

“她他小屋” 校园里走出连锁精品店

李毅,北京师范大学珠海分校文学院汉语言文学专业 2002 级学生,珠海最知名的大学生老板之一。从 2004 年开始,涉及精品、桌球娱乐、餐饮、乐器培训等多个行业。现旗下拥有自创品牌“她他小屋”连锁精品店,在珠海有 3 家,上海有 2 家,广州有 1 家。

创业之初

在不知情者看来,仿佛李毅在偶然之际便萌生了在学校做精品生意的念头。殊不知一切事情的发生必然有它存在的理由。汇集天时地利人和,李毅的精品生意便由此开始了。

天时、地利、人和,不仅在于那时学校的一切都才刚刚开始,也在于大学在读期间他所参加的学生组织活动,以及所遇到的人与事,更在于他自己的人生理念。

2004 年 12 月,李毅的创业之路,在终于说服了学校水果店老板租给他 4 个格子的地盘后,便真正开始了。回首创业之初,李毅多少有一丝感慨,转眼 6 年过去了。想当初,抱着只是试一试的心态,“从没想过这样就做起来,但就老想着这次做不起来,下次也能做起来。”一次尝试的行为,一份执着的信念,成就了今天不寻常的他。

从四处沟通联系到店面的维修,从骑单车进货到商品的装饰,每一个环节都需自己亲力亲为,每一个环节都有着自己未曾经历的新问题,但幸运的是执着与坚持,一次次问题、一次次历练,都使他不断地得到成长。

精品她他

从创业之初四格子的精品到如今 6 家连锁的“她他小屋”精品店,“她他小屋”在李毅的辛勤耕耘下已颇具规模。成功除了勤奋之外,不能缺少的还有智慧。我们已习惯了“他她”在前

的是“他”,但叫人好奇的是,李毅何以会把“她”放在前面?谈起自己的“得意之作”,李毅笑了:“女生优先嘛,而且这间店也是为了广大同学服务的,有‘她’,也有‘他’。”生意头脑、服务意识如此鲜明地透过“她他”二字的前后顺序调换而显示出来。精品生意本是属女性生意,但却不能狭隘地只注意到女性,而忽略了潜在的男性市场,这是李毅生意头脑的灵活。为同学们服务,而不仅只为女生服务,这是李毅全面服务意识的体现。

开店之初,由于管理的需要,李毅计划在校内招牌兼职学生。未曾想到,12 个职位竟有 800 多名应聘者。这让他看到了,同学们对兼职工作的强烈需求,于是他将“她他小屋”申请为校内的勤工俭学点,一方面既为学生提供了兼职、学习的场所,另一方面也免去了亲自重复招聘的繁杂。

对于“她他小屋”的管理,李毅自有一套他的管理模式。对于店里的商品,他希望与众不同,店里的每件商品他都希望是自己精心挑选的;而对于店里的员工,他是中肯而坚定的,他认为面对员工要对事不对人,切不可感情用事。

坚定前行

生意的发展,使忙碌成为必然,可那绝非生活的全部。忙碌之际,李毅仍会抽空回馈学校,与师弟师妹们聊聊,讲述自己的故事,鼓励他们坚持自己的梦想;或做做公益之事,回馈社会,去敬老院探望病弱的老人,并免费为他们送去暖水袋。

对于自己的成功,李毅说一切都是机缘巧合。然而机会来了并不是人人都把握得住的。他的创业之举绝非跟风行为,创业之前便有了自己的调查,自己的定位,然后脚踏实地地做自己认为正确的事情。

(摘自《黄金路创业网》)

玩偶花束巧抢鲜花生意 小店月利润可达 5000 元

憨态可掬的小熊玩偶、粉红可爱的 Hello Kitty 玩偶、时尚精致的喜羊羊玩偶一起被错落有致地扎成花束。如今走进一些花店,首先映入眼帘的不是各色鲜花花束、花篮,而是柜台上堆放的形态各异的玩偶小玩具。据摊主介绍,与普通的花束相比,玩偶花束最大的卖点就是在鲜花凋谢之后仍可收藏。今年情人节,以玩偶和鲜花组合扎成的创意花束成了新亮点,一些售价在百元左右的“玩偶花束”甚至卖到了脱销。

