

“卫生间”也能赚钱吗？

做卫生间广告年赚500万



济利益,才得试安装广告框。

而第二道坎,就是要让广告客户认同在卫生间内打广告。相对提供场地的老板们而言,说动广告客户更是难上加难。由于之前有人在卫生间里张贴了太多的药品和治疗类的牛皮癣广告,无形中降低了卫生间这个载体的品质。客户都不愿在卫生间中投广告,有汽车厂商说过,在卫生间里打汽车广告,是降低身价。

现转机 传播途径精准

天无绝人之路,跟我抱有同样价值观的企业终于出现了。在公司成立三个月后,我推开了汉王电子书策划推广部的大门,这次交流出人意料的顺利。他们觉得,我们公司锁定的人群是高学历、高收入的城市精英。这些人,可能不看报纸、电视,不上网,但绝对都要上卫生间,在那里打广告会比传统大众媒介传播途径更精准。

第一年,我们在餐饮、娱乐场所共安放了5000块广告点位,吸引了20家广告客户,当年净收入就达50万元。第二年,广告点位增长到8000块,客户群也上升到50家,年净收入达到100万元。第三年也就是去年,客户增加到80家,涵盖汽车、装饰建材、旅游公司、奢侈品等多个种类,年净收入也上升到300~400万元。

引关注 今年可赚500万

持续三年的高增长,不仅让更多的广告客户认识了我们,也让同行们逐渐认可了这种“非主流”经营模式。照计划,我们今年在主城的广告点位将增加到20000块,客户群会增长到100多家,净收入将超过500万元。

目前,已有两家大公司开出高价要收购我们,一家风险投资公司也正在接触,准备通过资源整合,争取两年内推动企业在创业板上市。(讲述人:重庆某传媒公司总经理马啸天)

■专家点评

“无聊产生商机,创意决定生意。”谈及马啸天的成功模式,发现商机咨询专家—中国管理科学学会咨询部负责人余学明表示,在卫生间里安放广告牌这种方式,是在利用有限的空间、闲置的空间,来实现无限创意价值,是值得借鉴和推广的。在激烈的媒体广告客源争夺中,只有创意才能决定生意。目前,重庆户外广告整治过程中,将分流大量的广告投放份额。重庆的广告人,完全可以借鉴马啸天的这种理念,寻找属于自己的“创意广告空间”。(摘自《重庆商报》姜涛 欧阳祖兵/文)

商机不是个新鲜词,但在生活中,有很多机会被大多数总是在想着创业、赚钱的人忽略了。今天,我们推出这样一群广告人,他们善于在生活中不起眼的小地方发现大业务。在眼下重庆为净化城市环境,大范围拆除户外广告的背景下,这些案例或许能给正在寻找广告分流出路的企业一些启迪。

和其他打工仔一样,我也有一个当老板的梦想。5年前,我还是重庆一家广告公司的管理人员。我所在的公司,是在重庆专门利用楼宇中的密闭空间搞广告的企业,就是大家在电梯中常看到的那种打广告的方式。这让我深受启发,我就在上厕所冥思苦想的时候发现了这么个机会——纯粹非主流思路,但不影响我赚钱。

想单干 打工疲于奔命

当时,我作为广告公司员工,一门心思拉广告、发展客户,天天疲于奔命。就在这样日复一日的机械工作中,突然有一天,我发现公司一年的收入居然达到4000万元,另一家同类公司有6000万元。我没想到把电梯中这个2平方米空间和等待、乘坐电梯的无聊时间整合,居然创造出1个亿的商机。当时两家公司还只开发了主城

发奇想 蹲卫生间无聊

想法有了,但到哪里去找这个空间呢?白天想、晚上想,吃不下饭也睡不好觉,就连上厕所我都在想。两个多月过去了,就在我想要放弃的时候,一天晚上我上厕所发呆时,猛然惊醒:厕所就是我要的绝佳载体嘛!

商机无限的“游乐园”

儿童主题餐厅:更像游乐园

带孩子去逛北京金源Shop—pingMall的家长们不久前惊喜地发现,在地下一层出现了一片色彩绚丽的童话世界,小小的彩色桌椅,热带雨林般的梦境小岛,海盗船、宝物箱、小熊以及各种有趣的玩具,这是一家新开的游乐场吗?实际上,这是一家儿童主题餐厅,不少对吃饭毫无兴趣的小朋友快乐地跑进餐厅,乐不知返。

童言启发创业理念

记者了解到,金源新开的这家名为“芭迪熊”的儿童主题餐厅最早是开在上海的,成功经营了4年之后终于落户北京,而它的创始人是一位年轻的海归——字维新。字维新出生在中国台湾,10岁时和父母移居美国亚利桑那州,在那里完成学业。2004年毕业后,他成为麦肯锡咨询公司的品牌顾问,但2005年1月,字维新放弃了在美国的工作,决定回国创业。

经过一段时间的考察,字维新看到内地经济高速发展,人们对生活质量有了更多追求,而绝大多数家庭又很自然地将消费重心放在孩子身上,但那些独生子女大多是家里的“小太阳”,动手能力较差,如果能通过游戏培养他们的动脑动手能力,一定很有意义。于是,字维新决定开一家儿童DIY小店,让孩子们来这里“自己动手做(DIY)”,做什么呢?是12只性格不同的“芭迪熊”,然

