

# 武汉科技大学在读研究生解砾,凭借网上卖保暖内衣创造致富传奇—— 26岁的千万富翁是怎么“炼”成的?



日前,武汉科技大学为解砾创业成功举行新闻发布会。(本版图片均为网络图片)



解砾回答记者提问。

## 为什么是他?

为什么是他? 26岁的解砾如此顺利地创业致富,令人颇感神秘。

在解砾的黑底金字的半透明塑料胶片上,印着“纯派生活(武汉)科技有限公司行政总监”几个字,他的另一个身份是武汉科技大学文法与经济学院行政管理专业在读研究生。这个资产不菲的年轻“富翁”,戴着一副黑框眼镜,个子不高,身上流露着浓郁的书生气,总是西服领带,穿得整整齐齐。

谈起创业的原因,解砾说,或许与自己的家庭有密不可分的关系。在他上小学的时候,父母就离异了。在许多80后还在父母怀里撒娇的时候,他已经开始自己交学费、安排每天的吃喝,对自己的人生早就有了规划。

从踏进大学校门的第一天起,解砾就开始了他的创业生涯。在武汉科技大学中南分校读大一时,解砾就买了一台打印机,在寝室里做起了打印生意,虽然赚钱不多,但方便了同学,同时也满足了自己的基本生活消费。上大二时,他组织发起了学校首届科技文化节。由于全部活动经费需要学生自行筹集,他带领同学跑企业、跑高校,最终历时24天的活动吸引了72家企业单位、24所著名高校。

湛祥华在纯派公司担任仓储总监。在一次党校培训班上,湛祥华认识了解砾,二人慢慢地就成朋友了。2009年8月,公司刚创办,解砾就带湛祥华去公司参观并邀请他加入创业团队,湛祥华毫不犹豫辞去了高校图书馆的工作,和解砾一起创业。“解砾的亲和力、个人能力感召了我,我非常相信他创业能够成功。”湛祥华说。

如今,功成名就的解砾仍时常邀请同事去家里玩耍、吃饭。解砾的爱人马上要生孩子了,解砾也常和大家一起分享他即将当父亲的喜悦。尽管当初创业的14人只剩下7人,因为有的回家乡考公务员了,有的自己创业了,但解砾对他们的离开表示理解:“大家有更好的发展方向,我很支持,也希望他们有更好的前途。”

今年2月底,解砾与武汉红桃K集团股份有限公司正式签下协议,该公司将出资1200万元并购解砾的纯派生活(武汉)科技有限公司,聘请他继续担任CEO,并持有49%的股份。

研究生、公司法人、名企高管层、职业经理人……面对这些头衔,解砾坦言:“重要的是,希望公司能成为许多有创业欲望的学生的阶梯,让他们的人生走得更远。”



解砾在他的办公室里。

□据 新华社

不久前,一部讲述哈佛学子马克凭借创立社交网站“Facebook”成为史上最年轻的亿万富翁的电影《社交网络》,荣获8项奥斯卡提名。一时间,“Facebook”的创业传奇成为全球热门话题。

而在我国,武汉科技大学在读研究生解砾则演绎了一部中国版的《社交网络》——他和创业团队从卖保暖内衣起步,在淘宝网上的半年销售额达570万元。如今,他创办的企业被武汉红桃K集团股份有限公司以1200万元并购。由此,解砾一跃成为千万富翁。

## 异曲同工的网络致富传奇

2003年秋天的一个夜晚,因为被女友甩掉,愤怒的马克利用黑客手段盗取校内所有漂亮女生的资料,并制作名为“Facemash”的网站供同学们对辣妹评分,这就是“Facebook”的前身。

跟马克不同,身为武汉科技大学文法与经济学院行政管理专业的在读研究生,解砾在随导师做课时就萌发了创业想法。他上大学学的是计算机专业,读研究生学的是行政管理专业,解砾将自己创业锁定在两者的结合点——电子商务。