设计新颖造型独特

在广州较场西路 26 号地王广场负三楼,就有这样一家名为“玲妹妹玩偶花束”的独特小店,吸引着消费者的眼球。

记者看到,将近 12 平方米的店面,干净温馨,高大的架子上,整整齐齐地摆放着各式各样、新颖美丽的玩偶花束。这些花束有 Hello Kitty、泰迪熊等,融合卡通经典元素,不论从造型、色彩还是精致度上看,都展现出独特的美,将可爱、新颖、创意发挥到极致。

店内负责人吴小姐告诉记者,这种鲜花多是手工制作而成,玩偶与包装材料的成本都不高,唯一需要的就是精巧的手工与设计。

环顾一周,记者发现店里的玩偶花束,价格从几十元到百元不等。对于这个价格,吴小姐解释,她们的目标客户主要定位在年轻人。“玩偶花束在这个时代里夺目耀眼,受到了特别的青睐与宠爱。我们喜欢玩偶,伴随我们成长的卡通玩偶形象已不仅是孩子梦中的玩伴,它们已经融入我们生活的点点滴滴,成为一种都市追求的时尚。更是爱情、生日、祝福、道歉、婚礼、商务、探望的时尚创意礼物。”吴小姐说。不过据她介绍,玩偶花束也有淡旺季之分,夏季的七八月份是淡季,而 9 月至



第二年的 3 月则是旺季,这些月份集中了国庆节、圣诞节、元旦、春节和情人节等。

“情人节时生意是最好的。”吴小姐表示,一到情人节,这些玩偶花束就会吸引年轻的消费者,由于摆放时间长,造型可爱,过后可用作摆设和挂件,所以现在很多年轻人都会选择这种花束。同时,这些玩偶花束还配有浪漫的花语。

找到商机毅然创业

吴小姐介绍,当初她的目标客户群就是年轻一族,在这一定位下,她把店址选在了地王广场。“可以说这里是潮人汇聚的地方,而玩偶花束,也是很潮的玩意。”

通过交谈,记者了解到,在开这家店以前,吴小姐还是刚出来社会打拼的大学生。“找工作异常艰难,所以我就有自己创业的念头。情人节那天,男朋友送给我一大束玫瑰花和一组 Hello Kitty 玩偶,我非常感动,突然闪过一个念头:如果把玫瑰花换成一个个小玩偶,那一定很有趣,鲜花总会凋谢,而玩偶花束就不会,可以保存很久!”

于是吴小姐在男友的鼓励下,决定去了解有关玩偶花束的情况。后来在许多购物网站看见有这种玩偶花束出售,销量也很火爆。因此吴小姐觉得这一行存在商机,决定尝

试着去做。

考虑到玩偶花束尚属比较新鲜的玩意儿,年轻人关注度会高一些,于是吴小姐在年轻人聚焦的地王广场租了一间小型店铺,希望吸引更多年轻人。

宣传推广优质服务

吴小姐告诉记者,这家店是去年开的,至今快一年了。虽然她比较满意地王广场这个地方。但由于在负三层,且店铺靠的位置相对偏僻,所以当初有很多客户都很难找到店面。为了让更多的人知道并了解玩偶花束,吴小姐下了很大的功夫。首先在她的店铺,就专门印制了店主的名片免费赠送给客户。

除此,吴小姐也非常注重自己店的品牌形象,在淘宝网、久久结婚网、飞客商城店等网站都进行产品介绍宣传、推广,让顾客有详细的了解与认知。同时完善的客户服务也使每次配送都得到客户的满意。如吴小姐说,非节日期间,可指定时间段送达;节日期间,可保证当日送达。

另外吴小姐还亲手制作了一个意见簿,让顾客写下对小店的一些想法,从而更具体地了解顾客的需求。在玩偶的内容上吴小姐也花了不少心思,结合包装纸、包装方法的创新,有主题的设计玩偶花束,比方

有专门送给情人与朋友的、有 12 生肖与星座的、有各种节日的……通过改变小细节使玩偶花束的设计更新颖、种类繁多,很快吸引更多人的眼球。或不定期地推陈出新,比如根据市场热点订制玩偶,走在流行风潮的前沿。

