一些,因此只要客源充足,薄利多销不是问题。”

2008年,啾啾的网店主要是卖大宝、百雀羚、肤美灵、郁美净、宫灯等老国货经典品牌,“在追捧欧美日韩货的年头里,开店之初很是困难。”啾啾说,她只能使劲压低价格,每件产品只赚一两块钱,“几乎是

只赚信用不赚钱,甚至还要亏的士费。

渐渐地,啾啾的生意越做越开。“网店做到两三钻的时候,长沙的供销商已经难以满足需求了,我就直接与公司联系,或到湖南总代理处拿货。”2009年,啾啾的实体店开业了。

在这个十平方米的小房间里,啾啾充分“钻空子”,货架上塞得满满的。无论是网上热炒的新生代老国货品牌,还是老国货的经典代表,都能在货架上找到。在长沙要找到这样一家国货护肤品专卖点的店铺还真的挺难,啾啾的小店显然“物以稀为贵”。

延伸阅读

国内地摊货,国外奢侈品

●2005年,法国人派特斯·巴斯蒂安在上海街头发现了一种廉价球鞋——飞跃,并为之倾心。于是他与设计师成立了“飞跃”创意小组。2006年2月,面向欧美市场的新“飞跃”系列诞生,这双中国地摊上的廉价鞋子被卖到了每双50多欧元。

●2006年10月,LV爆出一只大家熟悉的地摊货——红白蓝尼龙袋。这只见证了上世纪90年代中国城市化进程的“蛇皮袋”,在印上LV邮戳后,标价到令人咋舌的20000元,宣告了这件老国货的身份蜕变。

●2007年,CK推出了“千层底”:黑色的布面、胶底白边,鞋面上有一截松紧带。在印上细密的CK标志后标价为490元,而中国地摊上这双“农夫鞋”的价格是8块钱。

记者手记

与其追赶他人脚步,不如自身发扬光大

近几年,曾经销声匿迹的老国货不断出现在国外设计师笔下,也许正因为如此,老国货才渐渐开始唤醒国人的记忆。

这绝不是单纯的时尚品位和眼光的问题,缺乏品牌包装意识长期困扰着我国诸多企业的发展,明明是国宝,却宁可亦步亦趋追赶别人的脚步,也不愿将自有品牌发扬光大。不过话说回来,老国货虽好,但毕竟是上个世纪的东西,相对于新生代,无论从视觉上、理念上,都无法激起消费者的购买欲望,如果只是单纯沿用以前的设计,恐怕也很难再被现代人接纳。当然,除了质量过硬、价格合理之外,企业更应该关注的,或许是如何包装和维护品牌。

创业支持

个体经营户可申请贷款

随着消费者的购物观念日趋理性,性价比高的老国货市场潜力巨大,老国货也开始重新受到国人的青睐。当然,好产品还要有好包装,还要有好创意。只有好品质加好品牌的产品,消费者才会心甘情愿地为之掏腰包。做生意,融资是关键。文中的“运动户外硕杰专营店”的店主通过银行贷款20万元,并成立了公司,有了银行提供的资金保障,生意也越做越好。“啾啾的小店”、“运动户外硕杰专营店”、“远行自行车行”这三家店主提供的产品齐全、品质优良、服务态度一流,能满足客户的需求,并且店主们善于利用电子商务平台,采用网店和实体店相结合的经营方式,扩大了产品的销售。

创业者如选择与一家优质的金融机构进行合作,能让事业如虎添翼。中信银行个人金融服务为个体经营户提供全方位的金融服务,专业、快捷、灵活的个人经营贷款政策为经营户提供及时的资金支持,个人经营贷款、信用卡、网上银行、POS机等金融业务为经营户提供安全、方便、快捷的金融服务。咨询电话:0731-88092247 周先生 ■中信银行长沙分行伍家岭支行 客户经理 刘超

运动户外硕杰专营店

创业时间:2010年开网店,2011年开公司
创业成本:20万
月收入:3万

回力鞋在国内有着40多年历史,一双几十块钱。如今这个日渐没落的品牌在欧洲已成为畅销货,且身价至少翻了25倍,一双达到让人惊愕的500元。如今长沙的回力鞋市场也正在悄悄发展壮大。

2010年,程硕夫、杨杰大学毕业后,叫上另一朋友准备自主创业。

“当时刚好碰上国货回潮,曾经火极一时的回力鞋蕴藏着无限商机。”三个小伙瞅准了这一点,在井湾子附近租了一套房开起了网店。由于三人对电子商务一窍不通,网店起步时,生活很艰苦,大家感觉很迷茫。

半年后,那一名同学迫于家庭和女友的压

力,选择了离开。但程硕夫毅然决定和杨杰一起坚持。

于是他们开始做店铺推广,黑白颠倒,生意也开始有了起色。2011年8月份,他们贷款20万创办了长沙硕杰服装贸易有限公司,开起了网上商城。有时候,一天能卖出几百双。今年情人节,回力鞋更是大受欢迎,一个经典款就卖出1300多双。

“回力鞋如此受追捧,还是缘于外国品牌无可比拟的优势。回力鞋用料足,鞋底很结实,不会断裂也不会磨损;价格也便宜,最重要的是,回力鞋至少承载了三个年代的人的回忆。”



与时俱进型

远行自行车行

创业时间:2008年开网店,2011年开实体店
创业成本:10万

拥有一辆凤凰牌自行车曾是上一辈人时尚和品位的体现,自行车后座上曾载着多少人的青春和爱情。

远行自行车行的老总李先生,由于对自行车的热爱,毅然决定开国产自行车行。

2008年底,李先生开了网店远行bike,

2011年4月,远行自行车马王堆店对外营业,不到一年时间,远行自行车行在长沙市内的分店已经达到五家,长沙以外地区也

已有两家分店。“车行扩展很快,主要还是得益于自行车发展态势强劲。”李先生表示,城里人越来越提倡出行环保健康,自行车自然成了最佳选择。现在,长沙买自行车的人多了很多,也建立了不少自行车俱乐部。

“国外的自行车品牌比较少,价格也很贵。而中国本来就是自行车生产大国,质量也不错,价格也便宜很多。”李老板决心把国产品牌重新做起来。“做自行车生意,价格一定要公道,其次是品质要有保证,品种也要齐全,要能满足客户的各种需求。”李先生说,车行卖得最好的品牌有千里达,其次还有很多国产老牌子,诸如凤凰、飞鸽、永久等都备受自行车爱好者的青睐。

