

创业

调查

一个“小女人”的创业经： 在男人行业赚钱



创业者无非有两种：一种为了创业而创业，为了体现自我存在价值而顺带赚点钱；而另一种是为了赚钱而创业，因为生活所迫容不得他们选择。尚筱芳，就属于后者。“成功是需要坚持的。他们要比别人付出更多，才能造就今日的成功。”尚筱芳说，创业最需要的不是资金与才智，而是勇气与坚持。
郑州晚报记者 沃林婀娜
实习生 陈冉/文
周甬/图

在“男人行业”中创业

从2006年到现在，尚筱芳在郑州成功经营着一家建材公司。经过七年的辛苦打拼，她学会了如何在这个男性主导的行业中脱颖而出，并赢得客户及同行

的尊重，渐渐地在圈子里她有了知名度，生意也越做越大。

在没有下海之前，她曾是国内一家铝业公司的销售经理，“那几年正是建筑行业发展的黄金时期，

所以业务很好做，收入颇丰。”

可能在她心里早就种下了一颗“做老板”的种子，她在和家人朋友商量后，决定拿下这个厂家的代理权。

连生病的时间都没有

现在这一切，也实属来之不易，“几乎从一穷二白开始。”筱芳说：“做建材行业前期是很困难的，投入大，但回报慢。”

“代理是拿下来了，但是第一次进货厂家需要全额付款。”她拿着自己存下的10万元，和向亲戚

借的25万元，进了第一批货。就这样开始了自己的生意。

那时候，筱芳把所有能干的活都干了一遍：店里没人，个子不高的她自己抱着六米长、十多公斤重的铝条卸货装车，做会计、做内勤……

“当时我一天都不敢喝水，上厕所要跑很远，怕上厕所期间会有客户来，甚至饭都顾不上吃。”筱芳说，创业初期她连生病的时间都没有，“我只能马不停蹄地奔跑，从不敢停下。”

每天都得证明自己

尽管已经取得了这么大成，筱芳仍然要经常面对性别偏见：每天她都得证明自己。

虽然公司员工和客户佩服她的专业能力，但她仍必须让潜在客户和初次见面者

相信她的能力。“在这个男性主导的行业内，我必须很快展示出自己的专业知识和能力，否则就会被客户认为太业余而不予考虑。”

“建筑行业的人都很浮躁，

但是我必须让我的客户都平静下来。”筱芳说，为了能让客户接受自己，她脑子里要装有很多知识来和客户沟通，“国际形势、行业趋势……什么样的话题我都要了解、去学习。”

抱着感恩的心做生意

筱芳说她最喜欢的一句话就是——做事如同做人，只有做好人了，才能做好事。

筱芳说，只有把员工当成宝贵财富，员工才能为企业不

遗余力地创造财富；只有对员工常抱感恩之心，并以具体行动向员工感恩，员工才能以主人翁的姿态回报企业。

“做生意应该抱着一颗感恩

的心，一定不能忘记刚开始帮助过你的人。”筱芳说，现在生意做得不错了，她准备要好好犒劳一下自己的员工：“每年组织大家去旅游，效益好了多发奖金……”



【创业热线】(9:00至17:00)
记者手机 18625786205
15343712892

【新浪官方微博】
郑州晚报创业者俱乐部
【腾讯官方微博】
郑州晚报创业者俱乐部

【QQ群】156963504
【记者QQ】734778182

【微信号】chuangfw



记者手记

勇气和坚持是永恒不变的成功来源

筱芳说，在创业路上牺牲的人，往往都是不注重细节管控，从而累积成致命的大错。

其实每个人都去面对生存的压力和生活的苦难。如果你一开始就选择逃避，那么你一定从一开始就选择了失败。

“成功路上最心酸的是要耐得住寂寞、熬得住孤独，总有那么一段路是你一个人在走，一个人必须坚强和勇敢，更何况是一个女人？”筱芳说，人的一生没有过不去的坎，跨坎的原动力在自己。

白家陈记新商标发布剑指百亿市场 未来白家将在独特美味与健康方面持续开掘

11月12日，白家陈记在郑州召开了新闻发布会，确定了白家新的商标，消息经媒体一发布，立即在国内外同行业引起极大关注。白家粉丝的营养、健康、保健特性将引领未来方便食品的升级方向。商标确定后，对白家陈记海外市场的扩大也起到重要作用。

“丁零零”，11月17日，白家总裁助理任伟接起了电话。“你现在在英国旅游？你在那里的商店看到我们白家酸辣粉啦？对对对，我们有出口到英国的……”任伟说：“很多朋友跟我说，他们去国外，哪怕是在一个小镇上，都能在当地商店的货架上看到白家粉丝。”

