

【创富秘籍】

穿红戴玉里寻商机

掘金民俗文化

我国的民俗文化内容丰富、形式多样,逢年过节,人们总喜欢用中国结、胭脂扣等吉祥物来装饰家居;在本命年里人们喜欢系红腰带、穿红内衣讨个吉利。精明的商家就在这些普通的吉祥物里发现了民俗商机,从而创造了巨大的财富。

与众不同的饰品店

上海仙霞路上,一个鲜红夺目的招牌下就是“焱”本命年饰品专卖店。一眼望去,与许多普通店铺不同的是,店铺并非敞开大门,而需要顾客推门而入,里面的销售人员也比同面积店铺多上不少。

店内的储备店长李先生告诉记者,“焱”本命年饰品专卖店最大的特色在于,其他饰品店基本是以顾客自主挑选商品这种模式经营为主;而在这里,是由店家通过与顾客进行深入地沟通交流,根据顾客的生肖属相以及需求,一对一地为其挑选适合的商品。也许是这层服务关系在,因此店内的饰品与其他同类商品相比要贵上不少,最便宜的玉器脚链价

格在 300 元以上,一般的水晶手链售价在 900 元左右,而最贵的翡翠摆件价格超过 10 万元。

据李先生介绍,来“焱”本命年饰品专卖店消费的顾客非常广泛,下至中学生,上至古稀老人,都会光顾。他们购买或佩戴各种本命年物件,并不是迷信,也不可能给自己带来不劳而获的好运,而是一种寄托,给自己多一些信心。“因为本命年祈福这种风俗与信仰无关,无论是有无信仰,信仰东方或者西方,都没有关系,只要是自己或者家人朋友祈求一份兴旺吉祥,都可以进门光顾。”

从中国结到本命年

很多看好本命年商机的创业者,大多是自己或亲友在经历本命年时,想购买红色衣物等商品,发现市场供应面较窄,选择十分有限之后,由己及人,洞悉商机,进而创业。而“焱”本命年饰品专卖店在同类店铺中属于起步比较早的,在 1998 年它就开始在市场中试水,而且相比单纯做红内裤、红袜子、红腰带和桃木剑这类本命年“老四样”的同业而言,它的眼光更广一些,是进一步在中国

的民俗文化中挖掘商机。

而在此之前,它扎根于另一个更小的民俗领域。据李先生介绍,“焱”本命年饰品专卖店的创始人罗女士最初是从中国结开始的。“罗女士在创业之前,碍于资金条件限制,最初她是从出售手工编织中国结的小铺开始,一点点发展成为全国有 60 多家门店的连锁专卖店。”

选址青睐闹中取静

上海的这一家“焱”本命年饰品专卖店位于仙霞路上,周边交通便捷,地铁、公交、高架、四通八达。

李先生告诉记者:“按理说,仙霞路是条单行道,有一部分车辆是肯定不会经过的。但是我们在销售过程中服务占了很大的一部分,要求的就是这种闹中取静的效果。我们的目标消费群体不会是抱着逛街购物的心态而来的,太热闹的地段反而会影响我们和顾客之间的交流和沟通。但是,这周围比较密集的居民区又在一定程度上保证了我们的客流。”

用姓名赚钱 湖北小伙闯出大事业

业务员小王去拜访客户,不成想被客户提出的一个关于“姓氏”问题给难住了。从此,小王便跟“姓氏”较上了劲。就是这次较劲,让小王有了辞职创业的想法,且后来他就靠着这些姓名闯出了一番大事业!

一语点醒梦中人

来自湖北孝感的小王,在深圳某广告公司做业务员,做事和工作兢兢业业的他,常梦想有朝一日自己创出一番事业。

一天,小王拜访一位年长的客户。交谈中老人问他:“王姓是中国第二大姓,你知道它的来历吗?”小王想了半天还是回答不出来。老人笑呵呵地“批评”他:“王姓是中华民族文化渊深的姓氏之一,看来你还得多学习啊。没有文化积累的业务员,可算不上优秀哦。”

回去后,小王一直想着老人的话,想着自己的姓氏如何而来?自己的远祖是些什么样的人?……为此,他查阅了众多关于姓氏的资料,终于对王姓的来历有了根本的了解。与此同时,他产生一个大胆的念头,若把“姓氏”做成工艺品,不仅可以收藏,还能成为馈赠友人的礼品。

