

19 岁青年开特色按摩店 月赚过万

自己研制出适合顾客按摩时的座椅不说,还会用大拇指为顾客拨弄经脉。19 岁的巴南人石毛果夫,靠别具一格的按摩手法和专用按摩椅,三年内集聚起一定的名气,更在竞争对手林立的金沙港湾小区,保证了自己每月都当万元户的“江湖地位”。



祖上四代行医

重庆沙坪坝区的滨江路上聚集着 10 来家按摩推拿店,从业者年龄多是四五十岁。记者前日上午沿途走访,多家均门可罗雀。而石毛果夫开的“义合公”按摩店却是门庭若市。

60 余平方米的店面,被隔成 3 间。最外一间是接待室,里边两间除了 7 张按摩床,还有一张石毛果夫自创的按摩椅:半圆靠头,椅背半中横生出一节用以放手,造型独特显眼。该椅可避免顾客因躺在按摩床上过长、脸部被过久压迫而出现充血、鼻塞等症状。

石毛果夫祖上四代行医,耳

濡目染之下,他从四五岁就跟随爷爷奶奶学习草药知识,七八岁拜民间师傅学习推拿按摩。

半年交不出房租

16 岁那年,石毛果夫尚在重庆一医科中专读二年级,他决心自己创业。靠四处筹措来的 1.2 万元,他沿用祖辈上百年的名号“义合公”,开起了推拿按摩店。

经营之初,因面相稚嫩,加上四周对手林立,石毛果夫一度陷入困境,最糟糕时,连续半年无力交房租。在如此艰难的条件下,他依然自创出“一指拨经行气法”——用大拇指在人体的各骨节

缝、经络间游移,并不断弹拨其经脉,可舒筋活络。此外,石毛果夫还自己设计、制作出专用按摩椅。石毛果夫的努力、坚持和创新感动了几位老客户,他们主动借出 2 万多元现金,帮他渡过了难关。

两年后开分店

3 年后的今天,石毛果夫已被众多的顾客尊称为“年轻的老资格”。尽管在其独创了按摩指法和按摩椅后,该店的价格从原来的 30 元/次提升为 50—150 元/次,但每天慕名而来的顾客仍络绎不绝。

为保证质量和信誉,石毛果夫一天最多只接待 40 位客人。知此规矩的老顾客,每天总是抢先预约。在当地众多的按摩推拿店中,这也成为了一道别样的风景。

去年,石毛果夫又在南温泉开了第二家分店,面积达 120 余平方米。依靠两个店的红火生意,石毛果夫每月纯利润已上万元。

收徒弟 10 多人

名气大了,顾客多了,石毛果夫的生财之道也得到了拓展:多收徒弟不说,学费也涨了。

别看只有 19 岁,石毛果夫的学徒已有 10 多人,且多数都学成后另立了门户。前来咨询、联系的财源不断,且多是具有专业知识、缺乏临床经验的医科大学生。

以往石毛果夫给学徒定的规矩是:学费 8500 元/人,学习时间为 3 个月。期满后,可选择独立开店,也可继续留在他身边带薪学习。今年 3 月起,石毛果夫将学费门槛进行了提升:每人 15000 元。

成本收益分析

两个店房租:2700 元/月。
水电费:800 元/月。
人工费:5 个员工,每月工资支出约 10000 元。
药品、耗材:约 4000 元/月。
利润:每月上万元。

专家分析

服务精细赢市场

戴一边耳环,穿 V 型布鞋的 19 岁大男孩石毛果夫,创造了年轻人在中医界的“神话”。石毛果夫揭秘的答案是:“我只是用心把服务做得更精细而已。”

尽管按摩推拿不是一件具体的商品,但作为一种服务方式,当别人都在努力学习、以期更好掌握老师所传手艺时,石毛果夫却

大胆自创手法和专用按摩椅,确保顾客在更舒服享受的同时,也取得了更好的疗效,赢得了更多的客源。

服务越精细就越具有针对性,越强的针对性就越能赢得受众的青睐。石毛果夫年纪虽轻,却摸到了市场的门道。

创富秘籍 有创新才不怕竞争

如同竞争激烈的餐饮业必须要有特色菜品一样,推拿按摩店同样也要有自己的特色产品,这个产品就是石毛果夫发明的专用按摩椅,以及独创的按摩新技法。市场经济如同一个生态系统,因为充满了竞争,才逼迫创业者产生求新求变的压力和动力。石毛果夫就是因为沙滨路边 10 多家推拿按摩店的竞争,才逼迫他在专业上进行深度钻研,从而独创了“一指拨经行气法”和新型按摩椅,去满足顾客的需求。

