

编者按：“大众创业、万众创新”，这是激情和创意碰撞、实践和创造交融的最好时代。近年来，在四明大地上，涌现出一群年轻有为、奋发担当的年轻人，他们创业创新，开拓进取，让一个又一个创意，从想法变成了现实。据统计，平均每天甬城新增近300家创业实体，为宁波的发展增添新鲜血液。从今天起，宁波团市委联合东南商报推出“展青年风采，做双创先锋”专栏，我们将目光对准身边的创业新星，希望通过他们的故事，激励更多的年轻人敢于创新，勇于创业，善于创优，挑起时代重担，实现人生价值。

80后夫妻淘宝上卖鹅肝 年入400万



“初见高先锋与鲁华芳，是在他们的旺锋养鹅场。这个农场毗邻慈溪周巷水库，四面环水，还被大块绿色的农田围绕起来。鲁华芳身着一件粉红色的连衣裙，精致优雅，轻柔地唤着丈夫把车里的水果拿出来。高先锋则显得沉稳稳重，热情地将他们俩的名片递给记者。”

他们与平常的80后夫妻无异，喜欢在朋友圈里晒家里的两个孩子，也喜欢各种旅行。他们还是创业者，坚持在淘宝上卖法式鹅肝，并且销量在整个淘宝网里独霸鳌头——去年的销售额超过300万元，今年预计在400万元左右（约占总销售额的三分之一）。夫妻俩有条不紊地经营着养鹅场以及线上线下的店铺，在其他80后上班族休息的节假日里，他们常常要忙到凌晨一两点钟。

记者 卢科霞
见习记者 劳育聪



高先锋与鲁华芳指着养鹅场向记者介绍情况。 见习记者 劳育聪 摄

营销

O2O“双行道”带动销售量

说到营销方式，夫妻俩谈兴更浓，甚至还夹杂着讨论和争论。

高先锋说，他们的经营模式也分线上线下，线上是网店，线下则是农场、实体店和厨师配送公司。夫妻俩一致认为，用单纯的O2O模式来形容他们的销售方式是不准确的，用“双O2O模式”才更加贴切。

所谓“双O2O模式”，是指一方面顾客可以在实体店中看到鹅肝后，再通过线上购买，价格自然更便宜；另一方面，也有一些顾客在网上下单后，希望能够到实体店验货、取走。这种模式能增强顾客对他们的信任，自然也会带动销量一路上升。

“对于营销模式，我们也从未停止学习。”说这句话的时候，鲁华芳的双眸闪着光。2010年在慈溪市团市委举办的“首届青年创业大赛”上斩获金奖后，他们一直在参加各种创业比赛。最疯狂的是，2014年鲁华芳又怀孕了，她竟然挺着大肚子去参加慈溪市和美杯青年电商创业大赛。

几次下来，鲁华芳被戏称为电商“鹅娘”，她总谦虚地说“取得这样的成绩是我们全家人的功劳”，这也成为了她的口头禅。

鲁华芳坦言，热衷参加各种比赛，主要是在与其他选手交流过程中，可以收获更多的灵感与想法，而不是做一只井底之蛙在方寸之间自鸣得意。

传播

一片鹅肝的小“心机”

在事业做得正红火的时候，去年，夫妻俩发现一些劣质鹅肝产品混入市场，想要复制他们的模式来盈利。“发现这个现象着实让我们大吃一惊，劣质产品会让消费者对法式鹅肝的印象变差，甚至会让整个市场都被做坏。”鲁华芳说。

两人突然意识到打造品牌的重要性。于是，他们让自己的所有产品都穿上了朗德康特有的包装以及产品二维码。

鲁华芳还发现，最好的传播介质其实正是产品本身。“1斤重的鹅肝通常可以被分为40~50片，搬到餐桌上一定能让每一位客人吃到。那么每一片鹅肝都能辐射到一个顾客，吸引他去询问这片鹅肝的来源。”鲁华芳向记者展示了网店二维码，“这个时候，只要扫一扫外包装上的二维码就能找到我们。”

