

2009年7月23日,当时正在一家医院做护士的蔡士洁无意在报纸上看到一则《市民购二手房遭遇消毒烦恼》的新闻。“我是学护士的,经常消毒,二手房消毒市场这么大,我为啥不试试呢?”想到这里,蔡士洁创业的激情被激发。一周后,她毅然递交了辞职书。

为二手房消毒每月净赚上万

蔡士洁的一个朋友在上海有一套房子出租,等房客住了4年搬走后,朋友将一些旧家具搬到了自己家。租客留下了一个旧沙发套,朋友洗了2次就套在了自己的沙发上,但是他妻子坐的时

候,总是无意地去弹上面的“尘土”。“你虽然清洗了沙发套,但是并没有消毒。你老婆害怕的不是灰尘,是细菌。”蔡士洁这样给她的朋友说。于是,她接到了公司的第一笔消毒业务。

实际上,真正通过市场找到的第一笔业务是上海浦东世纪花园的一套4室2厅2卫的房子。那是一对从国外回来的小夫妻,他们因为已经养成了固定的生活习惯,在入住之前,一定要给房

子消毒。这对小夫妻通过网络找到了蔡士洁,蔡士洁马上就对这套房“望闻问切”,先看每个房间大小、装修材质和卫生情况,然后了解前房客的健康情况和生活习惯。最后再针对顾客的要求拿出了让大家满意的消毒方案。

如今,蔡士洁的二手房消毒公司,每月已经净赚上万元了。

(摘自《城乡致富》)

剑走偏锋

新郎脖子上系着黑色领结,新娘头顶上戴着水钻皇冠,身后披着雪纺婚纱。这张婚纱照,任谁看了都会捧腹笑个不停。因为,主角是两只宠物狗。这是10多个大学生捣鼓出来的新业务。去年,他们自主创业成立了一家宠物摄影俱乐部。他们的客户,不是狗,就是猫,还有其他一切可以养在家里的动物。

大学生自主创业有奇招 为宠物狗拍摄婚纱照



原路走不通 就试试冷门

俱乐部的前身是华淑昕开的摄影工作室。华淑昕在大学里学的就是艺术专业,拍了8年的照片,是个十足的“摄影发烧友”。

最初,工作室主营的是一些常规的婚纱照业务以及宝宝摄影。可是没多久,华淑昕就发现这一块市场在杭州差不多已经饱和了。

这期间,因为混论坛的缘故,这10多个年轻人彼此熟悉认识了。除了在想法上一致的特立独行,这群人还都有个共同特点,不是养猫,就是养狗,都对宠物怀有特殊的感情。其中有一个叫潘鸿的,在一次看了小兄弟的婚纱照后,冒出来一个突发奇想,“地点一样,背景一样,不同的是,照片里的角色不是人,是宠物。”

潘鸿对宠物婚纱摄影很有信心,一来杭州养宠物的市民多,二来这还是一块空白市场,应该可以有点成绩出来。“越来越多的大学生开始创业,与其挤破脑袋去那些热门创业项目分一杯羹,还不如胆子大一点,走走冷门,说不定就闯出一片天来了。”华淑昕拍板同意了。

有创意的东西 才会受人欢迎

宠物婚纱照很受欢迎。潘鸿说,特别是每年猫猫狗狗的发情期,很多主人给宝宝拍好亲后,就郑重其事地来拍婚纱照,美其名曰“以后也好让下一代知道父母长的是啥样?”

不过,意犹未尽的客户还提出,能不能再来一段狗狗的婚庆录像?但怎么让狗狗亲热到一块儿呢?潘鸿拍拍脑袋,炮制出了狗狗们最爱的迷情香水——五香牛肉酱。“香水”就擦在两只狗狗的耳朵后面。于是,两只狗狗甫一见面,就互相嗅个不停,咬对方耳朵,腻到了一块儿。

但是俱乐部也会遇到淡季,这时候就需要开发一些新的宠物摄影主题。目前,这群年轻人正在制作一个新项目,为狗狗拍一部大片,悬疑侦探类的。

剧本早已写好,拍摄地点选在了翡翠城。主角是一条雪橇犬,扮演的角色参见名侦探柯南。“这是一个试验品,拍好后会投放到网上。看看这类更有创意精神的宠物剧情大片会不会像婚纱照一样受欢迎。”潘鸿说。

(摘自《今日早报》黄轶涵/文)

抓住DIY潮流 天价化妆品热销

谁是牛尔?

