时尚美女寻突破 卖夜宵成千万富姐

重庆餐饮江湖由来已久，其中标榜自己是正宗的餐馆就不下百家，但漂亮妹子戴华露，寻找到新的市场突破口，靠卖夜宵起家，现在身家已上千万。

时尚却能吃苦的女老板

“记得当年开店时，客人还开玩笑说，老板娘你卖个夜宵都卖得这么优雅哦！”想起当年在一个背靠枇杷山，面向嘉陵江的门面里，穿着时尚T恤，脚上还穿着一双水晶拖鞋，身家已上千万的戴华露，用重庆妹子的热情，招呼着来往的食客们，“美景，美女，美食”也不知道让多少食客流连忘返。

戴华露还依稀记得，1999年5月8日，某品牌在黄花园开张迎宾。第一天营业额：580元。第二天营业额：2000元……三个月过后，店里的餐桌由最初的10张变为了80张。

重庆餐饮江湖由来已久，其中标榜自己是正宗的餐馆就不下百家。如何寻找新的市场突破口，戴华露感到迫在眉睫。她开始不厌其烦地往来于图书馆搜集民间菜品，并在传统的基础上创新，以适应现代人的口味。她甚至找到了失传已久的陪都菜谱，让抗战期间的特色菜品重出江湖。

刻苦、坚持的戴华露成功了。仅一年多的时间，某品牌就在重庆餐饮界声名鹊起。在某品牌的带动下，原本寂寞冷清的嘉陵江滨江路一下子热闹了起来。

转身成为时尚餐饮品牌

不过，戴华露的某品牌，也并不是一帆风顺。2000年9月8日，某品牌李子坝店开张了。没有经过精心规划的店建得大而粗放，碎花岗石的地面，几张桌椅拼凑在一起。朋友们对戴华露打趣地说：“你们两口子都是有品位的人，李子坝店怎么装修得像个伙食团？”这时，朋友这句玩笑话，却让戴华露心里有了新的盘算。生活中的戴华露和老公韦力都是品位生活的拥护者，两人也是重庆餐饮圈里出名的年轻时尚夫妇。为什么不把店面装修得时尚、精致、有品位呢？虽然自己以江湖菜起家，但市场需要时尚的餐馆，精致的菜品，优雅的服务态度。

戴华露和老公一起，开始为新开的店铺张罗着，某品牌临江店、南滨店、南方花园店，每一家都是不同的风格与品位。“我们要做重庆的时尚餐饮标杆。”

随着某品牌三峡广场店和杨家坪西城天街店的开张，重庆人再次领悟到，原来吃江湖菜也可以如此时尚，如此国际化。“黑白色基调，椭圆形的黑色大吊灯，黑色的坐椅，限量版的马灯……”这都是戴华露和老公亲自参与挑选的。而西城天街店和三峡广场店更入选了2008年中国室内设计年鉴。时尚的某品牌，也在全国的餐饮圈引起关注，2009年，某品牌开始规划布点国内一线城市，欲将重庆美食时尚风潮传播出去。

作为“潮人”的戴华露，从不向外人掩饰她对时尚潮流的追求，Prada、Giorgio Armani和MINI COOPER成了戴华露的必备之物，而走在流行前沿的她，骨子里却透着重庆女性所特有的正朴、爽快、豪迈、真性情。戴华露笑言：“不管某品牌变得如何时尚，某品牌的真性情永远不变，不管我穿多少名牌，骨子里还是一个‘江湖儿女’”。

将时尚“江湖”推向全国

随着某品牌时尚“转身”成功，戴华露开始谋划某品牌的未来发展：全国开店。

据了解，目前，某品牌在重庆本土，已经占据了沙坪坝、杨家坪、南滨路、高新区等多个商圈及美食街的核心位置，并在今年3月，正式进驻重庆“心脏”解放碑，而某品牌北城天街店的筹建已进入到具体实施阶段。

