

每年高校开学,都会给一些有商业头脑的老生带来很多“小生意”。采购一些常用货品,课余在校内摆摊设点,既方便新生生活,也能给自己挣点零花钱。记者发现,以往这种活动还有不少贫困生参与,但如今参与其中的多是热心于商业实践活动的学生,首要目的也变成了积累经验。这些学生的投入资金颇大,推销手段也越来越专业,从而导致“小生意”竞争十分激烈,不好好经营,东西还卖不出去呢。

高校有学生开学忙“营销” 学生和外来营销人员争抢“一杯羹”

现象一： 摆摊拉客，“扫楼”推销

老生们销售的商品主要是生活用品,大到洗衣机、脱水机,小到锁头、挂钩,一应俱全。也有部分同学销售收音机、学习报刊、词典、U 盘等物品。记者在走访中看到,学校的饭堂旁、宿舍区都有不少摊档,几个“售货员”分工协作,负责收钱的同学腰间别着一个腰包,负责售货的同学分毫必争与顾客讨价还价,“拉客”的同学则在摊前吆喝:“师弟师妹过来看看啊,风扇、水桶、枕头样样便宜!”很有做生意的架势。

还有部分同学不辞劳苦“上门推销”,背着鼓鼓的背包,逐个敲开新生的宿舍门,有礼貌地表明来意,介绍产品。

广东商学院大二学生小郑告诉记者,他除了销售英语报纸外,

还和另外六个同学一起销售生活用品。“我做代理,招销售员,让他们去‘扫楼’推销,还会发动同乡会的同学帮忙推销,开学时生意繁忙、人手不够,自己也要亲自上阵。”

现象二： “档主”剧增,竞争激烈

每年的高校开学之时,在商家和老生的眼里都是赚钱的大好时机,不少人早在假期的时候就开始筹备如何在开学后“分一杯羹”。“为了提高销量,我们团队兵分几路,部分留守摊档,部分上门推销,但效果甚微。这几天去的宿舍都被别人扫过几遍了。”小郑说,进校的商家对老生们的生意影响也不小,“学校场地上卖日用品的摊档拉走了大多数客户,留给我们的生存空间很少。”

竞争如此激烈,制胜在何处呢?“时间越早越好!”小郑说。中大的小郑则认为,最大的困难是新生对校园销售的信任度,相对而言,新生更相信实体店的销售。“就我卖的饮水机而言,或许因为这是比较贵而且要用得长久的生活用品,新生们都觉得花多点钱买一个有质量保证的心里会踏实一点,而对于小件便宜的东西,价格是主要的影响因素。”

结果： 有的赚钱,有的压货

现在的校园“摆摊族”,再不是小打小闹,许多颇有生意头脑的学生,把它当成正式公司在认真经营。记者发现,很多学生的“生意”都是团队在运作,地点已经不局限于本校,而是随着不同高校的开学时间变换地点。广东

药学院计算机专业大四学生梅海杰组成了 12 个同学的团队共同投资,一共集资了 6000 多元采购商品,开学期间分别在广中医、华工、广工等高校设点开档。

为了达到最好的商业效果,他还进行市场调研,了解新生需要以及“同行”的商品供应情况,开展错位竞争;并利用薄利多销的模式大打价格战。据悉,他们仅仅在广中医摆摊的当天,就卖出了 2800 元的货物。但是也有学生不善经营、生意惨淡,进了很多货,大半天只卖出几个衣架,现在开始为手里的存货发愁!