牛尔,一位年近不惑的A型水瓶座男子,小时候因受到母亲销售化妆品的影响,对保养品充满好奇心,12岁时开始使用保养品,并自行将家里厨房材料调制成面膜使用。自医学院毕业后,便踏入美容界,至今数十年。其间曾多次赴英、法研习芳香疗法及化妆保养等美容专业知识,被我国台湾保养品一线记者喻为“新一代美容教主”。

创意来自“牛尔”

魏丽丽的小店只有几平方米,设计却很精致,货架上琳琅满目的小瓶化妆品原料令人目不暇接,顾客可以根据自己的肤质随意搭配,而且小包装也可以避免浪费。有的顾客自己不会搭配,魏丽丽还会现场指导,并为顾客设计美容配方。

魏丽丽开店的创意来自一本名为《牛尔的嫩白书》的美容书,从这本书里,魏丽丽发现市面上的化妆保养品种类繁多,不少价格昂贵,其实只要用对配方,利用各种简单的天然原料,就可以以最少的时间和最短的时间,配制各种美容保养品。看到商机后,魏丽丽辞掉了原来待遇丰厚的工作,四处寻找化妆品原料的进货渠道,之后将原料分成小包装,按书中指导的方法配制。于是她租下了旭日里社区的底楼商铺,开起了本市第一家化妆品DIY店,很多爱美的女性前来光顾。

“我现在的目标是在市内每个区都选一个社区开店,普及我的化妆品DIY店。”魏丽丽笑着说。

很多爱美的时尚

女性都知道《牛尔的嫩白书》和《女刊》,里面介绍的化妆品DIY的理念让人怦然心动,可在现实生活中,却很难找到这些原料。北辰区新村街旭日里社区的年轻女孩魏丽丽就从其中看到了商机,在社区开设了天津市第一家化妆品DIY店。

相关链接

DIY化妆品商机巨大

女性消费市场潜力巨大,护肤品行业更是其中的重点,颠覆性的配方以及DIY个性化护肤理念的产生,预示着一个全新空白市场有待于更多投资者进入,给所有置身于此行业的投资者一个巨大的发展空间。据有关部门统计,到2010年,我国化妆品市场的年销售额可达800亿元,年递增12.9%左右。这种增长幅度显然大于经济速度,加上我国化妆品行业目前的人均消费水平远低于发达国家,甚至低于国际平均水平,经济的发展,人们生活水平的不断提升,使得中国化妆品行业充满了很大的发展空间。

看看DIY护肤

目前在中国,护肤DIY最盛行的地方在台湾。在台湾台北上百家的化工原料行,经营

着上千计的护肤品原材料,从基础油、乳化剂、天然植物萃取液、维生素类到化妆品专用抗菌剂、甘油等,几乎无所不包。

一件护肤品中间原料成本比例占有大约5—10%,90%都在各个环节的营销——广告的代言、产品的包装、高档专柜的设立、员工的提成。2005年,台湾的DIY市场就达到了6亿新台币的市场份额。

大陆的DIY发展空间

大陆地区美容市场约有台湾的4倍之多,每年更以惊人的速度成长。大陆每年美容市场营业额在850亿元人民币,台湾地区每年约200亿人民币,占台湾美容整体市场需求的1~2%,由此也显示出大陆地区保养品DIY行业,每年的市场需求约在8~16亿元人民币之间,发展潜力巨大。(摘自《天下商机网》)

孙川2008年从河南大学艺术系毕业后,放弃了父母帮他找的工作,毅然选择了自己喜爱的摄影,走出了一条成功的创业之路。

爱摄影的孙川 坚守信念走出成功创业路

孙川,是开封市一家摄影工作室的老板。大学期间学的是美术专业,但由于长期以来对摄影的喜爱,课余时间,他就到一些影楼、摄影工作室当助理、打短工,从而为以后自己开办摄影工作室积累了一些经验。“拿起相机的那一瞬间,感觉非常高兴、非常满足,大学毕业之后,我就决定要走摄影这条路。”他说。

2008年冬天,坚定了自己

的信念后,孙川放弃了父母帮他

找的工作,并向父母借了一些钱,再加上自己大学期间在影楼打工的积蓄,开了一家店面非常小的摄影工作室。他没想到,工作室一开张就举步维艰。“整整一个月,一个顾客都没有,一个人在店里,也不舍得开空调取暖。唯一的员工化妆师也被我放假了,因为工资根本发不下来。”他说。

尽管如此,孙川没有放弃,这期间,他开始下工夫钻研摄影

技艺,调整经营策略。白天,他

把朋友和同学找来,帮他们拍照,练习技艺;晚上,翻阅大量的摄影杂志进行学习,还去网上研究一些摄影大师的作品,“每天凌晨两三点前都没有睡过觉”。

搞经营宣传很重要。“我没有太多资金去宣传,就找人帮我做了一个网站,我把自己拍的照片不断地往上传。同时,还把自己的一些作品发到了郑州、开封的一些网络论坛上。”孙川说。

随着在网站上的宣传,他的作品

得到了越来越多人的认可,上门

拍照的顾客也多了起来。

目前,孙川的摄影工作室,不仅是他所在的商业街上最红火的摄影店,而且在开封也已小有名气。他说:“现在我的店又扩大了一点,而且我的员工也在增加,团队在慢慢地强大。今后准备继续扩大店面,让更多的人知道我的店。我的理想就是在上海开一个自己的摄影工作室。”

(摘自《东方今报》颜景

献/文)

