

【捷克:毛公仔旅行社】
■公司大本营:布拉格
□搞怪创意:玩具也能环游世界

全世界大概有 12 亿个被孩子们视为“亲密伴侣”的毛公仔,他们通常只能呆在家里,无法与主人一起环游世界。前不久,捷克成立了世界上第一家玩具旅行社,专门带人类毛茸茸的“好朋友”周游列国,然后把它们在旅游景点前的留影寄给主人。目前,旅行社为泰迪熊设计的“基本套餐”要价 90 欧元(约人民币 832 元),主人将获得 30 张泰迪熊在布拉格各景点“到此一游”的照片和一张旅游光碟;标价 150 欧元(约人民币 1387 元)“高端套餐”还会为玩具准备包含枕头和毛毯等旅行必需品,并安排它坐飞机头等舱回家。这个看似疯狂的创业点子竟然受到不少顾客青睐,开业不到一个月,已经收到来自美国、日本和德国的许多订单。

【荷兰:牛棚减压会所】
■公司大本营:奶牛农场
□搞怪创意:与奶牛一起冥想

在德荷边境的一个奶牛农场里,有一帮来自都市的白领,他们躺在牛棚的草堆上闭目冥想,通过模仿奶牛的休息方式释放一天的工作压力。荷兰农民科奈尔·迪瑞格特是这个“减压农庄”的主人,他专门为商务人士创造出这种“红脸蛋”减压法。尽管人们的冥想经常受到奶牛骚动、牛粪异味的干扰,但迪瑞格特表示,他的农场每日顾客盈门。人们还能通过吹柴发泄愤怒,在附近的小溪嬉戏,购买各种农产品,包括木头玩具、新鲜烘培的饼干、羊毛衣物,以及鲜榨蔬果汁等等。

【德国:鸚鵡面包房】
■公司大本营:面包房
□搞怪创意:鸟类也要吃有机食品

德国人热爱有机食品,即使在经济不景气的时候,也不惜花大价钱购买无公害食物。这种对食物极端挑剔的趋势蔓延到宠物界,德国出现了一间专为鸚鵡定制有机零食的面包店,产品包括棕榈油松饼、桉树零食和果仁球。公司 2007 年创立后,受到意想不到的欢迎,目前产品销售遍及全欧洲。

【德国:职业舞伴出租】
■公司大本营:柏林
□搞怪创意:模仿一战时期的欧洲“职业舞男”

不会跳舞的人第一次登台表演难免羞羞答答,放不开手脚,这时如果有一群舞蹈高手在旁边伴舞,一定会提升跳舞的自信心。德国柏林有个名为“做我舞伴”的公司,提供精通各种舞蹈的男女舞伴“出租”,顾客可以预约单人或群舞伴舞,每人每小时收费 40 欧元(约人民币 370 元)。这个主意来源于欧洲一战时兴起的“职业舞男”,当时男人们都上了战场,舞场上极度缺乏男性舞伴,一些绅士就在舞厅提供计时出租服务,深受喜欢跳华尔兹的老人和单身女士欢迎。

【德国:桌面足球队设计】
■公司大本营:汉堡
□搞怪创意:足球“小”将也要穿时髦球鞋

足球是德国人最喜爱的休闲运动,对于手脚不协调的人来说,桌面足球游戏也十分刺激,德国办公楼的文娱休息室里遍布这种桌面小游戏。一间德国公司突发奇想,为这些桌子上的塑料足球小将设计各种队服,一整个“球队”的队服仅需 15.9 欧元(约人民币 147 元)。公司 2006 年成立以来,业绩稳步上升。

【德国:职业分手队】
■公司大本营:网络
□搞怪创意:代客分手 300 元

你是否想跟情人分手,却又难以启齿?位于德国柏林的“分手公司”能为你提供专业分手服务!公司创办人伯恩·德雷斯勒看到相亲公司的生意火爆,认为有合必有分,分手公司也应该有市场。他的分手公司在网上运作已有 3 年,按照不同“档次”的分手方式,收费也有高有低。最普通的服务是“做回朋友”,德雷斯勒打电话代客向情人宣布分手,要价 29.95 欧元(约人民币 277 元);最昂贵的上门服务收费 64.95 欧元(约人民币 600 元),德雷斯勒以写信和登门拜访的方式当面提分手。据悉,该公司的顾客大多是 18 岁~35 岁女性。

（摘自《信息时报》）

现在,儿时玩具等怀旧产品在网络上的销售越来越火爆,不少创业者意欲进入这一市场。不过,记者采访一些从业者后发现,该市场虽然利润丰厚,且具备很好市场前景,但也面临竞争日益激烈、市场混乱、货源缺少等不利因素,创业者应该多拓宽渠道寻找货源,同时以藏养藏,才能持久经营。