目的： 积累经验,期待创业

做新生生意的学生大部分是为了“练兵”!在记者采访的同学中,只是为了勤工助学的同学比

例很少,他们大部分是市场营销相关专业的学生,或者是很有商业兴趣准备创业的。他们把摆摊设点当成了商业实践的机会。这些同学往往家庭情况还好,因此在投入方面也比较大方。

那为什么参与进来的贫困生越来越少了呢?华农大三学生小李在多种勤工助学岗位工作过,他说:“不是不想做,而是没钱做。”虽然校园销售生意规模小,但也需要投资,投资必然有风险。广商的小郑也告诉记者,他的团队 7 人,每人出资 500 元,一次进 3500 元的货。“500 元对于一个家庭经济困难的学生来说,是一个月甚至两个月的伙食费,一旦投资亏本,贫困生本来拮据的生活变得更加困难。”小李的担心正代表了许多贫困生的想法。

(摘自《羊城晚报》 夏杨朱土福 / 文)

前不久,上海一位做元宵的小顾阿姨忽然在网络上异军突起,因为临近元宵节,她自己亲手包制的元宵在网络上卖得火热,每天都有近千个汤圆在她手中“诞生”,然后送往上海的各个家庭。当很多人厌倦在超市买的速冻汤圆千篇一律的口味后,全手工制作的汤圆让他们惊喜不已。

“点心阿姨” 刚退休又创业

小顾阿姨退休前是沪上某老字号点心店的“点心阿姨”,和汤圆打交道已有 30 年。退休后,闲不下来的她还是喜欢包包汤圆、烧烧菜,请周围的邻居、同事一起尝。说起自己的厨艺,她有些得意地说:“我爸爸是大菜师傅,在这方面我大概是受了他的遗传吧。”

说起创业这茬,其实小顾阿姨是被“怂恿”的。有一次,一位同

上海阿姨网络创业卖汤圆 全手工制作日卖近千个

事的儿子在吃了她做的手工汤圆后玩笑似地建议:“阿姨,你汤圆做得那么好,不如开家店卖吧!”说者无意听者有心,耐不住清闲的小顾阿姨真的心动了,风风火火地说干就干。

从小区“摆摊头” 到网络开店

刚开始,小顾阿姨选择在小区里“摆摊头”卖汤圆。由于街坊邻居都是一起从静安区动迁过来的,交情颇深,对她的手艺也是有口皆碑,汤圆卖得着实不错。

后来,初尝成功滋味的小顾阿姨开始扩展“业务范围”,在儿子的帮助下上网开起了“私房汤圆店”,没想到从此一发不可收拾。

由于手工做的汤圆比较“娇贵”,小顾阿姨希望客人能尽量上门提货,可时间长了禁不住客人的一再要求,也开始尝试送快递。起初由于不放心其他快递公司,都是儿子骑着电瓶车亲自送。因为汤圆在送货过程中难免被破

碰,包装又成了难事。后来,儿子去城隍庙进了一批塑料饭盒,才解决了包装的问题。

全手工制作 包出家的味道

元宵节前夕小顾阿姨的生意总是特别好。她告诉记者,元宵节前后几天为了满足客人的订单,

每天都要做近千个汤圆,经常要工作到凌晨。

也许有人会问,小顾阿姨的汤圆凭什么卖得这么好?答案或许就在于她精益求精的全手工制作上。为了包汤圆,小顾阿姨每天要用掉 20 多斤糯米粉,6、7 斤黑芝麻,10 多斤肉。而且她始终坚持买最原始的材料,自己和面、拌馅,绝不买别人加工过的半成品。



“就说猪肉馅吧,我拌的馅既要有夹心肉也要有梅肉,再带一点排骨边上的肥肉,这样汁水比较足。如果都是瘦肉,口感就有点糙,都是肥肉又有点腻。”虽然忙,小顾阿姨从来不“偷懒”买超市里现成的肉糜,她说还是自己拌出的馅最放心,味道最好。

现在,小顾阿姨的汤圆吸引了不少回头客,甚至有人凌晨发消息给她预定,还有客人强烈要求她“破例”快递到北京,让她很无奈:“不是我不肯,汤圆在路上很容易坏掉。”后来,小顾阿姨用蛋糕盒装了汤圆在常温下放了一夜,试验成功后才同意发货。

(摘自《东方网》孙晓菲 / 文)