高校老师辞职创业 辣汤店开得香喷诱人

徐州小伙子黄冠,从高校辞职和朋友一起创业,他这间不足20平方的小店是和一家影碟租借的小店共用的,在南京大学附近的青岛路上,供应的食品只有三种——辣汤、烙馍卷馓子、肉合,店面虽然小,但是尝过味道的人都赞不绝口。

快递送来“秘密武器”

“汤是你做的吗?”“徐州请来的师傅!”“料是自己调的吗?”“从徐州寄过来的。”记者了解到,小店里卖的辣汤用的是地道的徐州做法,母鸡、鳝丝、蹄膀、骨头一起炖煮接近20个小时,等到母鸡、骨头被煮得酥烂的时候,加入大量的

葱、生姜和胡椒,最后在喝之前再打个鸡蛋在里面,如此煮出来的汤汁虽然卖相不咋地,但是味道鲜美,材料实在。

不过,辣汤好喝的秘密还在于那调料,据说那可是过去徐州最有名的辣汤店“两来风”的师傅调制的,因为担心料放久了味道会变,黄冠要求厨师在制作辣汤的时候一定要使用最新鲜的材料,也正是因此,小店每天都会收到一个来自徐州的快递包裹。“这样做虽然成本高了一点,但是唯有如此,才能保持原味。”

黄冠对于辣汤的口味要求相当完美,学美术出身的他告诉记者,做菜就像是画画,有一点色彩没有调好,整体的感觉就都会受到

影响。据朋友们说,之前黄冠就对汤的味道不满意,再三研究发现,原来是因为使用的生姜是在冰箱里冻过的,为此,他每天5点多起床后都会去菜市场买姜,因为“只有鲜姜才有那个正宗的味道。”

开业不久已有众多粉丝

黄冠的小店虽然开业的时间不长,但已经有了不少铁杆粉丝。“大多是徐州人,来这里喝辣汤的人都带着深深的家乡情结,有的一个礼拜来好几次,有的从大厂、江宁等地方赶过来喝,还有的喝完了不忘在网上发帖宣传,还有人为了小店在点评网站专门开辟了点评的空间。”



最让黄冠感觉满足的是,有徐州人来到小店里,滋滋地喝完一大碗辣汤,然后满足地长舒一口气,赞一句“真是家乡的味儿!”对于小店生意日益见好,小伙子颇有成就感,平日里买菜、端盘子、刷碗,都干得特别起劲,但有一件事他是不愿意做的,就是骑三轮车送货。

“有一次我骑三轮车送货,在大街上遇到了大学同学,对方摇下车窗和我打招呼,那一刻,心里挺不是滋味。”事实上,黄冠刚毕业的时候,也有一份令人羡慕的工

他高高瘦瘦,戴着一副边框眼镜,平实朴素,斯文里透着一股难以掩饰的老练和成熟,他是很多同学的偶像,大家亲切地称呼他叫“徐老板”。“徐老板”叫徐锡俊——杭州师范大学阿里巴巴商学院的一位大四学生,日前,徐锡俊刚刚从学校拿到了毕业证书,但对他来说,自己和大学的关系远没有结束,因为在杭州师范大学和附近的高校还有一群跟着他创业的学弟学妹,“希望他们能和我一起坚持下去。”

“徐老板”创办“零食联盟”

创出一个零食专卖品牌

几乎没有时间和同学们庆祝一下毕业,徐锡俊又开始忙着张罗新开业的店铺。从大二开始创业,徐锡俊经历了很多艰难:“当初一起创业的很多学生,已经因为各种原因失败或是放弃了,只有我坚持到现在。”现在徐锡俊打造了一个专属的休闲零食品牌“千兹末”,他的连锁加盟店已经开到了杭州、上海、宁夏银川和福建,跟着他一起创业经营的学生有20多人,这些人中有他的同学,也有校友,甚至还有别的高校学生。

“我们公司的新网站马上就要上线了,到时候,更多人可以加入我们的服务平台,享受更多的美食。”徐锡俊向记者描绘着自己心中的创业蓝图,“我们公司是专卖各种散装零食的,针对大学生注重时尚个性的特点,在这里大家可以根据需要自由搭配。”

开创一个电子商务新模式

“我们将联合全国上千所高校的大学生,加盟我们的团队,组成大学生创业联盟——创享联盟。”这样的商业模式也是继B2B、B2C、C2C之后的一种新兴电子商务模式B2M——相当于通过网络寻找中间代理人、分销渠道。徐锡俊希望通过自己的网络平台,寻找全国高校的合作伙伴,“他们可以通过帮我们推销来获得佣金,而我们可以凭借全国学生庞大的客户群,获得厂家更大的折扣优惠,绝对是双赢的。”“明年我要力争开出20家连锁店。”徐锡俊的话语中透露着坚定。

徐锡俊的创业体会是“大学生创业最需要的是资金,开新店不得到处找人借钱。真正能坚持创业的人太少了,我们的创业团队里已换了好几批人了。”每次去谈业务时,徐锡俊会和对方说明自己的想法、和现在的困难,对方了解后就会体谅并积极地去配合,因为双方的目的是相同的。

(摘自《杭州网》)