

# “95后”连续创业者抓住电商脉搏勇做弄潮儿

武汉工商学院毕业生李义凡学的是广告专业，早在2018年大二时，他就展露出敏锐的商业嗅觉。

他在参加社团外联活动时发现，民办院校团学组织工作经费不足，各部门办活动通常都会通过帮互联网App做校园推广来拉取赞助，但二者之间缺乏一个稳定的外联通道。

李义凡从中嗅出了商机，“互联网App每年都要做校园推广，但在最后1公里环节，往往缺乏有效的执行团队，这里就可以创造出商业价值”。

他拉上3个同学注册了一家校园活动策划公司。团队在QQ群、贴吧等社区搭建线上广告投放渠道；在校园张贴海报、发放传单、举办推广活动，拓宽线下宣传渠道。

通过承接各大企业的校园推广业务，两年多时间里，这家诞生于校园内的创业公司销售业绩就达到60多万元。

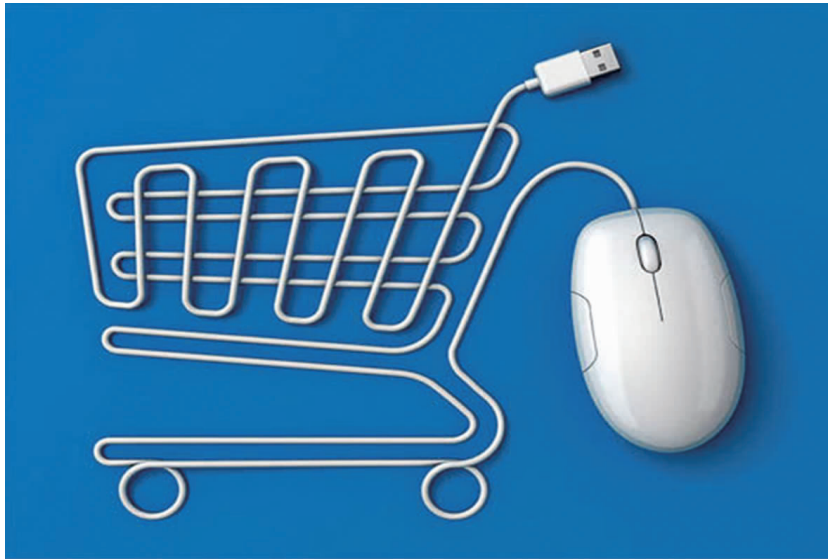
做校园推广业务，获取企业客户是关键。作为普通的大学生创业者，李义凡平时很难与各行各业的大咖企业家认识。

拉业务的过程中，他思考摸索出一套获取各类企业客户的“秘诀”：参加各类“双创”大赛，借助会务群了解企业家信息，与各行各业的企业家建立联系，拓展客户资源。此后，李义凡便成了各类“双创”大会的常客。

2020年，新冠肺炎疫情暴发。这给社会经济带来巨大冲击的同时，也刺激了“宅经济”的迅速增长，短视频受到越来越多人的关注。当时，临近毕业的李义凡正在一家从事短视频平台推广业务的公司实习。

李义凡在工作中观察发现，初期入驻商家数量还相对较少，大量店铺仍然集中在其他电商平台，这里处于一片未开发的蓝海。李义凡瞄准“风口”，果断

带领团队抓住电商直播带货的风口，3个月销售额近千万元。一路闯过来的“95后”李义凡感慨，“创业就是要初生牛犊不怕虎”。凭借连续创业积累的经验，目前他在广东中山建立了云仓供应链，打造自有品牌。



网络图片

离职，投身于“抖店”创业浪潮之中。

为了深入了解短视频这块新兴市场，李义凡在朋友的介绍下联络了一名新的合伙人。他曾在海外带过60多人的团队，从事过3年奢侈品销售，熟悉货品把关、带货技巧以及相关运营算法规则。

两个小伙子一拍即合。他们调研后发现，主要用户群体为中低收入人群且女性占比较高，消费意愿强，客单价低。

团队尝试以售价不超过199元且市

面上稀奇少见的家用百货作为主打产品，比如“手机屏幕放大器”“厨房防油烟面罩”“防窥手机壳”“智能电压力锅”等，专攻厨具百货的低价市场。

当时受疫情影响，义乌、广东等地的厂家将大批货品由外贸转为内销，不仅大幅降低售价，提供免费寄样，还放宽了回款期限。李义凡团队抓住机会，马上赶赴义乌，一口气谈下数十家厂商，很快解决了产品供应链问题。

疫情期间，各地都在封控，办公室难

租。母校老师得知后，帮助李义凡团队入驻了武汉工商学院创业基地，还配备了办公室和电脑，支持他们独立办公。

经过半个多月的筹划，2020年8月15日上午10点，李义凡团队启动第一场直播带货。

当晚成交量就突破1200单，营业额近10万元，惊得大家以为是“虚拟账单”，赶忙联系客服，得到确切回复后，小伙伴们一时间热血沸腾。此后3个月销售额近千万元。

随着电商竞争愈发激烈，1年以后，李义凡果断转向，将业务重心调整为对中小企业的电商培训与孵化。培训采取线下小班授课，学员们在课堂上可以充分交流彼此的经验得失。这一做法极大提高了培训效果。实体商家、传统电商商家以及不少大学生创业者都慕名而来。学员中高校毕业生占到50%。

李义凡的公司至今累计开展培训90多期，培训学员600余人。仅培训这一项业务，营收便超1300万元。目前，李义凡将目光又投向了三农领域。“太多农产品滞销、卖不出去了，而直播带货已经成为主力农产品销售和打响农产品品牌不可缺少的新方式。”2022年10月，他受邀为宜昌市远安县、咸宁市通山县、十堰市房县等开展电商培训，为农特产品企业及电商创业达人传授运营方法。

今年4月，凭借创业成就，李义凡被中共洪山区委宣传部评为2022年度“洪山好人”。当下，李义凡正在着手进行商品品类的转型，以图公司长远发展。不久前他在广东中山建立了云仓供应链，正在打造“一凡品创”自有品牌。“只要产品掌握在自己手里，即使平台不断迭代，企业也能在市场竞争中站稳脚跟。”

(黄茜 胡林 雷宇)



—— 人人防火 户户平安 ——

## 家庭防火多注意 煤气电源勤检查

市场信息报  
MARKET INFORMATION

“讲文明·树新风”公益广告