现状:行情火爆但货源难觅

“如果小时候那些‘擎天柱’、‘威震天’能够留到今天,至少能卖好几千元。”不少人都有这样的感叹。调查显示,有 70%以上成年人对儿时的用品仍然情有独钟,这些用品包括儿时的玩具、文具、书刊、影音等,甚至还包括面霜用完后的罐子、吃完饼干后留下的饼干盒等等。随便在淘宝上输入“怀旧”字眼,就有约 15 万件怀旧用品出售。据估计,怀旧用品的利润率至少在 30%以上。比如近期小虎队时隔 14 年在春晚上亮相,立刻带动起一股怀旧风,网上一些卖家把珍藏多年的 12 张一套的小虎队磁带拿出来拍卖,起拍价为 198 元,以当时一盘磁带 9.8 元来算,全套价格原为 117.6 元,价格几近翻倍。就连早期流行的小虎队海报和黄边贴纸,也分别以每张 25 元的价格火爆销售。不过,不少店主们也感叹:想轻松赚钱也不容易之事。主要是寻找货源。

老夏布做成时尚新品 年赚 10 万

位于重庆洪崖洞的“壹秋 x”,既是年轻女子慕涛的夏布饰品展示厅,也是其经营场所,现在每年可以给她带来 10 万元的纯利润。“壹秋 x”的墙面和中间地带,陈列着慕涛的展品。展品分为家居实用用品、工艺品和艺术品三类,品种繁多却层次分明、色彩和悦,使入店观赏者很难不为所动。

古代做衣服和蚊帐的夏布,早已淡出现代人的视线。可慕涛却以艺术家的眼光,看到了它的价值。这下,她在艺术人与商人间走出了一条创富路。

一幅门帘触发旧梦

慕涛本有份不错的工作,在某企业负责公关推广。尽管拿着高薪,她却心存创业梦想,且多年来一直痴心不改。两年前,偶然的机会,慕涛去了趟荣昌。在那里,她见到了有“中国草书”之之称的夏布。回家后,慕涛将夏布做成了门帘。觉得素白太过清雅,就顺手在其表面画了几片荷叶。有了色彩点缀,这幅夏布门帘竟成了朋友争相称赞的佳作。不久,一朋友搬新家,慕涛用剩余的布匹如法炮制。得到礼物的朋友爱不释手,称比市面上的装饰画有品位得多。一语道破商机,慕涛开始认真琢磨起创业的事来。

用途改革老布新生

砂轮机一开 日赚百元只等闲

“磨剪子,戥菜刀……”“磨刀人”让老一辈印象深刻。新春又至,正是旧时一年一度的磨刀时。最近,几近绝迹的磨刀人又重现城中社区。

“广州这么大,都没见哪个小区里有提供磨刀服务的店家。”不少街坊反映,“平时要磨刀只能靠自己,我们两夫妻年纪大了也不够力气了,还得叫住荔湾区的亲戚过来帮忙。”家住越秀区仁秀新社区的李阿姨说。

最高月赚 3000 元

最近,老街坊热盼的磨刀人又开始重现社区。近日,记者路经仁秀新社区时又听到了“磨菜刀,磨剪刀”的吆喝声。吆喝

5 位盲人大学生合伙开网店

求职不顺创业开网店

这 5 位盲人都是大学毕业。有的学心理学,有的学设计,都曾经历坎坷的求职过程。5 个合伙人的队长沈晨娴曾尝试过做心理咨询师、英文翻译……但视力成为她就业最大的障碍。推拿按摩是盲人最主要的就业方式。“我不想去,读了大学还是去做‘盲推’,那我当初何必那么努力地读书考大学呢?”5 个大学毕业的盲人,想活得有意义些,有价值些,于是 5 个志趣相投的盲人想到了创业。



非容易之事。主要是寻找货源。

经验:多个渠道淘旧货

如何寻找货源呢?一些有经验的店主私下传授部分经验。一方面可以从生产厂家拿货,另一方面就从各个旧货摊、各条大街小巷里等民间渠道去淘。

专门的生产厂。看到怀旧产品旺销,也冒出不少专门生产怀旧用品的厂家。比如深圳有大量的玩具厂、礼品厂等等,他们同时生产一些怀旧用品,而且价格便宜,比如有“为人民服务”的搪瓷杯,很多



如何令夏布重归现代生活?慕涛最终如此定位:用流行时尚的艺术设计、文化包装,赋予它新的用途。

慕涛将夏布原本仅做衣服、蚊帐的用途进行了“改革”:用于家居的装饰画、窗帘、屏风、杯垫、桌旗、收纳包;列为工艺品的老地图、壁挂、团扇;纳入艺术品的名家书法、画等。

个性定制独树一帜

夏布店开业后,一张来自上海的定制货单,为慕涛打开了另一扇特色经营之门。

砂轮机一开 日赚百元只等闲

磨刀的是一位操北方口音、踩着单车经过的大叔。黄大叔告诉记者,磨刀这行当成本低,收入高,只要一部砂轮机,接上街头的水管就可以了,有些热心街坊还会主动帮他在附近找水管接水。海珠区赤沙村等城中村的街坊也告诉记者,最近常能见到这些磨刀人,“平时都是下午 3 点左右就会听到他喊,我们住 7 楼都听得到。”