投资分析

利润:经营玩偶花束专卖店,最大的支出便是房租,每月 4000 元左右。加上员工劳动力成本和水电摊销以及税收等其他开销,每月的经营成本估计超过 4000 元。再把每月 2000 元的进货成本考虑进去,一个月下来,经营成本至少要在 1 万元左右。要达到盈亏平衡,平均每月按 30 天计算,每天得有近 300 元的营业额,大约是两三束花的售价。而玲妹妹专卖店的实际营业额远远高于这个数字。因此保守估计一个店的月营业额都会在 15000 元以上,月利润可达 5000 元以上。

选址:玩偶花束专卖店的选址应有讲究,吴小姐说,玩偶花束是很新潮的东西,目标客户定位在年轻一族、潮男型女,为此她选在了地王广场。地王地处广州越秀区中山三路的繁华商业路段,地铁直达,与中华广场、流行前线成三雄鼎立,是一个以汇集年青、潮流、时尚商品而出名的地下商场,为广大的年青消费群体提供了以体现式消费为特色的购物、休闲、娱乐一站式消费场所,但租金会较为昂贵。

建议:玩偶花束专卖店的选址应最大限度地接近目标消费群体。另外,除了经营者自己主动促销,也可与婚庆公司合作分销。每逢圣诞节、元旦、春节和情人节等节假日,可以准备不同主题的玩偶进行促销,吸引消费者。比如可出售不同主题的玩偶花束材料包,让消费者自己动手为朋友、亲人制作玩偶花束等。

(摘自《理财周刊》)

校园开商铺 老板是学生 自行车租赁行生意很红火

原创的魔术道具、漂亮的流行服饰、青葱的水培植物……最近,南京信息职业技术学院校内新出现了一条建筑面积达 1100 平方米的商业街,这条街上一口气开出了 26 家店铺,不收房租还免费装修,店主不是别人,清一色的是学校在校大学生。日前,经过半个月的试营业,商业街正式启用,鼓励学生在校创业今后少走弯路。

“发明小天王”卖“心电感应仪”

“江苏青少年发明家”、“江苏软件奖学金”、“江苏省第五届魔术比赛银奖”……刘峰是个闻名遐迩的“发明小天王”。在南京信息职业技术学院刘峰显然找到了展示发明天赋的天空。走进他的小店,小小的玻璃货架上摆的都是荣誉奖杯以及个人发明。

酷爱魔术的刘峰在店内出售魔术道具以及一些 MP3、耳机、自制的电路板等电子产品,特别是,其中的魔术道具都是他原创的。“每次看到刘谦的魔术,我心里都痒痒的,动脑筋想着怎样制作与这个魔术匹配的道具。”刘峰指着一旁最近研制的仪器解释道,“这是‘心电感应装置’,只要两人的食指触摸到这个感应装置,这个屏幕上会显示两人的心中所想。”

自行车租赁 4 天赚了 2000 元

一家名为“绿色出行自行车租赁行”的店铺吸引了记者的注意,店主是电子信息工程专业大三学生吴瑞。在他的店里,整整齐齐摆满了 50 多辆自行车。

“仙林大学城太大,交通不方便,大学生对自行车有着广泛的需求,这

样一来,我就想到了租赁。”吴瑞笑着表示,自己的租赁小店虽小,却也是规范营运,在出借车辆前都会与同学订立协议,督促同学爱惜车辆。“店内自行车的维护和修理都是由我们自己负责。”说罢,吴瑞伸出双手,粗糙的皮肤上已经有了许多细小的伤痕。为了满足同学骑车的“名牌瘾”,吴瑞想到了个性化服务。“我们根据出租的车辆不同,订立了不同价格,比如凤凰公主车要 4 元一天,捷安特山地车就收 5 元一天,如果是普通车一次性办理会员卡,最低只收 0.75 元了!这家小店最初投入 2 万多,小店仅仅开张 4 天便赚了 2000 多块。我们保守估计,两个月就可收回成本了。”