一次“巧遇”带来一片商机 潼南特禽养殖造就百万富翁

2010 年 1 月在重庆市举行的西部农交会上,由潼南县双江镇的特禽养殖户陈建华所带来的特色珍珠鸡等野生禽类产品,一上柜便迅速销售一空,许多“不甘心”的消费者甚至还提出预订。“接订单接到手软。”这让陈建华笑得合不拢嘴。同时,陶然居、毛哥老鸭汤等市内大型餐饮企业也向陈建华养殖的特禽抛出“橄榄枝”,预定了共计超过 100 万只的特禽野味。

陈建华养殖特禽到底有什么妙招?记者来到他位于潼南双江镇的特禽养殖场进行了一番打探。走近一看,不足 30 亩的养殖场内,一群群野鸭在水塘中嬉戏,野山鸡、天鹅、贵妃鸡等争相鸣叫,几座矮小的农房分散在养殖场周围,场内 2 名工人正在来回巡逻。这与记者想象中规模化的大型养殖场似乎还有些差距。

生态养殖才是“王道”

“搞特禽养殖,主要还是要找对方法。”

陈建华说,在创业初期,他也曾遇到瓶颈,由于对养殖方法不够熟悉,特禽粪便处理不得当,造成许多特禽病死,严重影响到质量,一度形成滞销的局面。

他遍访养殖“名家”,阅览养殖书籍,发现引进鱼苗是处理特禽粪便这个“顽疾”的“灵丹妙药”。于是,他专程从市内其他区县引进了鲫鱼、花鲢、草鱼等鱼苗投放到养殖野鸭的水塘中,用野鸭、野鸡等特禽的粪喂鱼,如此一来,既解决了粪便处理不当造成的特禽病害,又为鱼类提供了天然的肥料。

陈建华算了一笔账:每年在引进特禽种苗、购买饲料及养殖设备、运输费用等生产成本总计要花费 3 万元以上,而目前该养殖场拥有 10 余亩池塘,一年累计可产 4—5 吨鱼,按照 6 元/公斤的市场平均收购价,净利润近 3 万元,直接解决大部分养殖特禽的成本费用。

同时,采取“活水”养殖。养殖场靠近双江镇长河堰水库,一边引入水库淡水,一边将死水排出,流入河流,避免因死水养殖造成的特禽传染病,形成一个生态的养殖链条。而在这样一个链条上,只需 1—2 名工人便可完成所有工作,劳动力成本也大大节约。

一次“巧遇”带来一片商机

技术有了,方法也有了,但销路还是一个亟待解决的问题。陈建华认为,零售对于特禽养殖户来说,根本无法赚钱,就拿野鸭来说,平均每只的养殖成本在 16 元左右,而市场零售价一只也只有 16—20 元左右,再扣除运输费用,农民能赚的钱几乎“所剩无几”。

到哪里去找能够批量收购特禽的老板呢?于是陈建华带着自己的特禽产品来到主城,向市内各大餐馆、酒店上门推销,并在重庆西三街贸易市场设立门市部,专门向主城各大餐馆供应特禽产品,市场销路逐步打开。

2008 年,潼南县举办一年一度的蔬菜采购会,陈建华觉得这是一个机会,他带着自家的特禽产品来到采购会上进行推销,吸引了不少到场企业家、老板的注意,其中就包括重庆陶然居饮食文化集团董事长严琦。经过洽谈,陶然居与陈建华签订了首期 50 万只特禽的合同订单。

拿到大单,陈建华反而有些焦虑,自己不到 30 亩的养殖场的特禽年产量也不过

10 万只,如何能够满足 50 万只的供应量?他想到,要改变自家养殖场单纯养殖的单一经营模式,把对外采购、销售中介集于一体,于是他“拉拢”了潼南县内 20 余家特禽养殖专业户及慕江、长寿等市内其他区县养殖户,成立了重庆市建华特禽养殖专业合作社。