兼修电器受欢迎

走入社区的磨刀人身价也涨了。他们通常 15 分钟能磨好一把刀,磨一把菜刀收 5 元、磨一把剪刀收 3 元,磨未开的厚刀收费要更贵一点。“1 小时有 30 元入袋,生意好时 1 小时赚上百元都有。一天进不同社区磨刀五六小时,一般能赚上百元。”

5 位盲人大学生合伙开网店

借助读屏软件,现在盲人可以上网聊天、浏览,是不是可以借助读屏软件在网上开个店铺呢?他们的想法得到了政府部门的支持。开业指导专家张伟康为他们分析了盲人开网店的优势:盲人有常人没有的战胜困难的决心和勇气;他们更有耐心,坐得住。另外开网店不用出家门,“宅”在家里就能完成交易,不需东奔西跑,这对盲人来说,太合适了。去年 9 月 16 日,有关部门给 5 个盲人培训。原计划 3 天的实训,到第二天就变成了实战。9 月 17 日,5 个盲人注册了一家网店。他们雄心勃勃地给网店起了个“用心创世界”的名字。

1 人同时跟 3 人聊天

网店出售的商品主要是母婴用品和居家用品。因为这类商品款式、色彩比较简单,而且都是统一规格,盲人比较容易上手。碰到自己不熟悉的商品,他们就先买一个自己用,暖宝宝、压缩袋……自己先试用,再介绍给顾客,“除了尿不湿,其他的商品我们都试过了。”沈晨娴开玩笑说。

网店的经营方式也是为盲人量身定制的。从网上的批发市场选一些商品放在“用心创世界”。有买家上门,盲人再把消息告诉

收买佬,从他们手中能以极低的价格(旧书往往只要几毛钱一斤)获得不少宝贝。

自己动手。比如儿时的怀旧音乐、电影和电视,完全可以自己搜集下载,刻成光碟后出售。

提醒:真货仿货要说清楚

把握营销方向。目标客户主要是 70 年代出生的人,他们很容易怀旧,那是因为那个时代人的童年和现在孩子的环境简直是天翻地覆,要摸准这些心理,造成情感共振。在营销中,要注意强调产品的保值和收藏鉴赏作用,这比强调它的功能效果要强得多。

注意避免纠纷。这些怀旧用品五花八门,有些是真货,有些是仿货,因此,在销售的过程中,最好注意向顾客进行说明,以免造成不必要的麻烦。

留住老客户。有店主说,每次有人来光顾我的生意,我都会记下他们的姓名、地址、电话、背景和喜好,尽量了解客人的口味,让客人留下好印象。还会根据不同顾客的口味,挑选一些顾客爱好的物品。

注意产品单一风险。因为收藏原因,商家手头的怀旧物品往往单一,可以延伸商品范围,比如红色经典、怀旧铁皮玩具、学习用品、生活用品、革命服装饰品等等,以达到收入的多元化。

（摘自《广州日报》）

过,由于种种原因,现代社会都市人群反而对这个产品愈发陌生了。

慕涛却以一个艺术家的独特眼光,对荣昌夏布进行了现代化改良,为这个传统产品找到了新的舞台,进行了重新设计、造型和包装,让老树开了新花,并且发现了其新的市场价值,也找到了自己的创业之路。

这件事告诉我们一个道理——老酒装进新瓶,也许重新发掘出来的价值更高。

创富秘籍:细分受众赢市场

谈到将艺术与夏布结合的成功经营,慕涛称得益于细分产品受众和良好的价格体系。原始而濒临绝迹的夏布经过她的创意,不仅融合了现代艺术的元素,更大大增加了产品的使用功能和附加值,从而获得了更多的市场机会。

对于自己的成功,慕涛毫不避讳“是学习并总结了同业品牌的营销思路”。她将夏布按潜在客户的需求细分为家居实用用品、工艺品和艺术品,并与自己“有绘画的功底,又有八年的公关推广工作经验”的特点相结合,最终走向了成功的彼岸。

在定价上,慕涛依据夏布产品可涉及的领域和消费行情,为经营的夏布品种给定了几十元到上万元的弹性差距,给了各阶层顾客选择的机会,也给了自己赚钱和推广中国传统文化和现代艺术的机会。

（摘自《重庆晚报》）



可兼修煤气炉、空调、电视机等家电。

（摘自《信息时报》）
邝凝丹 曹婉婷 梁晓云 / 文

批发商,让对方快递过去。网店从批发商那里分得利润。“我们只做销售和售后服务两个环节。”沈晨娴说。他们借助读屏软件,用耳朵浏览网页。除了图片无法识别外,这套软件可以清晰朗读出网页上的所有文字。盲人有特别灵敏的耳朵,读屏速度在健全人听来快得“应接不暇”。而他们可以一个人同时跟 3 个顾客聊天。张伟康说,“用心创世界”的优势在于定价比别人低,服务比别人好。5 个盲人分时段值班,确保每个时段都有人在线。10 月 26 日,第一个买家来了。5 个人兴奋极了。随后第二个买家、第三个买家来了。“对方都觉得我们热情过度了。”沈晨娴说。

（摘自《新民晚报》）
鲁哲 / 文