可是,用什么材料做呢?如用纸做载体,显然档次低且无新意,无法吸引顾客。小王想到,人的姓氏是从远古传承下来,当时所有东西都写在竹简上。而竹简是中华姓氏形成时期(春秋战国)的文字载体,用之作为“姓氏”资料的传达物体,最能显示其古色古香的韵味,还可装饰家居,可谓一举两得。

财聚“姓铭堂”

于是,围绕这一思路,小王



扩大祈福消费的范围

在某种意义上,本命年十二年一轮回,顾客在光顾过本命年饰品专卖店之后,在短时间内持续光顾的可能性大大降低。但是“焱”本命年饰品专卖店为了维系和发展更多的顾客,采取了多条腿走路的办法。

首先,在有过消费记录之后,“焱”本命年会留下该顾客的详细资料,并不定期地与其联系。除了本命年之外,中国人的祈福活动几乎涉及到人们活动的各个方面,从出生、婚嫁到百年,从四时八节到衣、食、住、行。通过与顾客保持联系,开发出继续消费的可能,并有助于挖掘周边的新顾客。与自己名单内顾客保持联系,是店员写入工作计划的必修课。

其次,与很多店铺一样,“焱”

本命年饰品专卖店采取的会员制,鼓励积分消费。据李先生介绍,只要在店内消费,即可成为“焱”本命年饰品专卖店的积分会员,消费享受 8.8 折。消费额在 1000 元到 20000 元之间的,为贵宾会员,购物享受 7.8 折。消费金额在 20000 元以上的,则升等为 VIP 会员,可在店内按零售价 7 折进行选购。与此同时,不同的积分在“焱”本命年饰品专卖店有着不同的换购商品,高等级的会员还能够享受一些免费服务。

另外,来“焱”本命年饰品专卖店消费的顾客,都比较热衷于中国的一些传统民俗文化。而该店基本上每月都会相应地开展一系列民俗活动,邀请会员共同参与,以增加会员的归属感。

(摘自《理财周刊》胡笑蓉/文)

“姓铭堂”深圳形象总店开业,其“姓铭堂”礼品一炮打响,当天即售出 500 多幅竹筒,赚了 1 万多元。

试营业的开门红给了小王极大的信心,他把更多的精力投入到姓氏事业中去。12 月,“姓铭堂”第三家分店又在深圳开业了,购买者不仅有来自我国香港和台湾的客人,还有一些内地游客也前来选购。他们将购买的姓氏礼品悬挂在客厅,来怀念祖先及勉励自己。至 2003 年底,小王不仅将投入的资金全部收回,还净赚了 5 万元。

2004 年 7 月,“姓铭堂”荣膺首届深圳旅游商品博览会优秀旅游商品。同月,“姓铭堂”加盟连锁经营被团中央列为中国青年创业推荐项目。2005 年 5 月,“姓铭堂”在国内已有 50 多个经销网点。

(摘自《中国经济网》)

干农活也能赚进千万资产

“真是快啊,没想到我也遇上了农业机械化。”近日,64 岁的武汉黄陂六指街骆塘村村民骆高松做梦也没想到,自己 4 亩水田,一个小时完成了耕、耙整个流程,只花了 200 元。“过去,我整这 4 亩田至少一周时间,牛累人更累。”帮骆高松实现心愿的是武汉曙光兴意农业开发有限公司总经理吴建新。

追求利润最大化 130 元变出数百万

1995 年,30 岁的吴建新手上只有 130 元钱。他将目光瞄准了人流量大的黄陂四中校门口。很快,吴建新借来旧桌子、旧椅子,一家名为“建新”的早点摊子开张了,没想到当年便赚了 8000 元。

稍有积蓄,吴建新便将目光瞄准了更大的买卖,以 1 万元承包了六指街附近的“人造湖”。承包第一年,因经营不善,吴建新亏了 5 万元,但承包费还是如数上交了。这一点让六指镇时任党委书记胡述智颇为赞赏,并鼓励他继续承包。

第二年,吴建新改变经营策略,从在湖边坐等买家变为直销。“又养又卖的方式减少了中间环节,利润大幅提升,当年便赚了 3 万元。”吴建新称。

为了减少中间环节,他还自购了一台小货车,在水产品集中上市的时候,他一天跑几趟汉口,他还在车上放一挂干辣椒,实在困得不行了就吃一个,最忙的时候 1 个月吃睡都在车上。

在养鱼和卖鱼的忙碌中,吴建新盘算着如何将利润最大化。2003 年,当农家乐还只是一个新鲜名词时,一家名为“渔香”的养殖餐饮中心诞生在人造湖旁边,吴建新将自创的“干锅鱼”作为当家菜进行推广,短短三年里,4 张桌子的小餐馆变身 20 张桌子的大餐馆,高峰时每天营业额都是上万元。