后,小朋友可以带着他们的小熊伙伴踏上“芭迪岛”的探险之旅。

通过努力经营,DIY小店人气越来越高,一次,一个小朋友提出了这样一个问题:“那小熊在小岛上都吃什么呀?”一句童言,启发了字维新的想象,应该让芭迪熊们的故事延续下去。于是,2006年1月1日,字维新创建了“芭迪熊”儿童主题餐厅。

在第一家“芭迪熊”儿童主题餐厅,小朋友吃饭要先探险,首先要登上一条木制“帆船”,开始探险之旅:在沙滩区有“椰子树”和花朵形餐桌;在海洋区,独一无二的水母椅子、可爱的大蘑菇饮料站都很吸引小朋友。另外,“眼镜熊的图书馆”、“困困熊的卧室”等可以分享你和好朋友的小秘密。餐厅一角,有一个为孩子设计的

“儿童乐园”,它是小熊们的乐园,也成了孩子们互相交流的场所。餐厅还会不定期地邀请魔术团,为孩子的生活增添神秘色彩;儿童剧场让孩子在专业老师指导下,边学英语边表演。

选址儿童用品大卖场

开在上海的第一家儿童餐厅很快顾客盈门,生意红火。据字维新说,餐厅每个月的营业收入已达30万—40万元,盈利数额逐月提高,月最高净利已达三四万元。由此可见,儿童餐厅的理念在中国一线城市可以完全被消费者接受,他决定复制“芭迪熊”,进行品牌扩张,于是“芭迪熊”来到了北京。

当记者来到金源“芭迪熊”的



儿童主题餐厅,发现选址在这里开店可谓得天独厚,因为去年年底,全国最大儿童Mall“成长天地”在金源地下一层开张营业,整整一层全部是国内外儿童品牌主力店,来这里的顾客几乎全是带着孩子的家长,客流量很高,而且目标顾客非常集中。不少孩子逛累了,看见这么有趣的餐厅就干脆不走了,家长也可以歇歇脚。一位正带着孩子用餐的家长告诉记者,儿童套餐包括一份粥、一份南瓜条、一份橙汁和一份甜点。她认为用南瓜条代替薯条的做法不错,健康而且营养。甜点也很有特色,孩子很爱吃。

北京金源“芭迪熊”儿童主题餐厅的经理范女士告诉记者,餐厅目前还在试营业阶段,但是已经很受小朋友欢迎,因为这里的一切都是为孩子量身定做的,包括小桌椅,包括各种卡通设计,当然还有菜品。

扩展成儿童主题乐园

置身“芭迪熊”的儿童主题餐厅,很多大人会觉得这里完全不像一个餐厅,因为在这里吃饭已经变成了很次要的活动,孩子们更多的是玩耍、听故事,交朋友,甚至学知识,实际上它更像一个室内主题乐园。

好玩,这确实是芭迪熊餐厅经营中的一个重点。据经营者介绍,国外类似的儿童餐厅,多是把餐馆和娱乐结合起来,但在中国

情况有所不同,中国的父母可能是要求最高的父母,他们不仅希望孩子能得到娱乐,更希望他们能得到教育。于是寓教于玩、寓教于食,就成了芭迪熊餐厅的特色。

从餐厅开始的儿童产业

从最初一两个人开创的儿童DIY小店,到如今拥有一支创业团队和多家连锁儿童主题餐厅,“芭迪熊”的故事也许才刚刚展开。餐厅的创意总监王立安介绍说,是因为“吃”在人们生活中占的位置很重,所以想通过餐饮来切入中国的儿童市场,“我们做的不仅仅是一间餐厅,餐厅只是儿童产业链上的一环,是我们进入儿童产业的一个入口。”

“我们的服务人员都是多面手,既提供餐饮服务,也组织、主持活动。我们甚至自己制作电视节目,以后可能出版自己的音像出版物。当然,DIY小熊仍然是我们的经营内容之一。我们还将推出芭迪熊俱乐部来进行会员管理。从娱乐到教育以及其他延伸产品,都具有很大的空间。我们现在所做的,只是从餐饮入手,切入整条产业链的一点摸索。”经营者这样定位他们的儿童餐厅。

创办人字维新表示,他们将在一线城市开更多的直营店,二线城市考虑找区域代理,并争取在国外或者中国香港上市。

(摘自《北京晚报》张鹏/文)

“书虫”开书店 工作娱乐两不误

☆创业地点:不限
 ◎铺位一:一线商铺
 ☆大概位置:天府路
 ☆面积:50平方米
 ☆租金:9000元/月
 天府路的该商铺位于东方都会广场首层,临近天河公园,该板块内大型楼盘林立,常住用户较多,而且住户多数为天河商务区工作的精英人士,素质较高。

目前中山大道BRT已经开通,这里交通非常便捷。该路段沿街商铺面积多样,既有70—80平方米的中小面积商铺,还有100—200平方米的大面积商铺。位置较好的一线商铺租金约250—300元/平方米/月,而位置稍逊的租金