快递中介半月赚 2000 元

仙林大学城地理位置较偏,附近也没有邮局,大学生们经常抱怨寄取

包裹信件十分不便。今年大二光电子专业的骆明珠,抓住商机,在校园里开起了小邮局,俨然已成为了同学眼中的“牛人”。“平时有快递送来学校,邮递员通常只在校门口等,又不送上宿舍,如果同学有事耽误,便取不到包裹了。”骆明珠介绍,自己的这家快递代办服务中心是在几个月前成立的,当时还只是个“小中介”,并无固定摊点,总是同学要服务,他们便上门取货送货。“现在学校启动创业教育中心以后,我们就可以定点干活了,我们联系了申通、邮政、EMS 等几家快递公司,在送货间赚取一些差价,比如在长三角一带送货,我们只收客户 10 块,价格十分低廉,而且节省了大量的人力物力。”骆明珠表示,自己的小店只开张半个月就赚了 2000 多块,“这还只是淡季,通常开学时,生意会更多。”

(摘自《扬子晚报》吴思媛 张琳/文)

网上卖西点 生意到海外 开业五年来每天都有顾客,烘焙类网店中排名第一

济南卖家“我是漫漫长路”宋芳在淘宝上经营的是一家烘焙类用品店。开店 5 年,已是交易 10 万余笔的四皇冠卖家了,也是烘焙类店铺中等级排行第一的卖家。开店至今,宋芳的店天天都有客户;以销定件,顾客要什么就卖什么;不仅卖烘焙的原料和工具,还和顾客分享自己烘焙西点的心得,因此她基本上不用做广告,顾客也基本上都是回头客。

未开网店先有顾客

宋芳本人是一个烘焙爱好者,她说:“看着毫不起眼的原料在手中逐渐变化,散发着诱人的香气,非常有成就感。”但 5 年前,她和所有烘焙爱好者一样面临着一个难题,市场上制作西点的工具需要到专业的店铺购买,而这样的专卖店很少。

网络论坛是烘焙爱好者交流的阵地,在那里,她牵头与一些烘焙爱好者进行了几次团购活动。次数多了,一位外地的朋友建议她:“你在网上开个店吧,这样我们也能受惠。”“反正自己也经常买原料,卖不完的就自己用。”2005 年,宋芳在淘宝上正式开了一家烘焙器具、原料店。

从开始进货,宋芳就对原料的要求比较苛刻。宋芳说,她和不少烘焙爱好者一样,做西点都是为了做给家人吃,品质一般的原料虽然利润空间大,但做出来的蛋糕口感上有差别,有的甚至对身体有害,因此她只卖进口的原料或市场上品质最好的原料,并详细介绍原料的保质期。而这种做法,也为她赢得了良好的口碑,尽管到顾客手中的是分装的奶油、奶酪,没有外包装,但很少有老主顾会质疑产品的品质。

生意已做到海外

点开她的店铺,销售的商品近千种,有各式各样的烘焙材料,有制作点心的模具,还有西点制作相关的工具和书籍。其实最开始,宋芳的店铺里销售的商品只有二三十种。宋芳根本不为进什么货发愁,基本上是以销定件,顾客主动上门询问后,她才联系货源。日积月累下,商品的种类日渐增多,其中不乏一些偏门的商品。去年 8 月 15 日前,各式的月饼模具热销,她定制了一些比较有中国特色的模具,结果还吸引了新加坡的客户,要求批量进货。如今生意更是做到了海外,常有一些亚洲国家的华人光顾她的网店,至今发了不少海外包裹。

宋芳说,自己和其他的卖家不一样,不用打什么广告,完全是老顾客带着新顾客来,顾客也基本都是回头客。

主动帮顾客少买商品

和大部分网络卖家不同,做到四皇冠,宋芳几乎没有请过客服人员,所有和顾客交流的事情,都是她自己负责。每当有新买家不知买什么模具或工具合适时,宋芳并不是一味推荐贵的,而是根据他们的需要来推荐商品。一些新顾客一来就发现了她的不同,“不光能教我烘焙西点,还能帮我省钱”。

因为技术上的优势,宋芳很容易和顾客成为朋友,有些买家做出了精美的西点后,还会和宋芳一起分享“作品”的照片,制作西点失败时第一个向宋芳求救。

5 年的网络卖家生涯,最让宋芳自豪的是,从开网店,就没有一天“落空”,每天都有生意。如今做到烘焙类网店排名第一的位置,每年销售额上百万元。今年,宋芳给自己定下了一个新目标——在济南开一家烘焙类的实体店。

(摘自《黄金路创业网》)