干农活一样赚钱

自己养鱼丰收了,但人造湖下面万亩良田经常被抛荒,让吴建新忧心不已——“很多年轻人外出打工,家里都是老人和小孩,田根本没办法种。”去年,吴建新执意砸下 400 万元成立了武汉曙光兴意农业开发有限公司,购进了 8 台套大型农业机械,并在六指街建起了 800 平米的农业超市。吴建新的设想是帮农民种田、种菜,然后将农产品直接引入超市,与市场对接。

“农民种田不用牛,农机合作好帮手,没有劳力不用怕,农业已经工业化。”吴建新自编了顺口溜,他称,过去农户耕作一亩田费用是 100 元,现在用他的设备只需 50 元,而且速度很快,最主要解放了农民的手和脚。

据悉,六指街共有良田 5 万亩,今年吴建新的目标是耕作其中 2 万亩,实现产值 100 万。

(摘自《武汉晨报》崔力文 冯刚/文)

“创业达人”玩细菌 2 万赚进 40 万

我们生活的空间存在着无数微生物和细菌,但你肯定想不到,把这些细菌的样子放大 100 万倍并做成毛绒玩具后,它们竟如此可爱,并成为了有心人的创业起点。

2005 年,日本开始流行接吻细菌的项链。这种细菌商品迅速风靡了东南亚市场,并传播到香港。2 年后,一个普通师范学校的就业讲座上,老师提到了这种产品。一个名叫洛雯雯的姑娘听得津津有味,但是她根本没有想到,细菌也会和自己扯上关系,此时她最关心的,是找一份好工作,在大城市里站稳脚跟。

被“传染”的创业灵感

洛雯雯大学毕业后迫不及待地来到了深圳,希望能在这一片属于自己的事业。但两个月走马观花的面试,让她心灰意冷。虽然,她最终应聘上了一家外企公司,但繁忙的工作和主管的苛刻,让她几近窒息。

一个周末,她到公园散心,想起这几个月的奔波劳累,想起主管无情的责骂,忍不住悲从中来,真想大哭一场,一个念头忽然闪了出来:现在生活富裕了,人们也越来越喜欢猎奇。如果把这种细菌产品引进来,再加以改进,不就能为我所用了吗?

洛雯雯请假来到了香港的小商品市场,她立即被琳琅满目的细菌产品所迷住了,经过仔细调研,她更坚定了自己的想法:“以前别人在制造细菌商品的时候,怎么没有想到将全世界各地的细菌收集起来,再根据不同的功能,制成不同的细菌模样呢?”

在经过两个月的充分准备后,她给公司每个人发放了一份新店开张的邀请函,然后在主管惊讶的目光中潇洒辞职。

“细菌”与温度一起精彩

2007 年 4 月,洛雯雯用筹措起来的 2 万元钱在深圳商业街的外围拐角处开起了自己的第一家“细菌玩具”专卖店。

走进她的小店,一下就会被眼前看到的一切给震住。黄白相间,仿若一个迷你鼠一样的“啤酒酵母”钥匙扣,居然还有一条可爱的酵母菌样式的小尾巴,装点在腰间分外惹人注意;挂在手机上的粉红色“喉痛细菌”手机链提醒人们“今天吃饭别让我吃辣椒”;青草绿的“流感病菌”抱枕,让人觉得抱着它睡觉,讨厌的感冒也变得温柔起来……更有意思的是,竟然还有根据美国拍下的火星生命图片制作的红色“火星细菌”拖鞋、“月球水菌”手套等等。

但随着生意的不断火爆,人们对“细菌玩具”的要求也越



来越高,很快就有关客反映,既然是“细菌”,就应该充满生命力,应该更加动感,为什么就不能让这些“细菌玩具”鲜活起来呢?顾客的抱怨引起了洛雯雯的注意,心思灵活的她立即与厂家联系。

半个月后,以“存活在不同温度下的细菌小生命”为主题的玩具新鲜出炉了,样式更加丰富,用途也更加广泛。比如“厌氧菌灭火花”是以厌氧菌的模样制作成桃红色花,也能像厌氧菌一样扑灭厨房里发生的小火灾。平时可以将这款外形可爱漂亮的厌氧菌灭火花利用内置的磁铁将其吸在冰箱上,因为花朵部分配有低温粉,一旦火灾发生,只要将花扔进火中即可。

