

做得杂不如做得精

化零为整,小店王“情归”米团子

“以前我做得蛮杂,也很大众化,没什么特色,开过鲜花店、水果店、零食店、布鞋店、早点小吃店、牛肉面粉馆、民族服饰店、包子店等,算不上是创业,直到去年下半年把家乡传统美食——米团子推向市场,才找到真正创业的感觉,现在就想一门心思将这一行做大。”刘启华谈及创业经历时娓娓道来。

从鲜花店转投布鞋店

刘启华,1974年出生于鱼米之乡湖北仙桃,1994年在仙桃农药厂参加工作。2004年,上了10年班的刘启华辞职来到武汉闯市场。由于本钱少,做不起大买卖,只好与妻子在汉口利济北路开了一家小鲜花店。起初,一个月有些收入,但随着门面租金提高,各项成本的上升,仅经营小花店就不敷出了,生活都变得艰难起来。于是,在经营小花店的基础上,他借助人流量的优势,另卖些水果、零食来增加收入。即便这样,仍只能维持生计。

经营半年后,刘启华感觉小花店转项迫在眉睫。怎么变呢?根据他的实际情况,他首选投资小、见效快、风险低的一些项目。他想依

据店面的区域优势重新定位,并充分挖掘店子的潜力。循着这一思路,他开始另找其他创业方式。

有一次,他在江汉路看到一家布鞋店生意蛮火的,心想:在人流量同样大的利济北路开家布鞋店,生意应该也不错。果不其然,自他的北京布鞋店在利济北路开张至今,这家店生意一直很红火,并成了他后来发展多家店的坚强后盾。半个月后,他的第二家北京布鞋店在汉口前进五路开业。由于布鞋俏销,随后几个月时间,他又打破夫妻店常规经营模式,盘下5个门面专卖北京布鞋,与人合伙经营或者让亲戚朋友帮着做,走上小规模营销的创业路子,大大降低了运营成本。

热衷炒股耽误两年生意



马兰头、草籽,本是没人要的“野菜”,现在成了城里人稀罕的“绿色蔬菜”,但农贸市场里却难觅踪迹。回乡大学生孙国权瞄准这一商机,让家人拔掉白菜、茄子等传统菜,种上马兰头、草籽等野菜。如今,一家人每天在农贸市场里做起了“野菜”独家生意。

“早上有个‘农家乐’老板要了20公斤马兰头,又有个老板明天预订了15公斤。”孙国权的母亲从农贸市场卖菜回来,高兴地报着订单。完了还对记者补上一句,“多亏听了儿子的话。”

25岁的孙国权是绍兴县平水镇东桃村村民,去年大学毕业后,

没找到合适的工作,看看家里蔬菜生意形势不错,索性跟随家人经营起了蔬菜基地。地里转了一圈儿,他大刀阔斧地指导母亲进行“改革”,“小白菜这样的传统蔬菜就不要种了,成本高,要施肥、打农药,而且家家户户都种,也卖不起价钱。”他的意见是种野菜,理由是没人种,物以稀为贵,城里人就好这口野菜。再者从投入产出的角度讲,不用施肥,不用打农药,成本也省下来了。

草籽的种子是孙国权去种子市场买的,马兰头是他和母亲去野地里挖来的,栽到大棚里,用土盖起来,要不了多长时间,一畦嫩绿的马兰头就蓬蓬勃勃地铺满

正当刘启华创业步入正轨,发展势头喜人之际,股市的诱惑成了他创业的绊脚石。

2006年和2007年上半年的“全民皆股”,也让他感到炒股赚钱是件“很容易”的事,刘启华便集中精力专注股市,希望借助股市,能更轻松地积累更多的财富,以致于无心顾及生意上的事。

事与愿违,自2007年“5·30”行情之后,一度炒至80多万元的股票市值不断缩水。2007年底,他股票账面已出现较大亏损,缩水近半。经历2008年的大熊市后,账面市值更是不足20万元。

2008年初,当他意识到股市风险之大时,他的7家布鞋店相继关掉了5家,仅剩两家最先开的店子。在当时的刘启华看来,跌跌不休的股市已没什么指望,他开始重新寻找门面,发展更多的充满活力的店子。

米团子激发创业灵感

去年以来,刘启华一直在思考,如何改变那种“杂而散”的创业格局?直到2009年10月,他的米团子店开业,刘启华才感觉打破这一僵局的时刻已经来临。

刘启华对所经营的项目进行了多次梳理。他意识到,随着人们生活水平提高,保健意识增强,吃出营养健康的饮食观念深入人心,归真返璞,挖掘传统美食和风味小吃,不失为创业的一个门道。而在传统美食的基础上,通过不断改进并研制出的新口味,相信会被市场认可。

