

电商新生代： 向大佬致敬 为我们喝彩

在这群80后、90后眼中，这是一个最好的时代，给他们一部手机，他们就可以与世界做生意；这又是一个血腥的江湖，在电商战场上，他们踩着同行的“尸体”艰难成长。电商新生代们内心崇拜马云、刘强东这些电商大佬们，但他们觉得大佬们也并不是不可企及。他们有个性，有激情，敢想敢干，这些品质让他们有底气认为自己就是下一个马云、刘强东。 郑州晚报记者 潘登 文/图



3月1日周六上午，一场电商交流会上，淘宝前技术负责人“鬼脚七”言语肆意、意气飞扬，正在分享他关于自媒体时代、移动互联网环境下的电子商务心得。

场内座无虚席，满眼都是充满渴望与勃动神情的80后、90后。交谈中，个个都是创始人、CEO、董事长。

数年前还被认为“不靠谱”的电子商务，如今气势汹汹。双11、情人节、国庆节、春节等，电商带来的冲击，已经让传统商企心生敬畏，主动抛出橄榄枝和玫瑰花，寻求合作生财之道。

从PC电商到移动互联网电商，经过微博、微信、微视等自媒体的发酵，电商江湖的门槛被众多后生踢烂了，门里面江湖波涛汹涌。

后生可畏，这是商界大佬们的心声。我们采访了郑州本地的几位新生代电商，聆听他们的故事。

90后团队的大企梦

张栋梁本人出生于1990年，在注重细分市场的电商世界里，他独辟蹊径，创办全景看房网站，在线为客户提供写字间租售服务。

大家都传说，张栋梁手下聚集了一群小孩，长得都很稚嫩，平均年龄22岁。去了之后，才相信这不是传说，是电商江湖里的真实故事。

就是这样一个90后团队，把一个成立之初只有1个人的公司办成业内

的唯一，有了一支十几人的队伍，“我们的成功不可复制！”

他们虽年轻，但很专业，有专业的网络营销中心、网站运营中心、广告营销中心、技术研发中心、市场风向研究中心等七大职能体系。

“大企起于合作”。张栋梁们并不自大自闭，他们想成为世界名企，主动出击寻找合作伙伴。

电商江湖，“不进则退”。张栋梁

们又保持难得的清醒，他们不断创新，最大限度地满足客户的需求，增加客户的体验度，同时不断开辟新的营销途径。

张栋梁自信、乐观、风趣幽默，人缘极好，喜欢冒险喜欢挑战。他的小伙伴们像打了兴奋剂一样，为了心中的那个梦想，干劲十足，坚守、成长。他们人生辞典的关键词是：专注、独特、No.1。



张栋梁

打工、做老板都要努力

网店店主，身处电商江湖低端，但其整体分量，任何大佬不敢小觑。

85后女孩房红岩从2011年6月份才开始正式开网店，目前已有4个淘宝店铺，一个拍拍店铺，下一步目标是创建一个团队，进驻天猫商城。

不受约束，可以发挥自己擅于沟通交流的特长，这促使她选择“触电”。

网购很方便，也很容易让人上瘾，网店圈子的创业奇迹让不少人蠢蠢欲

动。但自己开网店却不是那么容易。

开店之初，进货、拍照、制作图片、上架宝贝、优化商品、店铺装修等工作，全部靠她一个人完成。有的时候，订单非常得少，吃饭房租都难以维持，让她打过退堂鼓。

为了做好网店，她牺牲了很多的时间。生活中的她喜欢K歌、打羽毛球、跑步，但开店之后，她的大部分时间坐在了电脑前。

在同龄人还在为别人打工的时候，她自己做了老板，成为同学朋友羡慕的对象。

“并不是自己当了老板就很轻松了，相反，自己平时的压力是很大的。”房红岩说。

她认为，给别人打工也好，自己做老板也罢，有一个共同点，都需要努力。人一旦有了懈怠的工作情绪、消极的人生观，任何事情都难以做好。



房红岩

肄业生的电商之路

85后的他打扮随意，脸上青涩未完全褪掉，只有开口说话，你才相信他已经在电商江湖打拼多年。

他从小就让父母放心和骄傲，聪明，学习好。上了大学，除了第一年学费是家里拿，他再也没从家里要一分钱。他学计算机，学以致用，为十几家网吧提供技术服务，2003年每月就能挣到五六千元钱。2004年他偷偷退了学，到了深圳，跟人一起做网站，手头渐渐攒了些钱。直到2006年，父母才知道他辍学的事情，也无可奈何。

小富即勇，2007年，他玩起了跨境电子商务，赔进去几十万元。人生中的这次失败让他没学“乖”，他没沉沦，也没收敛。

2008年底，他回郑州找工作，上去就应聘一家国家级行业网站的运营总监兼技术总监，他不知道面试他的就是这个职位的总监。他没有被委任为总监，从基层做起。别人要花上至少两年时间才可能做到总监的位置，他花了4个月，他应聘的那个位置终究是他的。

他的独立个性继续张扬着，要自己做老板。从平时订盒饭的经历中，他受到触动，创立了在线快餐预定网站，其独特之处，是能为客户制作一周、一月乃至更长时间的预订餐安排，同时也为餐饮合作机构提供了商机。

目前，他的网站每天提供五六千份订餐单子。在“快鱼吃慢鱼”的电商江湖中，他已经出招，除了充分利用技术手段外，他与餐饮大户的合作延伸到中央厨房，为终端客户提供更为个性、优质的服务。



李玉良