小细菌交换出大财富

当生意逐渐稳定下来时,洛雯雯开始筹划为新颖的细菌玩具搭建一个更适合推广的平台。她建立了自己的“细菌”网站和“细菌”博客,将小店内各种受人欢迎的“细菌玩具”的照片发布到网页上。网络的四通八达,快捷迅速,给洛雯雯赢得



不少外地客户,他们纷纷打电话来要求订购。甚至还有一些本地的网店主们也打电话来,要求加盟,让洛雯雯在他们的网店上开专柜,进行合作。

另一方面,洛雯雯也建立了顾客档案库。经过半年的经营,洛雯雯的顾客档案库里早就记录下了上千个顾客的信息,这时候她再根据每个顾客的购买次数和偏好进行分析,有他们偏好的新品出来,就可以有针对性地给他们发出信息,进行点对点的即时沟通。而且她还给那些购买次数较高的顾客寄送小礼物,在春节、圣诞等这些节日里送上自己的温馨祝福。这些“惠民”措施收到了很好的效果,洛雯雯牢牢抓住了一大批忠实的顾客。

如今,已拥有 4 家连锁店,银行存款达到 40 多万元的洛雯雯变成了自得其乐的“创业新鲜达人”。

(摘自《城乡致富》王歆/文)

创业“死磕”农村小妹变身千万富翁

廖心,一名仅有中专学历的农村妹,曾经备受贫困生活带来的折磨。如今她已华丽转身,变为千万富翁。她管理的分店每年能实现销售收入高达 1000 多万元,自己有车有房。这样的生活她到底拿什么换来的?

家境清贫 穷人的孩子早当家

廖心出生在仁寿县珠嘉乡中师村一个贫苦家庭。由于母亲常年多病,全家生计靠父亲一人打工维持,而廖心从懂事起就开始分担各种繁重的家务活:煮饭、洗衣、喂猪……柔弱的肩头不得不过早地承受生活的重压。

1998 年,廖心考上了绵阳一所中专学校。但父亲年迈、母亲病痛,这个清贫的家甚至连吃一顿肉都难,哪里还有钱供她上学。于是她开始在火锅店、超市等打临工挣学费和生活费。2002 年毕业时,家里的经济状况并未好转,更雪上加霜的是,母亲因长年病痛撒手人寰,而操劳了一辈子的父亲也因此更加孤苦无依。

此情此景,让 19 岁的廖心悲从中来,无比伤心。她暗暗在心底发誓:我一定要让父亲安度晚年!

穷则思变 打工妹走上创业路

为了摆脱贫穷的命运,廖心决定结束打工生涯,自己当老板。不过究竟做什么呢?权衡思虑多日后,廖心将目光投向健康产业——即保健药品直销。选择这一行,她心里有自己的算盘:因长期目睹母亲被病痛折磨,自己对这一行业有特殊的感情,希望能让更多的人将病痛防治于未然;其二,随着时代的快节奏,亚健康人群越来越多,人们会更加关注自己的身体和生命,健康产业注定是一个朝阳产业。

不过想象始终比实践容易。真正做起了这一行,廖心才发现,在眉山,保健药品直销这条路几乎是前无古人,更要命的是自己对直销技巧也一窍不通,仅凭三寸不烂之舌很难让人放下戒备心,更别提将产品销售出去。

痛定思痛 7 年奋斗终获回报

艰苦的 4 个月过后,廖心仍然没有打开市场。她的销售业绩不但没有持续增长,反而有所下降,而自己的每月的收入也因此从最初的 200 多块减少到了几十块,连自己都难以养活。廖心说,那段时间,她无数次想过放弃。

随后廖心回了一趟珠嘉乡的老家,看着清贫的家和累弯了腰的父亲,强大的责任感和一直以来的创业激情又开始在胸中澎湃。回到眉山后,她坚定了要继续创业的念头,同时开始冷静地分析前期的成败得失。

首先是直销的技巧不够,对产品的了解不深。于是她开始坐火车定期往返于成都和眉山之间,去成都学习取经,然后回眉山实践总结。

慢慢地,技巧有了,销售的市场也逐步打开。2008 年 5 月,廖心终于在眉山建立起了一个 100 多平方米的专卖店。随着销售业绩的翻番,2009 年,她将更多的分店开到了西安、贵阳、上海等其他城市。目前在全国已经设立了 50 多家分店,其销售团队遍布各地。据她透露,她所有的店一年销售收入已突破千万,每年的税收贡献可以养活近 100 个低保人员。

(摘自《眉山日报》万晓红 杜燕/文)