

小商品配送做出大买卖

◆文 / 陈国清

1997年，在商贸发达的无锡城，随着国内外颇具实力的超市的进逼抢滩，众多的小商场无力竞争，纷纷败下阵来，然而，在无锡城运河东路上，有一家“夫妻店”，不但没有败下来，三年后反而销售额由当年不足10万元攀升到2000万元。

当时，无锡城不下数十家小商店关门歇业。朱湛20平方米的夫妻店也在劫难逃，惨淡经营，一年下来也只有不到10万元的营业额，勉强解决一家人的生计。眼看着商店生意一天天的萧条冷下去，老板朱湛终日愁眉不展，思前想后，他觉得惟一之计是为这个20平方米的小店寻找新的航线。

有一天，他到附近一家超市去打探商情，无意间听到卖鞋刷的营业员在嘀咕，说是鞋刷脱销好长时间了还没有货进回来。问及缘由，才得知原来是像鞋刷这类小商品进货量小，运输成本高，商家不愿专门为此跑一趟。说者无意，

听者有心，朱湛从这家营业员的嘀咕声中发觉商机，他要为超市配送商品，在厂家和商家之间打开一条快捷通道，填补这个市场空白。那么配送什么呢？像彩电、冰箱之类大宗商品，厂商之间早已直通，再说自己也没那么多资金。于是，他就专做家庭生活日用品的配送，比如小刀、指甲钳、卫生纸、鞋刷、衣架、浴室挂帘、窗帘架等，这些小商品，每个超市都要卖，但因种类繁多、需求量又不好把握，采购起来很麻烦，而且价钱多在几毛或几块钱，经营利润低微。超市要追求零库存，降低采购成本，便不能为几箱鞋刷，每个月派车派员去采购；而生产厂家更嫌麻烦，无法和全国成千上万的销售商直接打交道。厂家和商家都不便，需要有一个中间商用货物配送将他们串联起来，这就是市场空档产生的商机。“厂商的不便，就是我的机会，我给他们做生活日用品中间商。”对朱湛来说，十多家超市小商品的进货量加在一起就是个庞大

的业务量，足够他忙的了。

他关掉商店，买来一辆货车，从附近一家倒闭的工厂处租借了仓库，注册成立了“康之佳”货物配送有限公司，在沪宁路沿线采购，为无锡各大超市日用小商品拾遗补缺。果然市场肯定了朱湛的发现，他的“康之佳”公司客户在迅猛增加，从省内的南京、南通、淮阴等地到上海、浙江、贵州，目前已有100多家商场、超市委托他采购、配送生活用品，而上游的生产厂家从1家发展到50多家，配送的商品从几十种扩大到近3000种，一个2000平方米的仓储中心越来越拥挤了。虽说每个客户的订货量并不大，但数十家商号加在一起就大了，全年能销售3000万至4000万元。



庙会赶出的商机

◆文 / 张力华

大家都知道，缺少资金的小本经营是很艰难的，租不起黄金地段的门面，经营不了利润较高的名牌产品，加盟风险相对较小的连锁店也是捉襟见肘，摆地摊风吹日晒的还挣不了几个钱。而我一位朋友下岗后凭3000元干起了小本买卖，问他一年赚多少，他得意地竖起俩指头：两万！

他是怎么做的呢？其实刚开始他也摆过小摊，在繁华路段城管部门要赶，在人少的地方有时都开不了张，搞得焦头烂额，心灰意冷。后来带着货，跟别人去赶了一次庙会，没想到万头攒动的人群居然让他三天净挣了300多元，他点着钞票突然异想天开：要是天天有庙会赶那就发啦！可庙会是在有的地方一年只有一次，一些地方根本没有。没有庙会难道我不能给他创造吗？他立即去找那帮同样苦着脸摆地摊的兄弟们，大家是一拍

即合。没几天，他们就在一个集镇上就摆开了声势浩大的“商品巡回展销会”。近百个摊位，应有尽有的商品，配上烘托气氛的彩带、气球、震天的音乐、卖力的吆喝、宣传，气势恢宏不亚于庙会，着实让老百姓惊喜了一回。平静的小镇沸腾了，人们都挤过来凑热闹，展销会上的商品又都是价廉物美的生活必需品，于是人气飙升、交易火爆。足足热闹了三天，还没等人们尽兴，展销会就匆匆拔营起寨奔赴下一个集镇了。因为他们多是有证件的下岗失业人员，有关部门自然一路绿灯，不但税费优惠，还给予相应的支持；而且定位于商业相对落后的集镇，既让老百姓有一次集中采购的机会，又避免了在城市街道上设摊影响交通的弊端，生意自是火爆。