与此同时，从2008年底，戴华露就开始在北京、上海、广州、深圳等全国主要城市的繁华路段“布点”，启动蓄谋已久的全国发展战略。

心细的掌门人踏实做事

别看戴华露是一个崇尚时尚的女子，不过做起事的戴华露可完全是重庆女子的风风火火，却不乏细致。

“好记性不如烂笔头。”虽然已经是销售收入过亿元的老板，戴华露工作时仍会带着一本不起眼的小记事本，上面记录着每天自己工作安排、客户每周的意见反馈等。而在她的手提包内还有一个更小的本子，那上面记载着戴华露的随笔，甚至摘抄了在坐飞机时，偶尔看到的一段令人动容的文字……不知不觉，密密麻麻的文字已经占据了20多本笔记本。

“我是典型的重庆人，性格直率。”虽然经营某品牌之前，戴华露是做财务工作的，当然身上肯定也缺乏不了细心。现在作为公司的经营者，小到餐具如何摆盘，服务生衣服上的纽扣，大到报表、数据，戴华露都会亲自过问。“我希望自己做事情更严谨一点，企业运作成败就在细节管理上。”戴华露说，这也是市场教她的经验。

对于企业的发展，细心的戴华露保持着冷静的头脑。“有几家风投资本都来找过我们，但是我们没有答应。”“站在什么山头，唱什么歌，我心里明白。”戴华露微笑着说，“某品牌现在应练好内功，当时机成熟时，我们会把握的。”

夜色中，眺望远处的黄花园大桥，蒋雯丽、陈奕迅在电影《迷岸》中，满意地品尝着重庆美食；南滨路上，吴镇宇在《双食记》中，火热地烹饪。这些电影中的场景都出自重庆，出自一个自信、美丽、时尚，自称自己的店是重庆时尚餐饮标杆的女子手中。

（摘自《阿里巴巴》）

杨娇阳：弱女子创业成“种粮大户”

一位25岁的女孩，两年前大学毕业后，毅然回农村创业，承包1500多亩土地，两年后成了远近闻名的“种粮大户”。不久前，被评为“2009年浙江省农村十大新闻人物”。

近日，记者在浙江省天台县平桥镇后蒋村见到了杨娇阳。很难想象，这个看起来还是个黄毛丫头的女孩，在当地已经有了响当当的名气。

杨娇阳说，她是浙江工商职业技术学院2007届会计专业毕业生，一直想做点自己的事业。一个偶然的机会，父亲一个懂行的朋友告诉她，现在国家对农业很重视，农业这块“有得做”。长辈们无意间的一句话，使她下基层创业的念头更加强烈，她开始关注国家的农业政策。大学期间学的会计专业知识此刻也帮了杨娇阳的忙，让她对数据更敏感。

2008年4月，她开始经常回家和父母探讨，打听附近哪里可以承包土地。五一期间，在父亲的协助下，她在家乡平桥镇后蒋村、白鹤镇的红旗村和双溪口村一口气承包了600亩荒地。

回忆起近两年来的创业生活，杨娇阳感慨万千。由于缺资金缺人手，很多时候，杨娇阳都是自己动手去干那些体力活。记得2008年收割晚稻，因为没有烘干机，收割上来的稻谷不得不晒在马路边。为防稻谷晚上失窃，娇阳就和妈妈一起守在马路边。实在挨不过，就在电动三轮车上打个盹，没想到晚上气温骤降，一早醒来，头发、眉毛上全是雪白的霜……

杨娇阳说，2008年是自己哭得最多的一年，一会儿担心水稻来不及种，一会儿担心水稻长不好，好不容易可以收割了，又担心找不到场地来晒……但所有的困难中，使她感到压力最大的还是资金。杨娇阳说，因为创业初期几乎所有的钱都是找人借的，所以平时最怕接电话，因为十有八九是催她还钱。“我甚至还想到过放弃，不过最终还是挺过来了……”

