

“不要为不够创新而羞愧！”

听完她说的这3句话，终于明白这位商家奇女子为什么成功了

见习记者 马欣宜

“当时开出了第一家西选，随即取得爆发式成功，整个团队有点‘膨胀了’。理所当然地觉得店就应该这么开，并且大刀阔斧地联系考察了北京、广州、成都的场地，要把西选开往全国。甚至在墙上贴着，营业额要半年超一亿。”

但在这个时候，出了个小插曲——成都西选的筹备遭遇场地临时“反水”，店也因此没开成。

“现在看来，虽然因此损失一些钱，但还是小钱。如果真的开到成都乃至全国，我们面临的风险及损失将不可估量，甚至今天都不一定‘活着’了。创业路上大大小小的坑太多了，创业者在用激情点燃团队的同时，一定要把理智留给自己。”

上周六（12月15日），在东南商报第42期创业分享会的现场，银泰商业集团助理总裁和西选掌门人夏正宇，这位商界奇女子将自己创办西选的心路历程细细道来，为座下听众“传道授业”、金句频出。

A “少看成功的案子，多看失败的案子”

“创业要少看成功的案子，多看失败的案子。”一开始，夏正宇就给本次分享会“定了调”。

“成功是不可复制的，每一个成功都是天时地利人和配合的结果，少一个都不行。但失败是有共性的，总结其中规律性的东西，别人踩过的坑你就不要踩了。”

B “别人的蓝海未必是你的蓝海”

夏正宇谈起自己认识的一位老板的经历。他从服装业转型后想切入“看起来很美”的餐饮行业，然而两个月后，所有的店都关掉了。

这位老板在各个“看起来很美”的行业进进出出，没挣到什么钱，还赔进了上千万的家底。

“非常可惜。”夏正宇说：“所以创业一定得问问自己，这个行业你了解吗？你是专业的吗？毕竟现在已经不是快速进入就能赚到钱的时代了，别人的蓝海未必也是你的蓝海。”

C “你的痛点未必是别人的痛点”

“我见过太多的创业者，容易犯不以市场刚需而以自己的痛点为导向的错误。”夏正宇说。

她提起自己最近看过的一个汽车润滑油项目：“润滑油当然对汽车是有好处的，你可以讲好这个故事。但如果要改变大家的消费习惯，需要大资本的介入。资本有限，就不要做胳膊拗不过大腿的事情。”

她也直言，很多人往往都无法逃开自己的需求与思维惯性，把自己的审美和爱好强加在消费者头上，这是“伪需求”。

互动环节

活动现场，夏正宇还耐心解答了这些年如何与第二百货形成差异化竞争、如何优化供应链等等听众提出的问题。

当主持人宣布二个小时的分享会结束时，大家还意犹未尽，纷纷表示“这次的商报创业分享会很有干货，收获很大，来对了。”

本次分享会吸引了50多名创友参加，报名热情高涨。有几位铁杆粉丝表示：“来了好几次，多了一个学习的渠道，这次场地在茶室，形式也很新颖，以后还要再来！”



记者 崔引 摄

分享会的后半截，夏正宇为有志创业的听众们带来了切中肯綮的建议。

1 创业宜选择熟行

夏正宇提到，自己此前虽然已经积累了许多商业领域的阅历与经验，但跨行到需要买断货品、高度周转的跨境电商领域，依然感到有些“水土不服”。

“实话讲，如果换一个领域，可能我取胜的几率会更小。”夏正宇直言。

此外，夏正宇也表示，创业要避免盲目跟风。西选创立之初，新零售的概念正是风口浪尖的时候，跟西选一起出发的品牌都要往新零售的赛道上挤，但三年之后，那些嚷嚷着创新的企业创完也就不见了。

“因此，创业者不必为自己项目的概念不够创新而羞愧，概念不是手段而是观念，创业者的确需要了解市面上的新打法，但还是要保有自己的理性判断。”夏正宇说。

2 创业宜把握时机

夏正宇表示，每个品牌、行业都有自己的生命周期。“入场太早，就成‘先烈’了。”夏正宇打趣道。

早几年，夏正宇就注意到宁波有主打日式生活方式的精品床品店，当时她就认为，这样的消费观念太超前了，中国人还停留在“衣服一个月换一次”的阶段，想让他们接受“床单一个月换一次”的消费观点无疑不切实际。而现在，日杂生意越来越吃香，曾经的日式床品店却早就不见踪影了。

对西选来说，也是如此，“西选第一家店的爆发式成功，很大一部分原因要归功于切入时机。”夏正宇说，那个时候正好是消费力解放的时候，大家都对跨境电商的线下实体店充满了好奇。

3 创业宜“修炼内功”

夏正宇永远在学习，她说自己最近爱的书是《脑内革命》，不光自己看，还送了好几本给朋友。

“跟创业是没什么关系，但对你的‘内功修炼’有很大帮助。”夏正宇说。她建议，创业者要“修炼内功”，保持镇定和从容的心态来面对创业路上的大小挑战，而所谓“内功”，其实就是平常的学习积累。

不管在什么年龄做什么事，学习能力都是至关重要的，在瞬息万变的市场，若没有吸收和转化新事物的能力，很容易被挤出赛道。

在分享会现场，夏正宇大方地与各位听众分享起了自己觉得不错的商业听课软件，比如混沌大学App，非常适合创业者。

“最近听拼多多的商业模式，就给我带来很多的启发。”夏正宇说。

“拼多多的核心优势在哪里？为什么它在这么短时间里可以崛起？第一它的获客成本低，导入微信流量，基本不到1块钱。第二它的获客方式也值得我们学习。因此今年双十一和黑五，我在西选也尝试了微信拼团的模式，在没有发广告的情况下，销售同比去年有了175%的增长。”