由他牵头,进行统一收购、统一销售,这样一来就解决了供应量的问题,还解决了部分养殖小户“单打独斗”卖不出去的情况,真正帮农民创收。

以销量确定产量

由于养殖场毗邻双江镇长河堰水库,陈建华意识到,这是一个推动产业发展的“潜力股”。08 年陈建华与他人合作,在长河堰水库边修建了一个集休闲、旅游、观光于一体的特色休闲山庄,以特禽野味作为助推项目,带动当地旅游业发展,为农民提供更多的就业机会。

下一步,该合作社将在今年内成立特禽食品加工厂,将产品进行深加工后投放市场,以拓展更多的销售渠道。

(摘自《重庆日报》

在就业形势日趋严峻的今天,很多大学毕业生自谋出路。就读于某高校的大四学生陈同心就别出心裁,用他的话说,是当起了生活服务行业的信息发布者。

发一条信息赚 5 块 大学生当起网络经纪人



临近毕业,很多同学都在为工作的事情忙得焦头烂额,陈同心却天天在商场、酒店和小区里“溜达”。一个多月来,市区的很多商家、酒店和小区都被他给跑遍了。“我想先了解一下他们的情况,然后在网络上帮助这些商家发布信息,通过互联网帮助商家和居民获得他们想要的生意和服务,如果有了实效,我还想和他们达成长期合作。”陈同心对自己的“想法”很有信心。

陈同心说他的这个就业“新门路”来自春节回家的一次亲身经历:同村的几个阿姨想到城里做保姆,但是得不到用人信息,而城里却出现了保姆荒,很多家庭根本预定不上保姆。小陈记录了她们的相关情况,并在网络上发布了。过完春节后,这几个阿姨都被订购一空。由此小陈想到了一个创业的点子:也可以为其他类似的人群或者商家提供网络信息发布的服

务。陈同心说,他发现城市的生活服务业提供方向往往是文化程度较低的农民工,服务的需求方以白领为主,网络普及率非常高。“小的商家不懂网上宣传,农民工要找工作往往要通过中介,会被收取很高的费用。像我这样的人正可以为他们搭建桥梁。”小陈说,他自己粗略地算了一下,青岛的中低端生活服务商家至少有 20 万家,“一个商家收 5 块钱,那就是 100 万的市场,何况我觉得数量远远不止于此,这个办法也可以在其他城市推广。”陈同心告诉记者,仅仅春节前一个月,他就已经为 300 多名农民工、150 多家商家发布了网络信息。

社科院研究员刘同昌认为,目前国内从事生活服务业的商家有数千万,伴随中国经济向服务业转型,这一数字会不断增加。目前中国的网民数量已经超过 3 亿人,他们通过网络吐露出巨大的生活服务需求,大学生扮演好类似“经纪人”的角色,不仅可以为一些不具备网络推广能力的商家带来新机遇,而且也会为自己带来收益,很可能成为生活服务电子商务化的受益者。

(摘自《择校伴侣网》)

去年春晚被“加热”的魔术热还没来得及“退烧”,在虎年春晚的“添薪加柴”下,今年再次引爆全国,并迅速波及郑州,越来越多的郑州人成为“着魔族”,更加带旺魔术市场。

魔术培训 受到追捧

“去年,招收学员最多的时候,一个班能达到五六十个。”魔术师杨峰 2006 年 10 月在郑州开办了专业魔术培训班,借助牛年春晚掀起的魔术风暴,杨峰在去年也“牛”了一把,他乐观地估计,今年的魔术市场行情看涨,春节刚刚过去,他的业务电话就此此起彼伏响个不停。

“春晚魔术的魅力确实很大,仅 2009 年 3 月一个月,郑州魔术市场就冒出来 15 家魔术用具专营店,今年不可小觑。”杨峰告诉记者,目前郑州市有 4 家专业魔术培训班,培训课程分初、中、高三个级别,课程以一个月为单位,价格一般 300~1000 元不等。这些培训班都受到时尚一族的追捧。

(摘自《郑州日报》王影 / 文)