



**伟视界**  
从这里微观临沂

联动方式 2673350333  
15563676699

1999年冯小刚火爆的贺岁片《不见不散》让国人见识了能办公、宜居住、可旅行的房车。十几年过去，我们的生活悄然改变——中国已超越美国成为世界第一大汽车市场，房车离我们还有多远？

本报记者 伟伟

#### ■出镜人物

赵树代，38岁，临沂人，临沂市驰地汽车销售有限公司董事长。



# 房车开启我的二次创业

## 1 发现房车，坚守还是拼搏已不是问题

我已经有丰富的创业经验，在外贸这个领域里，摸爬滚打十多年。我也没想到会一头扎进房车这个行业。

2001年6月，我结束了临沂大学商贸英语专业的学习，做了一名教师。厌倦了按部就班的生活，一年之后我跳出学校，成为一名外贸业务员。业务做得风生水起，我很快就升职成为业务经理。然而我毅然辞掉外贸工作，开始自己创业。我主要从事五金工具建材类的出口业务，产品远销到中东、非洲等国家和地区，外贸业务做得比较成功。人到中年，看起来，该有的都有了。

我一直有个想法，利用长假带着父母和孩子四处走走看看，

去看看远在东北的叔叔、二姨他们。有老人有孩子，不管乘坐轿车还是越野车或是商务车，长途跋涉都不方便，老人会感到累，长时间蜷缩在狭小的空间里孩子也不舒服。我就在网上查看汽车方面的信息，去年春节期间突然发现了房车的存在。原先对房车的认知跟大多数人一样停留在表面，只是从国外大片中看到它的存在以及美好，感觉价位一定在百万元以上，普通人消费不起的，即便是中产阶级都不敢想象。可这次我发现国产房车，价格适中，适合普通家庭消费。于是我开始搜集所有关于房车的信息，其中一款售价在20万以内的梦之旅房车引起

了我极大的兴趣，厂家打出“让房车进入百姓家庭”的口号正合我意。

我在网上查找相关资料研究，发现厂家的销售网络不健全，在临沂找不到经销商，要买车只能到厂家去。我脑中灵光突现，“是不是我可以做这个事情，在临沂销售他们的车？”

在外贸行业摸爬滚打十多年，业务非常熟练，生活毫无激情可言。趁着年轻，我还想挑战一下自己，是不是有更大的发展空间，房车无疑是个很好的机会。十多年的创业史，为我积累了丰富的经验，培养了组建团队、驾驭公司的能力，这是我的信心所在。坚守还是拼搏，对我来说已不是问题。

## 4 摸索出一条具有自己特色的发展之路

一个人永远干不过一支团队。我的团队不是一下组建起来的，他们一个来到我身边。第一位员工是从劳动力市场找来的，那时有3辆房车，需要司机，于是找到他。小伙子很上进，对房车由陌生到熟悉再到热爱。半年时间已经从一名司机成长为一名房车专家，并且在房车事业当中收获了爱情。

第二位员工原来是名健身教练。我们在房车爱好者群里相识，通过QQ联系。他研究房车比我还早两年。因为共同的兴趣爱好，果断辞掉工作投奔而来。他负责在网上推广，到公司不足一个月就成功卖出一部房车。

……

就这样，我身边聚集了一个一个房车爱好者，他们分担走了我的大部分工作。目前8个人聚集到团队中，纷纷自愿入股成为公司股东，干劲十足，我有更多精力放到拓展业务上。

5个股东的加盟进一步壮大了公司实力，我也有了更为大胆的想法，把格局从临沂放大到全省，做省内第一家房车俱乐部。我们把临沂房车俱乐部升级为山东省房车俱乐部。这时候我们面对的是整个山东市场，不再仅仅局限于临沂，我们的车型从家用房车增加到了商用房车，不断有国内国际新的品牌加盟我的团队。