他专门针对米团子作了一项市场调查,发现知道并接受米团子的人比较多,有市场基础。

怎样才能让米团子重现餐桌呢?刘启华多次回到老家,向会做米团子的大婶和老人请教传统做法,并结合现在人口味摸索创新制作方式。经过多次试验,采用糙米、荞麦、玉米等杂粮为原料,以熏味、腊味为制馅重点,历经洗、沥、磨、和、炒、包、蒸等多道传统工序制成的米团子在他的店子一推出,便受到众多街坊邻居的欢迎,不少远处的客人还慕名乘车前往。

经营的米团子店出现“开门红”的同时,一个创业之窗为他打开:今年要在武汉开5到8家直营店,适量发展加盟店,争取两年左右时间进商场入超市,逐步走向产业化,像一些品牌汤圆一样能走进千家万户。

(摘自《楚天金报》章祥/文)

回乡大学毕业生 互联网上卖野菜

拔掉白菜种上马兰头等野菜,种菜也讲究“与时俱进”

了。什么肥料都不用施,卖价也相当可观。现在市场上卖10元/公斤,春节的时候卖30元/公斤,拿到市场上不用吆喝,总是很快就抢光了。

头脑活络的孙国权还把自家的野菜生意做到了网上,网上消息一发布,QQ群里已经有人向他订货,“马兰头、草籽能否送货上门?”王国权考虑,如果城里有人要的量大的话,他可以送货上门。

知识总是有用的,干什么都要有创新,种菜也要“与时俱进”,这是孙国权得出的结论。

(摘自《绍兴晚报》钟宏娇/文)



马兰头等野菜日益受到城里人的喜爱。

小超市促销新招逼退同行

超市卖特价商品,是靠低价吸引顾客,造成所有的商品都便宜的错觉。陈小明便动起了降价促销的主意,通过一些层出不穷的招数,陈小明开起了分店。

陈小明在广东省东莞市工业区开了一家小超市,生意一直清淡。有一年的春节,陈小明关了店门,回老家江西临川过节。他到市里最大的一个超市买年货,发现那里正在搞促销活动,东北大米只卖1.36元1公斤,基本上是零利润。看着熙熙攘攘的顾客,陈小明突然明白了,超市卖特价商品,是靠低价吸引顾客,造成所有的商品都便宜的错觉。

回到东莞,陈小明拿出毛巾、袜子、纯净水和香烟等40种小商品做特价促销,占有商品的5%左右。结果,顾客络绎不绝。一天下

来,营业额是以前的十几倍,虽然许多东西是零利润,但是,卖出去的其他商品是平时的几倍。更大的惊喜还在后面。东西卖得多,进货就多,批发商给的价格就低,他就有更大的降价空间或者利润空间。另一方面,货走得快,更新就快,上架商品总是先人一步,小超市进入良性循环。

周围小店纷纷跟进,开始搞特价销售。此时,陈小明已经把特价销售的策略运用得炉火纯青,他知道哪些商品特价最能吸引消费者,每过几天,他就调整品种,常换常新,令模仿者无所适从。

在工业区开店,顾客群以打工族为主,他们的胸口上都别着厂牌,有照片和姓名。陈小明由此想到一个促销方法——姓氏促销。每天,他选定一个姓,凡是这个姓氏的消费者,只须成本价,就可以买

到店里的任何商品。促销方式一经推出,立刻引起众多打工者的关注,每天光顾小店的人更多了。

高兴之余,陈小明发现了一个问题,只要姓氏是今天选定的,就可以无限制地购买店里的任何商品,很多朋友就会委托代买。这样一来,利润就白白地流失了。陈小明马上规定,每天受惠商品不能超过5件。陈小明乘胜追击,推出“生日促销”,结合“姓氏促销”,都有浓浓的人情味,很受顾客的欢迎。

有了几次成功的“策划”,陈小明的嗅觉越来越敏锐。广东的天气炎热,工人们常常加班到深夜,大多数人都 有吃夜宵的习惯。于是,陈小明买来十几张折叠桌,晚上摆在店门口,22时以后,酒水和副食品全部打折销售。进价1.8元一瓶的啤酒,别人最低也要卖2.5元,

他只卖2元。

陈小明的点子一个接一个:每天早上8时到8时30分,米面酱醋和海带、鱿鱼、墨鱼等干菜打折销售,以吸引当地居民;中午12时到12时30分,部分日用品和副食品打折吸引中午下班休息的打工群体。他专门取了个名字,叫做“经济半小时”,请人用毛笔写了大字,贴在店门口。这一下,连央视品牌栏目都为他做了免费广告。后来,他又在店门口摆了一个报架,每天买几份报纸。他还搞来一套二手的卡拉OK设备,放在门口,供消费者免费娱乐。这些举措都用不了多少钱,却给小店增加了人气。

这些层出不穷的招数,让同行们拙于应付,很多店主不得不将商店转让,陈小明开起了分店。

(摘自《财经网》辛程宗/文)

商标注册



专门注册商标卖 轻松赚进几十万

对于没本钱做项目的创业者来说,也许最重要的就是开动脑筋。这不,一个名叫杨宁的青年就靠注册商标后再转手卖出,也赚了不 少钱。

一则消息引发灵感

杨宁是长寿人。1997年,他来到主城,打算在这个日新月异的城市中创业。天天看着这个人头攒动的大都市,他却是一片茫然——怎么才能发财呢?