石毛果夫还有一个营销技巧就是恢复了“义合公”这个老字号,因为经常推拿按摩的都是中老年人,对于这些消费者来说,老字号肯定具有更加强烈的吸引力。

(摘自《重庆晚报》 董亿/文)

李凯： 处处留心皆生意



2004 年备战十运会时,李凯不幸因脚伤退役。次年,他考进湖北经济学院。进校军训时,天气还很热,在操场上不好买水,自己带水吧,不一会儿就晒热了,喝起来很不过瘾。于是,李凯批发了 6000 元的矿泉水,还买了两个保温盒,将冰矿泉水摆到操场旁叫卖,而且允许先喝水再付钱。汗流浃背的学生们一下子打了围。这趟生意做下来,他赚了千余钱。

后来,李凯在自己的运动员朋友圈里发现,许多外地运动员都戴着一种法力藤欬项圈(据说可以活血通脉,治疗颈椎病),而本地戴的人还不多。他赶紧进了 2000 条,在自己的网店和朋友的实体店里同时开卖,不到 3 个月就全部脱手,赚了 3 万元。此时,市内各大卖场都有了钦项圈的销售点,他就此收手。

酒店卖旧衣,半小时挣 200 美元

李凯 1997 年开始踢球,做了 7 年的专业足球运动员。2000 年,他作为湖北省的全运会队员去罗马尼亚集训。临到训期结束,衣柜里的一大堆衣服让他发了愁——除了自己从国内带来的外,已离队的队友还留下不少给他——都带回运费太高,扔掉又可惜。

灵光一闪,李凯突然想到,当地运动服价格不菲,说不定卖旧衣服还能赚一笔。于是,他在下榻的酒店里摆起了“地摊”,每件旧衣服卖 30 万列伊(相当于 10 美元),结果被工作人员和住客一抢而光,就连酒店经理也来“淘”了两件。

半小时后,待其他队友发现“商机”,也来摆摊时,却没什么人光顾了。而李凯已轻松赚得 200 美元。

客串盘玉器,银行地摊两头赚

2008 年毕业,李凯一时没找到合适的工作。当时一位朋友在卖水晶、玉器饰品,为打发时间,李凯也拿了一批货。

白天,李凯背着大包跑到曾实习过的银行。做卫生的阿姨成为首个被锁定目标,他把样式好看、价格实惠的饰品拿给阿姨们挑选,并承诺一星期内包退换。不到两天,三大包饰品就卖得精光。物美价廉的口碑也趁势传开,银行职员纷纷抽空来买。一个月后,李凯硬是把饰品卖到了高管办公室。

而晚上,李凯就在武广对面摆地摊,把质量一般的水晶摆出来,好的则放在衣服里面的两个大口袋里。他得意地说,这样不仅货品齐全,城管来了,跑得快还不怕丢了贵重货品。

有个朋友见李凯玉器卖得不错,想投资帮他开店,但被拒绝。李凯认为,武汉做玉器生意的人太多,再跟着做,利润已不大。为了找到心仪的项目,他背起行李包,一个人外出考察。

邂逅白瓷,给礼品市场补缺

决定创业,李凯瞄准了中高端礼品市场,因为细心的他发现,武汉人对礼品要求越来越高,但常常苦于找不到合意的礼品送人。

2009 年 3 月,李凯外出考察时邂逅福建德化白瓷礼品,其温润洁白的瓷质、精细时尚的造型,让见惯了大瓶大罐的他念念不忘。回到武汉,他恶补瓷器知识,然后再赴德化。经过与白瓷大师们的深入交谈,李凯感觉到,德化白瓷的历史渊源和收藏价值,恰能填补武汉礼品市场的空缺。当时武汉还没有多少人了解白瓷,他希望成为本地白瓷推广第一人。

经过无数次协商、申请,李凯终于克服店面小、年纪轻、资金不足等劣势,凭借自己的执着和独特的经营理念,成功拿到德化县政府授权,开办了武汉首家德化白瓷藏艺店。

尽管做好了半年不“开张”的准备,但李凯的藏艺店不到一年已进账近 15 万,第二家店也成功开出。

什么买卖都做,但绝不跟风

专业球员、大学生、待业青年、创业者——25 岁的李凯经历过多种角色转换,而在每一个角色中,他都做出了属于自己的生意。“我什么买卖都做,但绝不跟风。”李凯这样总结,“跟在别人后面总跟不赢,超前是经营的必然。”

