



饿了么、美团抽成“太狠” 宁波大叔的龙虾店走了一条不寻常的路



宁波银行
BANK OF NINGBO

宁波银行 特别支持

前几日，公众号“宁波创业圈”发布文章《网红版主卖起小龙虾，厉害到连自己都怕……仅两个外卖点，一个月就能卖60多万!》，讲述了曾经东方论坛上的网红版主陈浪转型创业、投身餐饮的经历，吸引了一些对创业、对餐饮行业感兴趣的读者来到东南商报第十八期创业分享会的现场。

“创业就是一个不断试错的过程，把所有的错都试完了，总有一条对的路可以走。但是在这个过程中，也许又会不断出现新的错误。重要的是要不断调整自己、不断纠偏，最后走上你想走的那条路。”

创业分享会现场，陈浪诚挚地与在座的读者们坦露了自己将近二十年的创业心路，并分享了创业至今收获到的一点宝贵经验。

▶▶ 平台只是看上去很美好

陈浪说，自己不上平台。他口中的“平台”是美团、大众点评、饿了么等餐饮O2O平台，几年小龙虾店开下来，陈浪始终没有与平台合作，单枪匹马，倒也摸索出了一条通幽曲径。

这并不是一个容易的决定。平台意味着流量，对很多餐饮业主来说，通过平台导流获得的曝光量远胜于任何广告投放渠道。

但当互联网平台开始通过高额的抽成分一杯羹，餐饮企业利润变薄，客观的销售量和客流量，可能只是一个“看上去很美”的陷阱。

陈浪在创业分享会现场给读者们算了一笔账，“O2O平台要求从利润中抽成17%——还不是从成本中抽成，抽出去以后还要叫你推广、让利，买三送一搞，5%没了，88抵100的消费券一放，12%又没了，看起来营业额是很好，但是其实利润很低，一层层扣下来没赚头了。”

对资源有限、体量不足、毛利润率并不高的中小餐饮业主来说，这个问题尤为突出和普遍。

陈浪透露，业内部分餐饮业主会选择牺牲生产环境、使用低价的原材料，表面上价格没变，但这部分成本实际被转嫁到消费者身上。

衡量之下，他决定避开O2O平台，开拓一条新的路径。

不上平台，就要解决两个问题，配送和导流。

对陈浪来说，配送并不是难事，“现在市面上已经有不少独立于平台的第三方配送机构。”陈浪说：“跟他们合作，浪叔的餐厅出外卖一单只需要补贴10块钱，大大减少了以往依赖平台配送的成本。”

一位读者听到这里便忍不住发问：“不上平台，没有名气和资源的中小餐饮业主又要怎么吸引客流？”

陈浪认为，导流的关键，还是在于做好会员营销。

他笑称，自己只做微信朋友圈500个好友的生意，但当“圈”内的一批忠实客户群被培养起来后，产生了口碑效应，也吸引了“圈”外的顾客前来尝鲜。

▶▶ “别盲目跟风，小船好调头”

“我也是一个屡战屡败，屡败屡战的创业人了。”在说完那番关于“试错”的见地后，陈浪自嘲道。

“试错”虽然苦涩，但也给陈浪留下了宝贵的经验——切忌盲目跟风。

陈浪本人非常赞同小米创始人雷军那个“飞猪理论”：“风口来了，猪也能飞起来。”

他又往后接了半句，“看到风口也要问问自己，风来了，以你现在的能力你确定能飞起来？”

陈浪直言，也许在很多创业者看来，餐饮来钱快、入局简单，但事实上，如果没有自己的评判能力，只能让人牵着鼻子走。“选创业项目要先明白自身的能力，有些成功，你不一定能复制。”陈浪说。

陈浪建议，初入行者往往资源比较稀缺、心智尚欠磨砺。所以，开始要先做执行难度小的、能快速看到效益的事，哪怕挣的再少也行，“船小好调头。”

他本人的实践就是最好的例证，最早，盘下钱湖南路上那个小铺面开三良龙虾，“房租半年付两万，再加上雇人、进货的费用，4万全搞定。”但是小本生意也有大回报，那一年，这个连招牌也没有的小龙虾店面给浪叔带来了80多万的收益。

未来，陈浪筹划延续最初外卖+实体小店的模式，开3-5家新店，预算在30万以内。“这个数字对于中年人来说不会伤筋动骨，哪怕失败了也可以捞一半回来。”