

陳胤華 (鞋佬) 著

# 鞋佬的 網紅瘋狂日誌

我這樣靠直播打造過百萬生意

人人也可以是網紅

- ▶ 峰迴路轉的打工及創業生涯
- ▶ 分享如何從素人成為炙手可熱的網紅
- ▶ 十大網上直播實戰錦囊，為你傾巢而出！

# 目錄

002 序

「第一部」

## 我這樣走上網紅這條路

009 走進鞋業

009 我的學生時代

010 每份工只幹三個月

012 兩天內成為鞋店「Top Sales

013 初窺鞋業的商機

016 攻入精品服裝店市場

019 自立門戶

019 有能力的員工不會留得久

020 製作自己想造的鞋款

029 陷入絕境

029 愚笨的「堅持」

030 火燒連環船

032 四千雙布鞋的 KOL 訂單

035 跌進深淵

041 勾心鬥角

041 上海的狗、廣東的皇帝

044 宮廷內鬥

046 東窗事發

021 汕頭鞋店「千足印」

023 分店及鞋廠的開展

025 實體店事業的顛峰

047 塵埃落定

## 五 從零開始

051 開始頹落的生活

052 一刻覺悟

056 密鑼緊鼓

058 直播生涯的起點

## 六 開展女鞋國

061 拋棄「實體店」的包袱

062 四人核心團隊

064 初試銷售其他商品

066 鞋佬生活百貨誕生

068 反應理想，商家受落

## 七 乘勝追擊

073 孵化網紅

079 我的生活日誌

## 「第二部」

### 網紅帶貨十大錦囊

098 錦囊一：實體店的迷思——是時候轉型了

104 錦囊二：知識要專業，但器材不必太高端

108 錦囊三：讓自己亢奮，令粉絲興奮

112 錦囊四：登廣告吧！但你要懂得投放資源的策略

118 錦囊五：消費體驗——收貨時要有像拆禮物一樣

的感覺

122 錦囊六：貨物出門，有得退換

126 錦囊七：優質客戶服務

128 錦囊八：借助外力——網購 Apps

131 錦囊九：一定是最低價

134 錦囊十：素人直播帶貨，勝過網店和 KOL

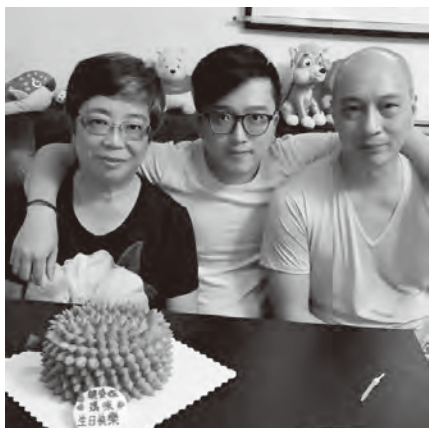
138 最後絕招：從實體店做起

140 附錄一：五層網紅營銷法

146 附錄二：四季輪轉營銷法

一

# 走進鞋業



上世紀八十年代，父母從汕頭移居來港，然後，我出生了。小時候，一家窩居於九龍城的劏房，爸爸在洗水牛仔褲工廠找到工作，媽媽任職車衣女工。「八十後」的我是家中獨子，備受父母寵愛，在能力許可之下，他們會盡量滿足我的需要。



## 「我的學生時代」

兒時的我很認真讀書，在班上名列前茅。在小學三年級時，因為成功申請公屋，搬到了馬鞍山居住。到了馬鞍山的新學校後，我結交了一群只愛玩耍的新朋友，受到同儕的影響，從此漸漸無心向學。直到中二那一年，成績已經「吊車尾」，結果在中三之後無法原校升學，轉到另一間學校繼續學業。我在中四、中五時的校園生活，基本上完全在玩樂之中度過。

在中五會考時，發生了一段小插曲：當時的我很希望能在會考中取得好一點的成績，以答謝中文科老師的關心，因而在考試前特別認真地準備這一科；相反，我十分討厭英文科老師，所以考試前一天還通宵 **BRQ**，打算隨便考就算。沒料到收到成績單時，認真準備的中文科只有 **F** 等（零分），而隨便考的英文科反而有 **E** 等（一分）。就是這張只拿一分的會考成績單，讓我更感到認真讀書對自己沒有甚麼意義。

