



阅入间

15年前，在泰山夜市昏黄的灯光下，刚刚大学毕业的刘文还在为每天的摊位费发愁。如今，他创立的山东天意电子商务有限公司年销售额已突破1.5亿元，在家居饰品及文创电商领域崭露头角。这个从夜市走出来的创业者，屡战屡败、屡败屡战，终于在数次跌倒又爬起后，交出了满意的创业答卷。

刘文接受采访。



从300元到1.5亿元

——泰安文创电商创业者刘文的15年蝶变之路

本报记者 秦承娇 文/图

1 是年少轻狂更是鲜衣怒马

2005年6月，高考的战场硝烟弥漫。

由于文化课成绩一般，刘文在艺考前5个月突击学习了美术专业，不承想能以全国同专业第22名的专业课成绩过线中国美院雕塑系，并顺利拿到9所重点大学的专业课“入场券”。然而，因英语成绩差5分达不到重点院校最低分数线要求，他与梦想学府失之交臂。带着不服输的倔强，刘文复读了一年，同样的故事却重复上演。最后，他阴差阳错进入黄冈师范学院学习动漫。

“当时的动漫专业叫数码设计，很多界面显示的都是看不懂的英语，我大学的第一年特别痛苦。”正是这份“痛苦”，激发了他潜藏的商业天赋。在担任吉他社团团长时，他凭借敏锐的商业嗅觉和出色的组织能力，通过给在校大学生提供吉他教学并销售吉他挣到了人生第一桶金。短短一年时间，吉他社团创收50万元。

2 机遇如流萤一闪而过

眼看摆摊难以为继，某个收摊后的深夜，刘文蹲在路边啃着冷掉的烧饼，突然想起大学时那份“纸上谈兵”的创业计划——电商。

2011年初，刘文用摆摊攒下的两三千元资金，启动了他的电商创业计划。“当时淘宝店铺注册资金是300元，我用剩下的钱租了一间几平方米的办公室，买了一台‘大脑袋’二手电脑，就算正式创业了。”刘文的淘宝店铺售卖的是一款充值软件，每卖出一单净赚260多元。

为了省钱，他自己设计店铺页面，每天挂机十几个小时。这份孤注一掷的坚持很快得到回报——第一个月，店铺净赚800元……第四个月，这个数字变成了10万元。

或许，钱来得太快并不是好事。校内校外两次创业给他造成了错觉，让他误以为成功唾手可得。“那时候觉得赚钱太容易了，整个人都飘了。”刘文苦笑着回忆道。

这种错觉让他在2011年4月迎来了现实的检验。“淘宝推出了‘直通车’付费推广，我的店铺

“突然就感觉到挣钱真好，当时那个阶段非常膨胀。”刘文坦言，年少轻狂的他，很快将积蓄挥霍一空，这段经历也为他日后的创业埋下了伏笔。

2010年，刘文大学毕业，迎接他的不是鲜花与掌声，而是人生的至暗时刻。感情受挫、创业资金耗尽……“整整在家里躺了一个月，父母看不下去催我找个班儿上。”刘文说他这辈子就上了7天班，在一家公司做电话销售，“打了7天电话更难过了，心想，这样的人生什么时候能看到未来？”

火速辞职后，刘文守着创业的梦想，揣着仅有的300元钱，从摆摊开始干起。“开始摆摊的时候已经快入冬了，寒风刺骨，别提多难熬了。”刘文与好友在泰山夜市租了一个摊位卖起女装，每晚赚的钱只够在隔壁麻辣烫摊解决温饱。“夜市赚钱夜市花，一分也别带回家”，这句自嘲成了他们当时生活的真实写照。

被竞争对手恶意点击，有时候一天的营销费用就两三千元，与此同时，充值类软件被下架不允许售卖。

风雨飘摇之际，父亲劝说他：“开网店毕竟不算正经工作，正好你舅舅想把火锅店盘出去，要不你接过来，做个安安稳稳的小老板？”于是，手握10万元“巨款”的刘文联合5位亲戚共同接手了这家火锅店。然而现实很快给了这个年轻的创业者当头一棒——开业第一天，火锅店就因证件不全被查封了。

此后的5年里，刘文经历了餐饮行业的酸甜苦辣。由于火锅店盈利有限，一年后亲戚都撤资了，只剩刘文独自支撑。“买卖不好的时候，摆摊卖过早餐、蒸过包子、烤过烤串，只要能赚钱，我都愿意尝试。”从凌晨4时起床和面到深夜还在清点账目，从亲自下厨掌勺到在店门口吆喝揽客，这段经历让刘文完成了从“投机者”到“经营者”的转变，“我开始明白，真正的创业不是靠运气，而是靠踏踏实实”的积累。