据说，曾经有一位代办酒席的厨师向他们反馈，有几位外地来的客人吃到鹅肝后，立刻就被“征服”了，找人询问可以从哪里买到。这件小事，让两人开心了好久。

服务

“肯吃亏”的售后服务原则

“在互联网时代，执拗着不肯吃亏可能会‘逼’走一大部分回头客。”这是两个人信奉的圭臬。

“消费者收到破损的鹅肝可以无条件进行退换，造成的损失由公司承担。”鲁华芳反复强调，做好售前服务不稀奇，做好售后服务才是令企业名声远扬的最佳方式。

在淘宝上你无法选择自己遇到的顾客，却可以坚持自己的服务。鲁华芳举了一个例子，“有个顾客说我们的鹅肝不正宗，我们说，退款可以但我们收回这个产品，收回来一看，他已将鹅肝吃得所剩无几了，但他仍然强烈要求退款，我们最后还是统一退给了他。”真诚的服务自然会赢得绝大部分顾客的青睞，许多人都成为回头客，并且带来源源不断的新客。

缘起

客户一句话让他开拓一片新天地

鲁华芳是萧山人，高先锋是慈溪人。两人大学时读的都是市场营销，因此认识，继而发展成了恋人。记者在采访中惊讶于鲁华芳一口流利的慈溪方言，她腼腆地说：“嫁到慈溪后，与先生共同经营法国朗德鹅的事业，学会慈溪方言是必要的，虽然最初对我来说，这也是个门槛。”

起初，两人只是单纯在线下推销法式鹅肝，偶然间遇到的一位客户，成了他们进入电商领域的催化剂。

2011年初，一位宁波客户在年货展销会上看到他们的产品，表达了购买意愿，并问他们是否有网店。这句话为高先锋开启了一个全新的思路，当年3月份，高先锋就在淘宝上开了一家鹅肝专卖店。

鲁华芳听到这里，突然俏皮地打趣道：“你好像没跟

我说过这个事情噢，我一直以为是你自己想到的。”

初涉电商，夫妻俩做过许多疯狂的事情。鲁华芳告诉记者：“当时生意处于一种不上不下的状态，雇一个客服不太划算，包产品的工作就由我去做。”当时，她第一胎已经怀孕四五个月了，孕期反应十分剧烈，常常是一边频频起身去吐，一边还要忙着工作。直到后来，饭也吃不下，只是一个劲地吐，吐出来的是酸水、胆汁，甚至是血。说到这里，她顿了一下，略带惭愧地补了一句：“现在想想，感觉蛮对不起大儿子的。”

越来越多的成交记录带给两人信心，高先锋与鲁华芳开始思考更多的商业模式，将法式鹅肝的市场被彻底打开。

产品

从整块营销到私人定制

在谈到电商上销售的鹅肝产品时，鲁华芳总是严肃地反复强调：“我所认为的电商一定要有实体作支撑。比如我们，就有一个养鹅场在支撑。”

为此，她还特意带着记者到养鹅场参观。在绕过一条幽静的小走廊后，喧闹的鹅鸣声传入耳中。鲁华芳指着鹅群向记者介绍：“我们会把小鹅、中鹅和大鹅分开，这里是大鹅的养殖地。一般把鹅养到4~5个月后，就可以取肝了。”在实体的坚强支撑下，他们向客户提供的都是当天取的新鲜鹅肝。

由于鹅肝的烹饪具有相当的门槛，夫妻俩决定拓展市场——销售烹饪好的产品。鲁华芳一边不好意思地笑着，一边分享最初的小“傻事”。“当时我们卖的都是一整块鹅肝，居然真的会有人来买。”

后来，越来越多的顾客反映说，一整块鹅肝吃起来不方便，也不易储存。“于是，我和先锋就想出了给鹅肝分片包装的办法，将其分成若干块，每块都用密封袋装好，消费者可以随吃随拆。”这种细致贴心的服务，自然受到了顾客的好评。

顾客的要求远不止这些，于是，夫妻俩根据顾客的不同要求，对鹅肝进行差别化烹饪，甚至连酱汁都分了好几种。高先锋认真地对记者说：“只要顾客在购买时提出要求，我们都能为他完成定制服务。”

记者对宝宝辅食类的鹅肝有些好奇，鲁华芳说，因为宝宝每次的胃口很小，所以他们将每袋的包装分量变得更小（约25克/袋），满足孩子一次的食量，不至于造成太大的浪费，而且里面无盐无添加剂。