

■创业黑洞 I

18 万创业款雨打风吹去

创业不慎遭欺骗,小伙半月瘦 10 斤

“开店才半个月,我的体重已从 155 斤降到 145 斤。”近日,连云港籍小伙子小钱在新区法院讲述了创业遭遇欺诈的经历。7 月 30 日,他靠借贷盘下无锡新区长江路上的一家餐饮店;8 月 1 日,就收到新区法院强制执行停业的通知书。半个月来,小钱一直就在水深火热中煎熬。

小钱来无锡才半个月,却已饱尝创业不慎带来的苦楚。自来无锡以后,小钱就住在承包的餐饮店里。因为他已把能支配的钱全部投入店里,无力支付公寓房的房租。他承包的餐饮店没空调,也没淋浴设施,洗澡只能用盆接自来水,再加热水,浇在身上。8 月的无锡,晚上实在太热,靠风扇根本不管事,小钱每晚都睡不着。越是睡不着,他就越往自己创业遭遇欺诈这件事上想。越想越懊悔。这样下来,他很快就消瘦下去。和刚到无锡时比,已瘦了 10 斤。

小钱承包的这家餐饮店为何被法院强制执行停业?原来,小钱承包的这家餐饮店早在 3 月 10 日就被新区环保局责令停业。主要是因为该店未经环保部门审批擅自投入运营,遭当地居民投诉。当时的店主并没依照新区环保局的行政处罚决定书执行。7 月 22 日,新区环保局向新区法院申请强

制执行。小钱是 7 月 30 日承包这家店的,他对这家店未经环保部门审批的事并不知情。小钱是通过朋友认识这家店的前负责人,前负责人带他参观了这家店附近的环境,并称有好多人想要盘下这家店。创业心切的小钱并没意识到自己陷入骗局,用 18 万元盘下了店。令他感到天崩地裂的事就出现在盘下这家店的第三天:8 月 1 日他收到法院强制执行停业的通知。

“盘店的钱,主要是父母向信用社贷的款。”小钱说,自己是 2008 年大学

毕业的,毕业后一直在餐饮行业打工。两年来只攒下不到 2 万元。父母是连云港乡下的农民,一年纯收入不到 3 万元。

小钱看到别人开餐饮店来钱快,就萌生了创业办餐饮店的念头,希望通过创业改善全家人的生活。他是通过朋友认识无锡新区这家餐饮店的前负责人。出事后,他每周依然保持着和父母通电话的习惯。每次他都是报喜不报忧,压根就不敢告诉父母真相,担心他们受不了这样的打击。



新区法院有关人士介绍,小钱既然和这家餐饮店的前负责人签订了合同,就承担了相应的权利和义务,必须承受强制执行停业的结果。不过,小钱可以通过民事途径来维护自己的权利。这家餐饮店前负责人和他签订合同属于欺诈行为。这样的合同可以申请撤销。

(摘自《江南晚报》)

编后

“创业难,难于上青天!”编完本文,小编忽生此感慨。“创业”二字,看似简单,实则不易甚至充满着太多的崎岖坎坷、艰难险阻——找项目难、找店铺难、贷款难、房租高、经营难、管理难……甚至稍有不慎,还会遭遇花样百出的欺诈,本文年轻的主人公就遭遇了一个“意想不到”的欺诈。面对林林总总的创业风险,小编不得不延续前几期的友情提醒:创业者们,你们的创业途中,不光有明媚的阳光照耀在你们的头顶,同时也有很多的阴霾、风雨、雷电在等待着你们。所以,请你们务必睁大双眼,做好迎接一切困难险阻的准备,为你们的创业路开辟一条光明的坦途吧。

■创业百科 I

加盟:并非一步到位的创富路

现状不乐观的 3 大加盟行业

作为一种经营和投资模式,加盟连锁已呈现出强劲的发展态势,涉及到餐饮服务、美容美发、教育培训等众多领域,加盟的经营方式也已经成功地被市场接受,从零费用到几万、几十万甚至上百万的加盟项目,加盟似乎已囊括了各个行业,只看你愿不愿意迈进加盟连锁这个圈子了。加盟连锁店中成功的不少,但失败的更多。纵观这些加盟连锁的失败案例,原因是多种多样的,但是究其原委,不外乎两方面,一是加盟连锁本身存在漏洞,二是加盟者自身经营不当。下面我们就来看看几个与加盟连锁“亲密”接触过的创业者的亲身经历与感受吧。

司的餐饮项目,店址在烟台市海港路附近。但交完各种费用,把店面装修完以后,总部只是在开业时派了 2 名督导指导了一周。一个月后,在他的再三请求下,总部才又派 1 名督导在烟台指导了 3 天。由于缺乏管理和技术支持,李先生自己又没有做餐饮的经验,该店开业后不到 3 个月就因为亏损 10 多万来了个关门大吉。

NO2 童装

◎创业者:马女士

□目前状态:更换品牌

□失败原因探究:服装“水土不服”

马女士曾经是珠海某童装品牌的加盟商,去年,她按合同规定将 2 万元打进对方的账户,指明购进冬装。不料对方于 11 月发到烟台的却是秋装系列,根本适应不了烟台即将到来的寒冷天气。勉强开业后,她留下部分可以销售的秋装,要求退换冬装,对方告诉她,服装是根据珠海的天气情况设计