## 「每份工只幹三個月」

就在十六歲這一年，我離開校園，開始踏足社會。年輕愛玩的我，曾經從事泳池救生員、不同行業的售貨員、茶餐廳侍應等等不同工作，當中有一個共通點：只做三個月就辭職。工作三個月，存了一點錢後，就拿去吃喝玩樂，享受人生，錢花光才再找工作。反正父母也在工作，用不着自己養家，當時也不知何謂「孝順」，是個十分自在的「月光族」。

自十六歲開始工作，過着每份工只幹三個月的生活，輾轉之間，我已經十九歲了。在即將踏入「二字頭」之前，我與女朋友為了慶祝，還去了一趟外國旅行。一如所料，旅行回來時錢已花光，又是時候找工作了。

當時我看報紙找工作，見到旺角登打士街有鞋店招聘售貨員，眾所周知，那條街是著名的「波鞋街」，按道理一定是波鞋店的工作，

我也毫無懸念地去應徵了。在面試期間，我的談吐應對深得老闆的歡心，很快就決定錄用我了，並說：「明天你就上班啦！」

然而，當我多問幾句後，心裏頓時一沉：這間店竟然不是心目中的波鞋店，而是一間女裝鞋店！

在我的腦海中，頓時冒出一連串影像：在店裏，自己一個大男人，竟然跪在大姐的跟前，托着她們的腿為她們試鞋。光想到這些情景自己就快要崩潰，立馬搖頭擺手，堅決拒絕這份工作。

然而老闆卻不肯放過我，跟我說：「你放心吧，公司裏不會只有你一位男職員的，你有其他的男同事。不如明天先試工一天，真的受不了再說，如何？」

就在老闆的熱情招攬，加上自己確實存款見底之下，我在半推半就之間終於踏入「賣鞋」這個行業了。

## 「兩天內成為鞋店 Top Sales」

第二天，我準時到鞋店上班。結果一踏進店，就知道自己上當了：全店八個售貨員，除了自己之外，全部都是女同事。

我此刻滿心埋怨，但既然來到，就打算抱敷衍的心態工作一天，好賺回車錢而不致白跑一趟。然而在敷衍工作了半天後，我察覺到同事工作時的一種現象：不斷地遊說、催促顧客購買。

之前數年我在不同行業打滾，心知這一套是不行的。就在當天下午，我決定向眾人露一手，展示自己的銷售功力。大家都沒料到，我一發功，就能夠在短短半天之間，已經追過眾同事的業績。有此佳績，老闆更是不肯放人了，我只好再多幹一天，結果短短兩天，我已成了當月該店業績第一的售貨員。我的推銷方法其實很簡單：我絕不會開口叫顧客購買，而只會在顧客試穿時，在旁邊讚歎地說：「小姐，妳穿這雙鞋真的很好看！」讚美的說話出自男性口中，女性通常都很受落的。



在那兒待了幾天，我發現這行業的收入也不錯，心裏總算接受了這份工作。安定下來之後，我也發現老闆沒騙我，公司原來真的有一位男同事：不過他是負責管理倉庫的。

在這間女裝鞋店工作，跟我過去的職場生涯截然不同：我從未試過在全女班的團隊中工作的。然而我也很世故，就算在店裏頂着「Top Sales」的光環，也未受到眾女同事白眼，因為我對一眾女士的禮數甚足，當時香港剛興起台灣的珍珠奶茶，我便不時買來「孝敬」大家，因此甚得眾人歡心，相處甚好。是的，人緣好從來都是很重要。

### 「初窺鞋業的商機」

轉眼又到了三個月「大限」，我也是時候不幹了。只是沒料到在我出手之前，老闆竟然先出手了。

那一天，老闆召了我上辦公室，跟我說：「我想調你到批發部工作，如何？」

原來該公司除了經營直屬的鞋店，其實也從事批發業務，將貨源批發予各區的鞋店。當時我已打算離職，另外所賺的佣金也夠多，實在不想幹下去。

然而老闆跟我提了一句：「你轉做批發的話，賺的錢會是你目前的三倍！」

聽到此話，我頓時把本來的計劃拋諸腦後，決定轉職批發的崗位——即管看看會是怎個樣？

老闆的公司屬於所謂「泊廠」形式：沒有自己工廠，都是找廠商生產並供貨，再轉手批發給店舖的，然而，其公司在香港鞋業中亦屬有名的大公司了，客戶甚多，而且當時他有三家直營店，都開在旺角。在我接手批發工作之後，老闆給我一張客戶名單看，方知原來香港鞋店大致可分為三大類型：一是傳統的連鎖鞋店；二是所謂「大玻璃鞋店」，即對外一片落地玻璃陳列鞋款的大鞋店；三是位於跑馬地居多的高檔訂造鞋店。