则相对较低,在100—200元/平方米/月。

合富置业专业人士表示,该推荐商铺虽然没有中山大道等路段人流、车流量大,但周边依然有较好的居住区作为消费力支撑,经营书店这类讲究人文氛围的行业比较适宜。

◎铺位二:二线商铺
 ☆大概位置:五羊新城商铺
 ☆面积:65平方米
 ☆租金:8300元/月
 五羊新城是越秀区的商业旺区,出行交通便捷,目前地铁5号线已经开通,更加为这一带提供了充足的客流。该商铺靠近明月路,属于旺中带静的地段,周边居住社

区集中,且附近有不少写字楼,集中了大批白领人士,形成稳定的客流量,提供强有力的消费支撑。商铺多以中小面积铺位为主。

合富置业专业人士介绍,该商铺位于五羊新城明月路附近,铺型方正实用。租金水平大约在150—200元/平方米/月。若是靠近寺右新马路一段路段的商铺,租金则更高,大约在300—400元/平方米/月之间。

◎创业提醒

1、书店开在哪里、周边的读书氛围和辐射的读者群怎样,这对一

个书店经营者说至关重要,占有一个好地方等于成功了一半。

2、若是不同类型的生活圈子,读者种类也不一样,例如:在居民小区附近,开个兼营休闲娱乐杂志的书店比较好;而打工人员聚集区,好卖的多是各类杂志以及武侠、言情类书籍;高校周围可以以人文社科类的学术书为主;而一些小学、中学周边社区,则多以教辅书籍、文具的需求较大。

3、社区的小书店要设计简洁、一目了然。如果书店较大,可以在书店的入口处配置相应的布局图,让读者看到图书区域的分布。

4、另外,书店的补货也很重要,勤进书补书,使读者感觉日日

(摘自《羊城晚报》)



婚房竟然也能租!

新生代结婚潮涌出“婚租房”商机

“婚房竟然也能租!”近日,在沈阳熙熙攘攘的彩塔农贸市场,楼体上方悬挂的婚房租赁广告显得格外醒目,不由得让过往市民深感诧异。记者调查发现,受传统观念的影响,必须先买房才能办婚事的传统观念随着房价的高涨,也在悄然变化。由于不想增加父母负担,不甘为还房贷节衣缩食,于是一部分沈城准新人选择租婚房结婚。

“85后”捕捉婚房商机

“短期公寓,结婚用房”这块醒目广告牌的主人叫谭虎廷,是一名正宗“85后”。谈起为何做起婚房租赁买卖,身为泊客馨居短租公寓服务公司负责人的小谭告诉记者,在大连读大学期间,他了解到许多大连新人就租婚房结婚的情况。他认为,沈阳也有着相当巨大的婚房租赁需求,于是去年年底,他刚毕业就在沈阳率先做起了婚房租赁。

“现在婚房租得特别好,有时一年能赶上两波高潮,光这个月就有8对新入预订。”小谭告诉记者,目前,婚房通常得提前一个月预订,月租金2500元左右。与一般的日租房相比,除了各种家电、家具一应俱全外,婚房的装修要更高档,屋内整体色调主要以粉色、红色为主,一进门就能感受到扑面而来的浪漫气息。而根据新人要求,他会提前帮助新人悬挂结婚照、气球、拉花等,婚礼当日还会帮助贴喜字。

租赁对象以“80后”为主

究竟是哪些人选择租婚房结婚?谭虎廷告诉记者,从选择租婚房结婚客户的年龄结构来看,80%以上为“80后”。

谭虎廷表示,这些人租房结婚的原因主要有三:首先是女方家在外地,因此,男方会选择租一处婚房作为接亲目的地,而与宾馆相比,婚房会温馨、浪漫得多。其次,还有些新人虽然买了房子,但由于挑选的吉日到来时,婚房还未装修完,所以只能租间婚房来应急。

谭虎廷告诉记者,还有一个重要原因是,房价使得许多刚走入社会的年轻人无力承担,其实,很多来租房的新人都认为,与其花光积蓄付个首期,然后再让自己和父母背上10年、20年的沉重债务,还不如租房结婚,省下一大笔钱改善生活。

安全感成最大顾虑

记者了解到,在国外,租房结婚的现象相当普遍。但在国内,受到传统“安居乐业”观念的影响,能够真正这样实施的人并不多。但是,随着房贷、房价压力的增大,租房结婚的生活方式渐有兴起之势。根据某门户网站对租房结婚的调查,相对于女士,男士更容易接受租房结婚。而对于租房结婚的顾虑,被调查者最大的感触是,租的房子没有安全感。其次则是租的房子不能按照自己的想法设计。

谭虎廷表示,在选择要租赁婚房时,除了装修要喜庆外,还要提前确认所租住的小区是否有足够的车位允许迎亲车队通行,同时是否配有24小时安保也是选择租赁房的重要考量标准。

(摘自《沈阳晚报》白昕/文)



有新书。而且把新进新货放在显眼位置,吸引更多读者注意力,使书店给周边读者有较高活跃度的感觉。