据了解，除了最初600亩土地外，杨娇阳后来又在邻村承包了近1000亩土地，2009年还筹措70万元购买了5台农用拖拉机、1台烘干机、1条育秧流水线、3台插秧机、1台收割机、17台杀虫机，从翻耕土地到育秧到收割，实现了全程机械化，种粮的经济效益大为提高。

目前，杨娇阳还创立了“田禾粮食专业合作社”，社员也从最初的四五人发展到30多人，合作社成员相互提供市场信息，采购生产、生活资料；一同引进新品种、新技术，组织技术辅导和培训；开展推行标准化生产和品牌化经营。杨娇阳如今已是一个名副其实的土地CEO，她创业的“野心”也越来越大：“2010年开始赚钱，2011年我还想发展各种农副产品，开发农家乐旅游，也想发展生态农业。”

（摘自《中国教育报》朱振岳 张冶红/文）

另类主题餐馆赚“新奇特”大钱

随着餐饮业竞争的激烈，价格的大幅下降，昔日的“暴利”行业如今成了薄利行业。而且，一旦客源吃紧，随时都有关门的风险。其实，开餐馆如同炒股票一样，如果没有题材就没有炒作的价值，就不会引人注目。只有赋予传统的餐馆以新的概念来经营，才能增加客源，获得大的收益。

【彩票餐馆】

济南有一家“彩票”餐馆。该餐馆将餐饮与彩票经营巧妙地结合起来。在“彩票餐馆”里，彩民可以边吃饭边看墙上的彩票中奖号码分布图。这里还有专供彩民选号的大厅和雅座，业主起菜名也用上了彩票术语。在这里顾客可以点到“双色球”等招牌菜。大厅里配备了电脑、笔、纸，还划出位置最好的房间专门设置“大户雅座”，为一些购彩大户煮酒论彩提供方便。“彩票餐馆”除茶水、电脑等免费外，顾客还可根据买彩的多少享受用餐相应折扣。

由于该“彩票餐馆”的饭菜物美价廉，又有特殊的意义，除许多固定彩民来就餐买彩外，许多外省的彩民也赶来交流“彩经”，甚至合伙投注，一些中奖彩民也喜欢来这里摆“庆功宴”。

【计时餐馆】

许多就餐的顾客，往往没有时间概念，针对这种情况，有的餐馆老饭想出“顾客就餐计时收费”的新招。浙江就有一家餐厅就是根据顾客用餐的时间长短来收费的。在这家餐馆中，每张餐桌上放一个大钟，计算顾客的就餐时间。如果顾客在规定时间内吃完饭，餐馆便给予优惠价。

这家餐厅的老板认为，时间就是金钱，吃饭只要填饱肚子就行，不必追求享受。因此，他制定了独特的经营规则，以鼓励人们节省时间。光顾该店者因此大多也是行色匆匆。由于该店经营效率高，接纳客人次数多，所以营业额十分可观。

【自定价餐馆】

广东有一家名为“自定价格”的餐馆，店主别出心裁地想出一个由顾客自定价格的经营方式。店主将餐馆经营的各种菜肴、点心、饮料等分成五六种一套的套餐，每种套餐分别规定了高低不等的5种价格，由顾客自己在用餐结束后任选其中一种价格付账，店家决无二话。

而实际情况如何呢？据老板自己介绍，大部分顾客都是付一二等价格的，因为来餐馆就餐的顾客，认为自定价格偏低，有失体面。只有当顾客对餐馆的菜肴感到不合胃口，或遇到质量不好、服务不周时，才赌气只付三等价钱。这种情况十分少见。

该店老板认为，让顾客自定价钱，一方面可以招引顾客，另一方面可以根据顾客付款情况来反馈自己的服务质量，以便改进经营，提高菜肴制作水平。该餐馆为此生意兴隆，食客云至。