就在這段在鞋業打滾的日子中，漸漸讓我看到鞋業中的無限商機。首先，我發現在香港，大眾對鞋的需求是很大的，尤其是在過年前夕。以我任職的鞋店為例，平日一共八位售貨員，但到了年近歲晚之際，會加上一批臨時售貨員，銷售團隊多達四十人，其生意額可想而知。

其次，我在接手批發之後，發現一年之中，只需要做春夏、秋冬兩個季度的生意，實際工作時間是在季初兩個月——跟大約兩百多個客戶（鞋店）確認訂單，之後四個月便不用再找新客戶了；因為即使再找，工廠也生產不來。既然訂單已夠，那餘下數月只需坐在辦公室中等電話：收到廠商的起貨通知，一到貨就立即派到各店去賣。這種輕鬆又好賺的生活，讓我過得十分寫意，甚至可以在辦公時間，帶着手提電話開着漫遊，瞞着老闆坐船出海磯釣，反正都是接電話安排工作，帶着筆記簿記錄出入貨數量就行了。

## 「攻入精品服裝店市場」

我在轉職批發之後約半年，再度被老闆召見，臨危受命。話說當時公司正面臨相當大的資金壓力：被一眾大鞋店拖欠貨款。

話說千禧年前後的業界，批發商向門市鞋店供貨後，基本可享一百八十天的付款期，而且付款時還會將賣不完的貨，以各種理由退貨。至於付款金額，如果店家願意三個月付款的話稱為「找現」，貨款以九四折計算；而如期六個月付款的話，貨款則以九九折計算——總之就是不會收到十足貨款的！

面對鞋店拖欠貨款，又多退貨，公司現金流不足，每個月都積壓一百多萬元的欠款，真的很難營運。結果公司只好拖欠工廠的貨款，試圖轉嫁壓力，但長此下去也不是辦法，必須另謀出路。因此，這次老闆指派了我一個新任務：開拓精品服裝店 (Boutique) 的市場。

在那個年代，精品服裝店並沒有賣鞋的，即使有鞋，也只有一雙

用來陪襯衣服。那時候老闆看到這些精品服裝店的潛力，派了我去開闢這個市場，結果取得很大的成功：在精品服裝店中賣鞋，數量雖然比不上正式的鞋店，然而精品服裝店不像那些大鞋店般有「封區」的規則（向某區其中一家鞋店供貨後，就不能向同區的其他鞋店供貨，以形成區內獨市的格局），在同一區內可以向多間精品服裝店推銷，所謂「密食當三番」，賣得夠密的話，銷量可媲美正規的鞋店。而且，精品服裝店只有一個月付款期，並收十足貨款，完全勝過向鞋店供貨。

就在我奮鬥兩個月之後，老闆也要喊停我了：因為這時候的訂單已經飽和，接再多訂單也做不完了。當時，我才二十歲。

錦囊

# 實體店的迷思 —— 是時候轉型了

過往大部分人想經營一盤生意，都會先去開創一家實體店；不論規模大小，就是要以此作為起點。

這想法在眾多行家「前輩」尤其根深柢固。直至數年前，許多行家仍以開實體店為本業。儘管大家都明白網絡時代已經來臨，也紛紛在網上建立網店，然而他們的觀念仍停留在 O2O 之上，即所謂 Online to Offline——旨在利用線上的渠道，通過折扣、提供信息、預訂服務等方式，把商店的消息推送給網上客戶，從而將顧客引流至線下的實體店。

這種 O2O 的做法，背後的心思，始終是在線下，這是我不能同意的。

## 實體店 VS 網店的開支

以我觀察的一些行家為例，所謂開設網店，不過是花錢設一個網站、找個員工兼任版面管理工作而已，就算特意增聘一、兩個員工專門負責，每月開支都不過花兩、三萬元而已；所以其業務重心，仍在實體店——光租個店面，聘一、兩個售貨員，就已經每月至少花上十至二十萬元了。

## 不要輕看網店的投資

大多數的人，都會覺得實體店已經投資了那麼多，是絕對不捨得放棄的，必然把心思都放在實體店，網店只屬放牛吃草、願者上鈞。上述的還只是一些小規模的生意，若是一些較大規模的，以至大型連

鎖店，單是店面的員工數量動輒已是數以百計，還未計算其他日常開支，可以想像他們在實體店投放的資源是何等巨大；網店的話，理所當然只會是有限度經營了。兩者相比之下，網店虧得起，實體店就虧不起了，我該把心思投放在哪裏呢？