一件衣服,如果有明星穿上身,很容易卖得火爆。年仅 23 岁的赛车手李鹏也靠超群的车技征服了一帮粉丝——他的改装车只要一上路,第二天准会有一大帮人问他具体的改装细节,接下来就会有人委托他代改。靠着这点名气,他的“四驱梦工厂”越野车改装店一开业,就带来每月万元的纯利。

很多粉丝追捧他

李鹏是个地道的重庆崽儿,职业越野拉力赛车手。他的车技可谓超群,成绩也算优异,很多知名企业都想召他进入商业车队参赛。

由于热爱赛车,他每天都在琢磨着提高车技,也摸索发明了很多驾驶技术,一有空就在野外练车。因为名气足够大,他每次练车都有不少人前往围观。

李鹏的飞陡坡车技在业界是出了名的。80 多度的陡坡,他开个改装车,轰隆隆地就蹿上去了;然后从坡顶腾空飞到坡下。对这个技巧,粉丝们看过过瘾,自己也想把车子改了学一把,于是纷纷向李鹏询问改装汽车的相关事宜。

问的人多了,李鹏就想自己

开个专业越野车改装店来满足粉丝们需求。因为在他看来,重庆的改装厂都没有专业性,他自己的越野车也要到沿海才能改装。而自己的优势是开了多年赛车,对改装已经很有经验。

改装主要改底盘

今年 1 月,李鹏的改装店开业了。

做业务先示范。李鹏有三辆改装车,分别用于泥泞路、专业赛道以及崎岖恶劣路况。顾客上门,他一般让先坐自己的车体验体验。顾客找到感觉后,再商量车子有哪些地方需要修改。这样下来,顾客的满意度就大大提高了。

李鹏称,旅游性质的越野车,主要是改装底盘。可以通更换底盘套件,将整车升高 1—6 寸。底盘加固后,车子减震能力提高,在恶劣路段上也能增加通过性。

此外,底盘改装后的越野车能高速行驶。如在一段烂路上,民用车只能开 50 码,但改装车能开上 80 码或者更快,而且不会坏。再有,一般的越野车最大爬坡坡度为 45 度,升高底盘后,就能达到 70—80 度。

另外,就是整个车的安全改装,以及对车手的保护改装。如全车多点常备自动灭火器,全车加

装防滚架等措施。

教车技吸引顾客

车子改好后,李鹏要亲自教粉丝们如何开改装车。因为能够学车技,慕名前来改装车的人就更多了,像巅峰越野车俱乐部以及越野 E 族重庆大队里就有很多人都是他的忠实顾客。

“梦游天涯”是位中年粉丝。原来只是喜欢越野车,后来看到李鹏可以上陡坡后,就把自己的一台越野车交给他改装,要求“也能上 80 度的陡坡”。车改完后,经过李鹏的亲自执教,梦游天涯现在也可以把车开上很多令人望而生惧的道路了。

像这样经过李鹏手把手教的,还有“南宇”、“年满十九岁”等著名车友,甚至连“香香”等一批疯狂女车手也慕名而来。

李鹏称,合适的时候,还准备开一个培训班,专门教这些爱好者专业技术。这样一来,改装店的生意也会越来越有保障。

创富提醒

把握尺度改装 莫和法规撞车
车该怎么改?改什么地方才合法?是车主改装前需要弄清楚的问题。要不然和法规“撞车”,不

仅验车时过不了关,还会造成安全隐患。

记者咨询市公安局交巡警总队获悉,有关车辆改装,《中华人民共和国道路交通安全法》和新版《机动车登记规定》都有明确规定,车主在改装时应提前了解、掌握。

按照新道法规定,车辆改装是否合法,关键要看车辆是否与行驶证上的照片相符,与车辆出厂技术参数是否相符,不符合的则无法通过年检。不过,自 2008 年 10 月 1 日开始实施的“登记规定”,已允许“改变车身颜色、更换发动机、更换车身或者车架”。