【分手餐吧】

在长春一条并不起眼的深巷里，有家名叫“想好再分手”的餐吧生意格外红火。别看餐吧铺面并不大，设施也不豪华，用餐的价格也不低廉，但每天却总是顾客爆满，顶峰时间不事先预订是没有位置的。这家餐吧的女老板经营定位科学准确——顾客主要以那些情感产生裂痕，或即将分手的情侣或夫妻为主。“想好再分手”为他们提供了分手前一诉衷肠的最佳情感交流氛围。

“情感发生障碍与即将分手的夫妻准入，其他食客免进”，这种欲擒故纵的营销把戏偏偏又引起了人们与生俱来的猎奇探秘心理，餐吧在开业半个月内快速走红，而且不仅使多对去意已决的情侣或夫妻言归于好，日营业额更高达2500元以上。

【画廊餐馆】

香港有一家“画廊餐馆”。餐馆里每张桌子的台布上都铺有一张大画纸，桌面上放着一个插满颜色笔的杯子，当顾客酒酣心热时，可以随时在画纸上涂绘，大有李白斗酒诗百篇、张旭醉后狂草美的意韵。如果顾客的作品上档次，便有机会被画廊展出和出售，达到“名利双收”的效应。如此一来，餐馆吸引了众多的专业、业余画家及绘画爱好者前来就餐，有人甚至不惜排队等候。而一般顾客在这里除享受美味佳肴外，还能欣赏形形色色、五花八门的画图，并能买到价廉物美的美术作品。这一“脑筋开窍、生意大好”的举措，吸引了众多顾客，使原本偏僻的酒店生意格外红火。

【信息餐馆】

广州有一家别开生面的“信息”餐馆，只要食客看中某条信息后，可请服务人员即时推荐信息提供者，供求双方相对而坐，变“消闲餐”为“工作餐”了。到“信息餐馆”就餐的客人还可获得一份资料剪报。该店从周一至周日还推出不同的“信息专题日”来吸引客人。

【棋赛餐馆】

河南唐河县一家饭店老板忽发“棋”想，决定用棋赛招待顾客。他在店内设立了奇特的棋赛。所有的棋子都是特别的小酒吧瓶。顾客双方对弈时，只要吃掉对方的“棋子”，便可将其中的酒喝掉。由于这里既有酒喝，又可以下棋取乐，所以深受棋迷酒友的欢迎。

【DIY餐馆】

其实，很多喜欢烹饪的顾客，都有自己一个或几个拿手菜。平时，他们只能在家中一显身手。如果开一家允许顾客到厨房炒菜的餐馆，不仅可以使一些顾客向亲友“炫耀”自己的厨艺，又能使顾客品尝到不同口味的美食。

上海就有这样一家“DIY炒”餐馆，如果顾客有自己炒菜的愿望，便可提前向餐馆预订所需原料、作料等。餐馆将所有的原料和作料切好、配好，然后由顾客掌勺炒菜，炒好的菜端到顾客就餐的餐桌。餐馆还把灶台、炒勺等工具搬到台前，让顾客在大家面前展示自己的厨艺，使顾客颇有成就感。

对于顾客炒的菜，该餐馆只收取工料的成本费用，因为，顾客一般只炒一两个菜。但如果顾客要求全部由自己去炒，该餐馆就会对菜的价格作适当的上浮调整。（摘自《黄金路创业网》）

出售时间 北大学生另类“卖人术”

为了能与巴菲特共进午餐，有人愿出价168万美元。你我的午餐时间是卖不出这个价了，但是如果便宜点呢？或许可能有销路，前提是你具备一技之长。去年10月，几个北京大学金融和经济学专业的研究生同学就创立了一家这样的网站，让你像巴菲特一样出售自己的时间，无论你是谁，只要有自己的“卖点”。目前，该网站已经获得了一笔没有公开数目的天使投资。

像巴菲特一样网售时间

不久前，向往投资公司工作的毕业生小李求职屡屡碰壁。一次不经意间，他发现一家特别的网站在兜售一种有趣的商品——“时间”，其中有一个项目—金融行业资深人士Chanderve正在出售自己的金融行业求职辅导时间，1小时100元，这引起了小李的兴趣。