3 重整旗鼓从头再来

5年的餐饮业创业经历在不知不觉中为他打开了另一扇窗。“我那时候每天接触形形色色的顾客，其中不少后来成了我创业路上的贵人。”刘文回忆。

2015年的一个冬夜，几位常来店里吃饭的顾客在酒过三巡后突然对他说：“文哥，你如果继续做电商，绝对不是今天的光景。”这句话像一记重锤，猛敲在了刘文的心上。“那一刻我突然意识到，我一直在逃避第一次电商创业的失败。”刘文说。

深思熟虑后，他决定重返电商领域，开始了人生的又一次转型。

这一次，刘文与朋友共同创办了一家定位高端的原创女包淘宝店。然而，理想很丰满，现实却很骨感。“我们低估了原创设计的门槛，也高估了自己的运营能力。”刘文坦言，由于缺乏成熟的供应链管理和精准的市场定位，店铺运营半年后仍不见起色。更糟糕的是，合伙人之间出现分歧，最终导致团队分道扬镳。这次失败让刘文付出了沉重的代价。

转机出现在2016年下半年。一位新入职的美工提议：“我们应该自

己做店铺，卖泰山石！”“当时泰山石市场还没管控，我觉得这个传统文化题材有戏。”刘文带着员工跑遍泰山周边的供货商，却接连吃闭门羹。“人家根本不搭理我们，说货都供不应求，哪还有余量给我们这种小卖家。而这更坚定了我们卖泰山石的决心。”

功夫不负有心人。最终，他们找到一家供应商，用面包车拉回两箱泰山石。戏剧性的是，那位信心满满的美工第二天就捅了篓子——盗用同行图片导致店铺链接被下架。凌晨3时，刘文收到了这名员工发来的辞职短信，以及一把从门缝里塞进来的办公室钥匙。

“既然开始了就不能放弃！”他亲自上阵，带着仅剩的员工从零开始。他们自己写文案、修图片；包装盒尺寸不对，就用胶带强行封箱；快递不愿上门，就自己扛着货去快递点。“别人卖50元我们卖20元，先把量做起来再说。”

这种“土办法”居然奏效了。店铺销量从每天两三单慢慢增长到稳定出单，团队也逐渐找到了运营节奏。

4 持续打造核心竞争力

敏锐的商业嗅觉让刘文隐约意识到，泰山石的生意可能不会长久。“当时虽然市场火爆，但我总觉得这种粗放式的开采销售模式不可持续。”他决定转型做文创产品。

2017年初，他带领团队开启全新战略布局——以家居饰品、工艺品为主，深耕细分电商市场。

事业在上升，但团队却做出了一个看似倒退的决定——从万达写字楼搬回老家不足50平方米的社区仓库。刘文说，“就是在这个小仓库里，我们找到了做企业的感觉。”

2018年，在坐不满一桌人的公司年会上，刘文第一次穿上西装，站在临时搭建的主席台前宣布了“五年破亿”的目标。“当时，除去运营投入，公司实际营业额不到200万元。”这让在场的员工都暗自捏了把汗。

正是这个“疯狂”的目标，推动团队不断突破自我。2019年，公司营业额突破千万元大关；2020年，即使在疫情的影响下，依然实现了50%的增长；2024年，那个曾经

看似遥不可及的“五年破亿”目标实现了。

公司重新搬回万达写字楼，并一步步在南京、厦门、海口开设分支机构。现在，天意电商在淘宝、天猫、拼多多、抖音等平台开设店铺数十家，在家居文创细分赛道打出了品牌影响力。曾经的“电商小白”如今已成为电商学院的座上宾。

随着天意电商在家居饰品和文创领域崭露头角，其独特的“传统文化现代表达”理念逐渐获得业内认可。公司先后与故宫文创等知名文化IP达成合作，并为无锡、乌镇、苏州等城市设计开发城市文创产品。

“每个城市都有独特的文化基因，我们的任务就是把这些基因转化成年轻人喜欢的商品。”刘文说，他最想做的，还是开发具有泰山特色的文创产品，“这是我们一直未了的心愿，要让泰山文化通过文创产品走向全国。”在他的办公室，各式泰山主题摆件静静诉说着这位创业者的文化情怀。

本期话题由泰山学院文学与传媒学院学生薛文骏、胡乐正、周宇康、高振祥共同参与完成，指导教师：石春秀。