这些不能碰

按“登记规定”,有两种改装行为将不被允许。第一种是改变机动车的品牌、型号和发动机型号的;第二种是改变已登记的机动车外形和有关技术数据的。

另外,可以改变车身颜色,也不意味着可以随心所欲地上色。机动车喷涂、粘贴标识或者车身广告,“不得影响安全驾驶”是一条硬杠子。

改应按程序

交管部门特别提醒,车主改

在西湖,大男人陆定棠做的绣花鞋是无人不知无人不晓。2 年多时间,陆定棠做很多鞋,清朝的旗鞋、汉唐的翘头鞋、员外穿的双梁鞋、小生穿的云鞋、还有蒙古鞋和僧鞋等等,迎来了很多客户。

西湖边,闹市区,钻进一条古旧的小巷,大男人陆定棠做的绣花鞋是无人不知无人不晓。记者见到陆定棠,他像变魔术般从缝纫机后面的缝隙里、床底下、阳台角落掏出一双双绣花鞋:一些鞋子鞋尖翘卷,鞋底贼高,感觉就像回到古代鞋坊,另一些色彩鲜艳,

手感极好,很想把脚伸进去试试。“这些是为戏团供的,所以只能欣赏,我现在也自己设计一些适合平时穿的鞋和靴,回头率很高的。”小陆指着一双鞋面有花却用鞋带绑得高高的靴子说,这是他的新创作。

最近,潮人圈里听到这样一个新名词——“绿叶系”男生,指那些在女生偏多的行业里工作的男生,比如幼师、护士、服装销售员……陆定棠也是个绿叶系的男

生,他的绣花鞋取名“绿叶男”绣花鞋,迎来了很多客户。

2 年多的时间里,小陆做很多鞋,清朝的旗鞋、汉唐的翘头鞋、员外穿的双梁鞋、小生穿的云鞋、还有蒙古鞋和僧鞋等等。

“现在很多女孩子都排队要我做绣花鞋,特别是还珠格格里面的那种脚下有块木头的旗鞋。”小陆很开心。

看到了这个潜在的绣花鞋市场,陆定棠灵机一动:“我觉得做

一个绣花鞋的 DIY 工作室也不错啊!”

有了这个想法,除了做鞋子,小陆开始留意。“我需要一个团队,有技术、创意、营销、管理人员,可这并不是件容易事。”

“我不想丢掉现在的这块,这些鞋子都是文化遗产!”小陆说他会把这个文化传承下去。

现在小陆已经在萧山布置了一个简单的厂房,里面有缝纫机之类的设备,但头疼的是找不到

熟练的技术工,“我也不知道上哪去找熟练的师傅,而且就算找了想学手艺的人也不见得他们能坚持下去,因为没有二三年根本就学不到精髓。”

陆定棠个子小小的,但是说话的口气却不小:“我还想建一个有规模的厂,做一个复兴传统文化的优秀企业家。”

(摘自《城乡致富》)

养殖“音乐兔子”年赚 20 万

“我们这里的邓小刚和邓晓峰兄弟养兔免有绝招,他们养的兔子懂音乐。”在屏山县新发乡,大家都在议论这一新鲜事。

在一片开阔的竹林和茶园地带,两排 800 平方米的整齐养殖房建在路边。正在整修新圈舍的邓小刚热情地介绍说,2008 年,兄

弟俩每人出资 5 万元,购买了 400 只獭兔,“獭兔皮、毛、肉都能卖钱,我们看重的正是这点。”邓小刚说。

那为什么邓小刚兄弟俩养的兔子还要听音乐呢?邓小刚揭开了谜底,他们刚喂养獭兔时,公路上经过的农运车、大货车噪声非

常大、常常让兔子受到惊吓。受惊吓的兔子不仅长不快,有时还会在惊吓中撞伤,皮、毛也不好,影响卖价。

于是,邓小刚把电脑搬到养殖场隔壁,给兔子放起了音乐。通过一段时间的观察,他发现兔子不再对汽车的声音敏感了,它们

吃得好睡得香,皮毛光亮。“后来又发现,早上兔子不很爱活动,于是我就给它们放点轻音乐;中午周围噪音大,就放重音乐;下午放舞曲,晚上 12 点前就不放音乐,让兔子自由活动。”他说,通过这种方式,他的兔子长得健康活泼,很少生病。

目前,他们的“音乐兔”已卖了 400 多只,存栏 800 多只,“我们的獭兔完全不担心销路,供不应求。”邓小刚兄弟俩计划 2010 年把獭兔发展到 5000 只以上,实现效益 20 万元。

(摘自《城乡致富》)

(摘自《武汉晨报》 李婷/文)