目前国内房车营地比较热，而我们房车俱乐部的存在加速了临沂乃至省内房车营地的建设与发展。我们最先与红石寨房车营地取得联系，从网上知道这个营地就开着房车慕名前往，从此建立起良好的合作关系。我们把它推广到全国，留下我们的地址和电话，这样全国的房车到临沂露营，我们负责全程地接。目前，我们在全省不同地区有10家房车营地正在建设中，光临沂的就有观唐营地、蒙山营地、青啤广场营地等。公司成立一年多成功卖出30多辆房车，越来越多的人开始接受房车，更多股东在租赁使用我们的房车，我们的房车旅游订制也开展得非常顺利，刚刚结束8辆房车暑期游览内蒙大草原的活动。

我的二次创业不敢说成功，但也取得了一些成就。总结创业成功的原因，除去对行业发展的正确判断，有一点非常重要：贵在坚持，认准了就坚信一定能成功，坚持中不断学习、完善和创新，最终摸索出一条具有自己特色的发展之路。

## 2 我成为了房车界第一个吃螃蟹的人

房车是新生事物，没有成功的路子可以借鉴，完全靠自己摸索。我开始添加各个厂家的QQ群、微信群以及论坛，在房车网和其他专业网站上了解大量房车信息，为此付出很大精力。外贸公司的业务靠不上，产品质量把关不严，出现了订单下滑，很是苦恼。为了搏一把，我果断把自己辛辛苦苦十多年做起来的外贸公司交给妻子打理，腾出时间和精力投身房车事业。

这年的临沂春季车展，我从外地租回一辆参加了车展。这是临沂有史以来第一次房车参展。

当时引起了轰动效应，看房车的人比看任何一款其他车的人都多，大家表现出前所未有的热情和热爱，我更加坚定了自己的选择。

我把做房车的想法跟家里和要好的朋友进行沟通，他们都持反对态度，他们怀疑在临沂能卖动房车吗？为了取得支持，我带着他们一起去厂家考察。我们到了德州齐河县的梦之旅厂家，这也是我接触的的第一个房车品牌。我们受到厂家的热情招待，参观了房车生产线。厂家负责人是国内最早一批房车从业者，他从专业

角度向我们阐述了房车的发展和未来，他的见解与我从网上了解到的信息相比更加系统和深入，我决定拿下代理权。我的朋友看好市场前景，但是认为时机尚早，我们的意见出现分歧。朋友说，如果做上三两年市场没起来，就会被拖垮成为先烈，我却认为坚持下来必定能成功，到那时我们就成为先驱了。怎么办？要么自己做，要么等他研究透彻一起做，可是商机稍纵即逝，我决定自己做！签代理，提样车，很快完成，我成为了房车界第一个吃螃蟹的人。

## 3 我把公司也做了众筹化模式

有了房车，我开着它在临沂展开巡游，书法广场、凤凰广场、阳光沙滩……上下班，接送孩子都开房车，房车就是我的代步车。

开着房车不管走到哪里都是焦点，所有人都在看。我第一次开着房车接孩子放学，把车停在学校门口，我去旁边的小卖部买东西，回来时发现车门被打开了，大家急切地想看看这是个什么车，内部结构怎样。车体有电话，很多人打来电话询问价格、配置等信息。大家对房车的热爱一次次打动了我的心，让我对未来充满了信心。

这一年临沂大大小小的车展，我参加了不下10场，目的就是推广房车，普及房车文化，让更多人近距离接触房车，了解房车。每次车展都是我自己开车去，自己为观众做介绍。大量的时间、精

力耗在房车上，付出了很多，可是经济上的效益基本看不到，家里人都劝我，放弃吧，别干了。

开拓临沂房车市场，单一品牌难挑大任。我又相继拿下两家房车代理权，公司旗下有3部房车。我又联系临沂其他3位房车车主，共同的爱好让大家相聚在一起，6辆房车组成了临沂房车俱乐部，我们一起组织房车活动，推广房车文化。

众筹这个概念当时比较热。我需要更多资金，拿下更多房车代理权来壮大公司，提升影响力。缺少资金怎么办？我开始学习众筹，先后参加了羽翼咖啡馆、鲜益鲜购，还有涑河游船众筹，成为他们的股东。我参与的目的就是学习，通过这种学习，进一步打开思路，于是我把公司也做了众筹化的模式。