时间一天天过去,可发财的事还是没有头绪。就在东想西想没个着落之际,他看到了报纸上的一则消息——一家公司的商标被别人抢先注册了,花了几十万元才买回来。

原来商标也可以卖钱,还有很多名气很大的公司都没有注册商标。自己在大学学的是工商管理,对商标并不陌生,不如也去注册商标!杨宁顿时觉得自己找到了机会。

第一回卖了2万元

第一次出手自己注册的商标,杨宁花了2000元的成本费,却卖了2万元的价钱。

1998年,正是餐饮生意风生水起的时候。杨宁就想“何不注册点餐饮商标来卖”,于是注册了“老皇粮”商标。两年后,拿到商标证时,正好有个人要马上开餐厅,想买现成的商标,于是就花2万元买了这个商标。成本2000却赚了2万,想到10倍的利润,杨宁更加坚定了这个行业的发展前途。

从那以后,他就专门为单位和个人代理商标注册,自己也开始留意各类商标,想到一个好的名字或者图形自己就投资注册。现在,他已经是重庆有名的商标职业投资人。在1999—2002年内,他注册了30多个商标,卖了6个,收入接近20万元。

杨宁称,这些商标,有的卖给别人使用,获得一次性收益;有的以无形资产的形式和别人合作经营;有的别人要买也不卖,而是授权他人使用,从而获得长期收益。

现在,杨宁被很多人称为“商标职业投资人”或者“商标创意设计师”,很多人在他的帮助、指导下,注册成功一个又一个的商标。通常策划、设计、申请一个商标只需要几天时间,花费不到2000元的注册费。

按杨宁的说法,好的商标注册成功后,可以卖几万、几十万甚至上百万元。不过,有时候不一定能注册成功。就是注册成功了,因为商标名称不太好,可能只能卖几千元甚至卖不掉。

转卖商标也是生意

除了靠自己注册卖而外,杨宁还做转卖商标的生意来赚钱。例如,他曾经5万买进一个服装商标,卖了40万元。为什么这样干呢?杨宁称,商标注册到审批下来一般需要2年到3年的时间,有时候买主需要一两个月就买到合适的,因此只有去买以前别人注册的。这样,有时候就需要做商标转手的交易。

他称,并不是所有的商标都能卖好价钱,做商标生意,其实学问还很多。比如商标要有较好含义,图形要简洁美观,有增值潜力。他举例说,有一次,他购进的一个服装商标,图形与当前一知名服装商标相似,很快就被沿海买主相中;这说明能傍名牌的商标卖相最好。另外,出手价格不能太高,5万元以下最好。

生意做了一段后,他多次成功转手商标。为此,他办了一个商标事务所,专门帮人申请、购买商标。他还说,本地商标交易不活跃,只能将重庆收购或代售的商标贩到沿海去卖。它们多是前几年申请的,图形或名字很像国际知名商标,但手续合法,被称作“擦边球商标”。现在新商标法出台了,对申请商标设置了许多限制条件,“擦边球商标”不易再得,因此变得稀缺起来。

成本收益分析

◎注册费:每个商标注册费为1600—2000元,不需每年续费。

◎维护费:商标有效期为10年,10年期满办理续展,规费2500元。

◎收益:商标收益分为商标转让收入,商标打假维权收入和商标授权使用收入,有时候可以达到几倍甚至十几倍的收益。如果商标刚好是某企业需要的,售价一般几万到十几万元不等,特别好的商标可能卖价上百万元。

专家分析

机会属于有准备的人

毫无疑问,“商标职业投资人”或者“商标创意设计师”是一个新兴的职业。或许有人会认为这种注册商标的行为,属于投机行为。但事实上,对于一直在做着准备的人来说,这就是机会。

拿杨宁来说,他注册的商标并不凭空想象,而是根据经济热点,寻找具有良好意义,图形简洁美观,同时又有增值潜力的商标。

在重庆注册的商标,因为本地商标交易不活跃,未必能卖得出去。一方面要注册卖得出去的商标,另一方面又要寻求市场和买家。没有做好准备,杨宁的生意是不可能成功的。

创富秘籍

知当今事,做有心人

生活中不缺少美,只缺少发现。同样,生活中不缺少赚钱的商机,也只缺少发现。

靠注册商标,杨宁赚了几十万元。他认为自己成功的主要原因,不是出于对商标的判断眼光;而是当下的市场上,企业对品牌的关注力度越来越大。越来越多的企业已经意识到要想做大做强企业,必须要有自己的品牌来促进企业的发展。现在可以这样说,全球经济已经进入到品牌时代,谁没有品牌,谁就将被淘汰出局。

杨宁说,正是在这样的背景下,自己的生意才有了立足的基础。而自己需要做的,只是把握市场需求而已。

(摘自《重庆晚报》李琦/文)