稍為理智一點的人，或會傾向按「八二」比例投放資源，即實體店百分之八十、網店百分之二十。在我看來，這樣的「八二」投放資源比例，也是不恰當的。

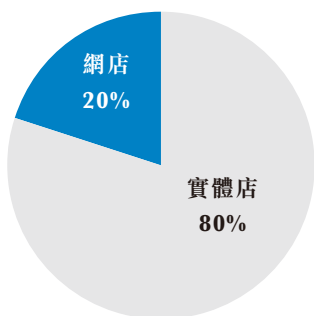
## 投放資源的黃金比例

我認為，不管兩邊的投資比例孰多孰少，心思及資源的投放，也該是一半一半：實體店佔百分之五十、網店也佔百分之五十，否則網店一定做不起來。事實上，實體店的經營壓力愈益增大，管理上也複雜，更關鍵的是，實體店的營業額始終有其限制，但網上銷售若做得好，生意額絕對有可能以幾何級數上升。以我為例，鞋佬生活百貨一

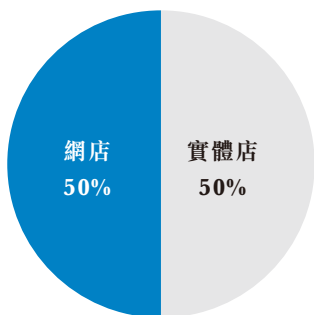


## 實體店 vs 網店 投放資源比例圖

一般投放資源比例



理想投放資源比例



次直播，短短兩小時之內，最少生意額的一場也能創造十七萬元的營業額，而最強一場更超過一百萬元！試想想，一間實體商店賣的都是價值幾百元的東西，賣多久才能做到數百萬元的生意？只有透過網上才有這可能。

**實體店必須向網店轉型，這是一定的趨勢，無可避免。**當然中間會有過程，這就涉及投放多少資源在網店的營運上了。最理想是五十五十，但其實網店愈做愈大，愈做愈好的話，最終可能是放棄實體店，全力經營網店，才是最後出路。

大抵我的行家很多都放不下昔日的成功經驗，不捨得放棄實體店，所以才綁手綁腳。相反，很多從零開始的新公司，一開始就以網店為本位，好些創業人士在工業大廈中，以較便宜的租金或較少的人力，開設所謂「體驗室」，讓顧客可以親臨選購。我預視他們這一種模式是可以成功的，關鍵在於：他們一開始就沒有實體店的包袱。



■ 我成功的關鍵在於放下實體店的包袱。

# 鞋佬的

我這樣靠直播打造過百萬生意

網紅瘋狂日誌

著者

陳胤華（鞋佬）

責任編輯

梁卓倫 李穎宜

裝幀設計

鍾啟善

排版

劉葉青

筆錄

盧韋斯

出版者

萬里機構出版有限公司

香港北角英皇道499號北角工業大廈20樓

電話：2564 7511 傳真：2565 5539

電郵：info@wanlibk.com

網址：http://www.wanlibk.com

http://www.facebook.com/wanlibk

發行者

香港聯合書刊物流有限公司

香港新界大埔汀麗路36號

中華商務印刷大廈3字樓

電話：2150 2100 傳真：2407 3062

電郵：info@suplogistics.com.hk

承印者

美雅印刷製本有限公司

香港觀塘榮業街6號海濱工業大廈4樓A室

規格

32開（210mm×142mm）

出版日期

二〇二〇年七月第一次印刷

版權所有·不准翻印

All rights reserved.

Copyright ©2020 Wan Li Book Company Limited.

Published and printed in Hong Kong.

ISBN 978-962-14-7267-0

本書部分相片由《橙新聞》提供，特此鳴謝。

鞋佬，從會考一分的黃毛小子，變成鞋公司 Top Sales，再經歷打工生涯中的大起大跌，如今成為逆市中突圍而出的男網紅，成功帶動「直播帶貨」風潮，一場直播營業額超過一百萬元！

本書除了記錄這位網紅的發跡史，也分享其網上直播實戰經驗。

### 十大網紅錦囊毫無保留奉上！

- ▶ 放下實體店包袱
- ▶ 直播時不需要高端器材
- ▶ 登廣告要鋪天蓋地
- ▶ 重視客人的消費體驗



文化閱讀 購物平台  
mybookone.com.hk

ISBN 978-962-14-7267-0



9 789621 472670



聯合出版集團



滙里機構

HK\$78.00 NT\$350.00  
Published in Hong Kong

建議上架：流行讀物