2009年上半年,解砾首次尝试创业,一有空就埋头在淘宝网的图书交易平台上选购、对比书籍,在网上公布书名及价格清单,做起了网上“书贩子”。一有订单,解砾就抱着

书,骑着电动车去包装、发货……网上书店生意渐有起色,但他收获更多的是电子商务平台的交易经验。

2009年6月,解砾决定组建自己的团队,正式涉足网络商海。当年7月初,解砾和14名志同道合的朋友成立了纯派生活(武汉)科技有限公司。解砾的创业伙伴多半是他的校友。

没有像《社交网络》片中的马克那样能够吸引风险投资资金的支持,解砾10万元启动资金主要来自以前在淘宝网上卖书的积蓄以及5万元的大学生创业贷款。但买电脑、租房子,公司的架子一搭起来,10万元就用得所剩无几了。前几个月,大家都没有拿工资。为了节约租金,仓库不得不租在三楼和四

楼,货品来了,所有人都下楼当搬运工。

公司成立后,为了寻找商机,解砾和大家一起整日埋头在电脑前浏览淘宝网的各种商品和网店。经过详细研究,解砾发现,淘宝网上的女装、化妆品等生活必需品早已有很多强有力的网店团队入驻,而保暖内衣的网上销售市场尚处于薄弱阶段,“说不定就是一个很好的市场切入点”。

接下来,销售哪个品牌的保暖内衣又成了问题。最后,通过亲属的人脉关系,解砾决定与上海一家纺织公司合作,并亲自上门数次,以诚意说服了对方,终于拿下了该公司国内唯一授权的电子商务中心牌子,负责该公司旗下全部品牌在网络市场、电视购物市场、电话购物市场的直营销售。

在2009年10月的一次会议上,俞兆林总部董事长预测解砾团队在11月的网上日销售额会突破10万元,可当时解砾并未将前辈的提醒当回事儿。

令他们始料未及的是,同年11月,湖北就迎来入冬的第一场雪,订单接踵而来,公司员工每天从早晨8点一直忙到第二天凌晨2点。由于缺乏准备,在仓库部分款型内衣大量缺货的同时,一些款型的内衣却“压了仓”,公司原本薄弱的资金链几度断裂。

数日后,解砾网店的销售系统终于不堪重负,彻底崩溃。面对这种情况,解砾不得不作出一个痛苦的决定:包括淘宝商城店在内的3个网上店铺暂时关店停业3天,以增加库存和改进系统管理构架。公司特别给客户发致歉函,受影响的每笔订单都优惠15元。就这样,解砾的公司3天损失了几十万元。

这件事对解砾触动很大,他认为电子商务最后拼的不是管理,也不是营销,出奇制胜的是技术。从观察麦当劳得到启示,解砾将公司的运营方式进行了改进,改变过去员工单独接单、单独销售的旧方式,将产品订单、验单、审单、包装等各环节全部流水化作业,每一道工序的员工都各司其职。从行政中心、运营中心,到仓储中心,再到财务管理,他们开发出了一整套系统管理软件,运行效率大大提高。此后,解砾团队多次以日销售额超过10万元的成绩,雄踞淘宝网内衣销售榜首。

从最初的临时代理俞兆林内衣品牌,过渡到主要代理纯派服装品牌,再到开创自己的“普艾尚品”男士正装品牌;公司成员从14人增至29人,办公场所也从最初的100平方米“陋室”,扩展到现在的300平方米的管理室和1000多平方米的仓储室。

## 创业之路历经坎坷

“我们忽略了知识的重要性。”解砾笑着说,在网上运营品牌内衣之初,他的团队成员有技术人才,也有销售精英,但唯独对纺织方面的知识知之甚少。

有一次,因为理解错误,他们的网络销售人员把一件由普通涤纶纤维制成的内衣说成是用最好的纤维材料制成,让很多同行大跌眼镜,直接导致一些专业买家认为他们存在销售欺诈行为,不愿再上他们的网店购物。这一遭遇给解砾团队当头泼了一盆冷水,解砾立即组织公司成员“恶补”知识,并请来专家对团队成员进行专项辅导。

除了知识掌握不够外,对市场行情的把握也是团队遇到的另一个拦路虎。

“网上创业,看似简单,实则艰难,其中资金链是最关键的一环。”解砾说,尽管在大家的努力下,网店生意越做越大,可随后依旧遭遇了“关门歇业”的打击。