小李与之联系，简短沟通后觉得还不错，于是请Chanderve下服务订单双方确定了时间及联系方式。他接受并通过支付宝进行了付款，在约定时间买卖双方进行了交易。 Chanderve不但帮助小李了解了金融行业的特点，还指导他优化简历，传授了一些金融行业面试的经验。

交易结束后，小李到网站上为Chanderve的服务进行了评价。一周之后，他轻松获得了一家投资公司的工作。

这就是大鹅网的业务缩影。

2009年10月，几位北京大学的研究生同学聚在一起，他们受到“巴菲特的午餐拍卖”启发，准备打造一个网络草根版本的时间售卖网站，即后来的大鹅网。

张娴，目前就职于顶级的投资银行中国国际金融有限公司的投资银行部，任职经理，如果你想向她咨询投资银行业的目前现状、职业规划、面试技巧等，可以约她到北京星巴克聊聊，不过你得为每小时支付50元；一有天气变化、感冒，你的鼻炎就容易发作？一位有20年鼻炎、鼻窦炎病史的家伙号称自己久病成良医，摸索出了一套行之有效的方法愿与你电话分享，售价是100元/小时……

“每个人身上都有值得被发掘的个人价值，只是很多人没有意识到。”大鹅网CEO石亚平说，大鹅网想做的，是将人们的内在价值进行细分，以时间单位作为尺度来进行最大程度的整合和匹配，并放在网上进行公开交易，如此形成一个以时间为特色的交易网站。

与传统威客网站相比，石亚平说大鹅网的新做法是把C2C电子商务与传统威客网站的运营模式做整合。即不同于传统威客网站只注重需求方的问题解决，忽视威客(供应方)个人价值的实现，大鹅网能实现威客的个人价值；C2C电子商务网站以往只售卖货品，不提供时间、经验知识的交易服务，而大鹅网引入时间交易模式，定位于严肃的个人知识、技能和经验的时间交易平台。

一切还是“初体验”

由于成立的时间不长，大鹅网在初期阶段将主要精力放在了产品设计、市场推广、人才、资金等方面，尤其是产品设计，因为每个人都有自己的想法和创意，每个产品的推出都是激烈争辩后达成的一致意见。所以，在石亚平看来，目前的大鹅网一切都是“初体验”。

他介绍说，在大鹅网上，买家和卖家没有明确界限，买家可以出售产品，卖家也可以购买产品。目前，网站的月访问量突破万人，超过300家高校的大学生买家已经成为注册用户。“我们的目标用户主要是年轻人，现在正在用礼品吸引注册用户。”他说，比如网站正在开展注册送礼活动，在活动期邀请50个人成为真实卖家就能获得精美的数码奖品，目前它的注册会员已经接近万人。

不久前，大鹅网曾因融资而备受关注。对此，石亚平说：“我们获得的投资，准确地说应该是天使投资。”他还纠正说，大鹅网的首轮投资并不是来自云峰基金。

“我们的投资方要求对他们的身份保密，大致可以透露下为来自实业家的投资者。”石亚平表示，投资者之所以选择大鹅网，看好的主要是创业团队和项目，还有在线时间交易这个数以亿计的市场“蛋糕”。投资者认为这个市场很大，希望大鹅网可以利用团队的执行力、激情以及产品运营，真正让草根都能成为销售时间、技能的“巴菲特”。

现在的大鹅网还远没有进入收获期，除了广告等一些常规网站的盈利项目外，它主要依靠时间买卖的交易佣金盈利，佣金按20%比例收取。而随着网站发展，它还会探索推出广告展示、VIP会员收费等增值服务产品。

(摘自《南方都市报》刘艳艳/文)

责编：方文煜 编辑：刘晓琼 wanwanyuee@163.com 版式：吉学莉 校对：阳红