郑州晚报记者 樊无敢

中国方便粉丝进入纽约市场

“2001年，我们开始做出口，销售额只有十来万。”任伟回忆说，那年，有个名叫杨百万的成都老板移民到了纽约，“五一”长假回成都玩儿，临走的时候，他的家人给他装了一些四川的小吃，牛肉干、豆腐干，也装了几包白家的酸辣粉、肥肠粉。他回到纽约的时候，大概是晚上七八点钟，觉得肚子有点饿，就泡了几包我们的方便粉丝，吃完之后感觉非常好，马上给他国内的公司打电话，要求把这个产品带过去，第二天他们公司就来找我们。

“这个产品当时我们只在成都市场卖。”任伟说，好运的到来让我们陷入苦思，怎么可能出口到美国呢？不过那边却理理这些，坚持要求代理。

那时候的白家刚刚起步，国内市场已经供不应求，再加上出口食品需要获得一系列资格认证，办理各种手续，光是车间改造就要花几十万，况且这笔订单只是几百件的小订单，

很多人都不赞成做这笔生意。任伟说：“当时我们总裁认为，这是白家走出国门的一次大好机会，因此这笔订单，接！”

在2001年8月，白家食品拿到了出口食品卫生注册证，一个月后，白家粉丝通过了美国FDA苛刻的检测认证，第一袋白家方便粉丝出口到洛杉矶。“当时出口了几百件，可以说是供不应求。我们得到的反馈是，这批粉丝在美国上市后立刻就被‘一抢而光’。不久后，我们就接到了第二笔订单，这次达到1000多件。而且，经销商还要求我们将两件产品捆绑在一起，因为当地消费者经常都是两件地购买。很快，白家粉丝就从美国东部延伸到了西部市场，4年后，白家食品的一系列产品已经摆上了美国各大超市。”

从2001年11月白家食品取得自营进出口权开始，白家方便粉丝陆续出口到东南亚、北美、大洋洲、西欧等40多个国家和地区。任伟说：“2012年白家粉丝的出口产品价值3000多

万元，这约占我们年销售额的10%左右。一袋几块钱的粉丝，卖出了三千多万，那代表过去一年，全世界有近千万人吃过白家粉丝。”

三十年进军国外主流市场

时代已今非昔比。曾经填补了方便粉丝市场空白的白家粉丝今天面对的是一个风起云涌的市场。

一位经营粉丝的企业老板算了一笔账：6公斤鲜红薯可加工出12碗全薯营养粉丝，而1公斤鲜红薯的成本约0.3元，1碗全薯营养粉丝价值5元，所以，6公斤鲜红薯价值约1.8元，而12碗全薯营养粉丝价值60元，由此，红薯粉丝使红薯增值34倍。

现在，算透这笔账的绝不止白家陈记一家。方便粉丝企业遍地涌现，除白家粉丝、光友薯业、扁担姑娘等品牌外，山东龙口的传统粉丝企业也在投资方便粉丝，而且，方便粉丝行业几年来30%以上的增长速度也让面临行业饱和和局面的方便面

企业垂涎三尺，目前，华龙、统一、南街村等方便面企业均已推出方便粉丝。

目前，方便面市场规模已有五六百亿。那么，方便粉丝有多大的想象空间？任伟认为，未来5~8年，方便粉丝在国内的市场份额完全可以从不足10亿扩大到100亿。

“早在进军纽约之时，我们总裁就制定了要用三十年的时间建立一个‘初具国际化雏形’的企业的规划，这是个很艰苦的过程。”任伟介绍说，“规划分三个十年，第一个十年是进入海外华人市场，先出国适应当地的法律法规，建立品牌的认知；第二个十年叫渗透进主流市场。就像我们有时候会买一些进口食品吃，老外有时候也会购买一些中国的食品，但是他们不认为是他们的食品；第三个十年呢，就是我们对法律法规、这些习惯都熟悉了，销售渠道也有了，那我们就开始大规模去做，学可口可乐、百事可乐进入我们国家一样，进军

他们的主流市场。到时候就要做适合所在国的品牌包装啊，甚至起个英文的商标啊之类的，然后在当地打广告，建分公司进军主流销售渠道。”而现在，白家陈记提前进入了第三个十年计划。

“我们的目标并不仅仅是卖产品，品牌才是生命线。”任伟说，长期以来，方便粉丝由于在食用方式上与方便面接近，一直生存在方便面的巨大阴影之下，受制于方便面多年受到的诟病。不过，方便粉丝在目标消费人群、味型味道设计、价格体系设计上与方便面有很大不同，白家方便粉丝未来还将更注重体现自身的差异化和特色化。

据了解，白家方便粉丝主要以红薯淀粉为原料，红薯被世卫组织评定为十大健康蔬菜之首。方便粉丝的营养、健康、保健特性尚未被充分认识，白家方便粉丝未来将在独特的美味与健康的特性方面持续开掘，引领未来方便食品的升级方向。