的。很显然,对方选择投资加盟对象时不够慎重,没有做兼容性的分析,跟踪服务更无从谈起。无奈之下马女士更换了服装品牌。

NO3 清洁

□目前状态:惨淡经营

□失败原因自我检讨:盲目上马

2008 年年底,孙先生在杂志上看到了某清洁公司的广告。他想烟台的



节越开越多,APEC 电子博览会、果蔬会、美食节……于是他就打电话过去,在听了对方简单而又令人心动的说明之后,就匆匆加盟。直到开始寻找客户的时候,他才发现港城早就有几个资金实力比较雄厚的清洁公司,已经在市场上拥有了良好的信誉,他的营业局面迟迟无法打开。

失败的教训虽然惨痛,但也有不少投资者成为加盟连锁的受害者。他们形象地把寻找适合自己的加盟连锁行业比喻为“相亲”:加盟连锁前要有“门当户对”的思想准备,除有足够的资金外,还要找到一个合适的地点来经营你打算加盟的项目。在加盟连锁谈判中,要有防范意识,严防对方的“婚托”行为。最好能先查到要加盟公司的企业资质,对公司的注册地点、注册资金、公司性质、经营范围等内容详细了解。合同签订前,最好请律师看一下。

(摘自《天下商机网》)

■创业点子 I



“玉米”也有大商机?最近,笔者的好友突然在 msn 上没头没脑地蹦出一句“最近听说玉米行情不错,不如我们一起屯一点吧”!笔者心中大奇,难道继绿豆、大蒜、生姜之后,玉米终于也加入到了涨价大军之中?“国家已经严厉打击农产品炒作啦,你难道想下一个某悟本?”笔者开玩笑地回了一句,谁知好友沉默了一会儿后发了一条链接过来。

“玉米虫”如何赚钱

笔者点开链接才发现,原来此“玉米”非彼玉米,而是网络上对于“域名”的趣称,而发明这一称呼的正是“玉米虫”们。所谓玉米虫,就是英语 Com-bug 翻译过来的,也就是人们通常说的“域名投资人”,他们喜欢把域名称做“玉米”,把注域名称做“煮玉米”,煮完玉米再转手,就是这群“玉米虫”的生

煮玉米也能赚大钱?

学学“玉米虫”的生财之道

财之道。

据业内人士介绍,域名投资在中国始于 20 世纪 90 年代,当时成为“玉米虫”的人只是极少数,而且大多都是学计算机或相关专业出身的人,不过得益于近几年来中国网络经济的水涨船高,域名投资已经从原先的小众化投资变成了时下最热门的投资项目之一。据悉,目前以“煮玉米”为生的“玉米虫”已经不少于 5 万人,甚至有上百家专门从事相关产业的买卖。

200 元转眼“变”数千元

之所以有这么多人关注这一领域,自然与其蕴藏众多商机,而且收益也相当可观密不可分。业内人士表示,按照现行的注册费用来看,注册一个 CN 域名,每年的花费不过 200 多元,成交的域名,价格多在数千元以上,稍微好点的域名,都能卖到上万元、数十万元甚至更高的价格,这种致富的神话不断地在互联网上演,其中最“玉米虫”们所传颂的成功案例无疑要属 Google.cn,这一域名曾被传卖出上百万美元。

无线网址成新宠据估算,一个域名体系下的优秀域名大概在 400 万个左右,随着“玉米虫”群体的不断扩大,COM 域名和 CN 域名下的好“玉米”已经越来越难找。而随着国家对 3G 网络大笔投入的实践,以及三网融合步

伐的加速,无线上网已经成为大趋势。而无线网址的应用也逐渐被大众和企业所知,并成为一种企业品牌资源,因此不少有先见之名的“玉米虫”已经将无线网址当作了新的“猎物”。

对于“玉米虫”来说,最近还有一个令人振奋的好消息。中国互联网络信息中心(CNNIC)修订了 2006 年 3 月 20 日施行的《无线网址争议解决办法》,并已经于 8 月 29 日正式实施了这一修改后的办法。新《办法》明确“出售无线网址”不再被一概认定为“恶意”,只有在“注册或者受让无线网址是为了向作为民事权益所有人的投诉人或竞争对手出售、出租或者以其他方式转让该无线网址,以获取不正当利益”时,才能被认定为“恶意”。

最关键的是,新办法限定了无线网址争议解决机构受理无线网址争议的范围,明确“所争议无线网址注册期限满两年的,无线网址争议解决机构不予受理”,这意味着如果企业对于“玉米虫”手中注册超过 2 年的无线网址有异议的话,只能通过司法裁判程序来主张自己的要求,相比起仲裁,企业无疑要付出更大成本,对于“玉米虫”而言,从中能够获得的利益或许将更大。

“煮玉米”也是技术活

虽然“煮玉米”看似像一件体力活,只要手够快就能抢下好“玉米”。不过,

业内人士表示,Google.cn 的成功让很多新“玉米虫”认为抢注国内外的著名品牌是一条最好的生财之道。但事实并非如此,Google.cn 的成功可能更多是建立在 Google 当时未在中国注册商标,因此仲裁结果对其不利,如果 Google 当时不是通过仲裁而是向法院起诉,结果可能大不一样。而且,随着企业维权意识不断增加,更多的企业选择通过仲裁或诉讼的方式来维护利益。据媒体报道,继金利来、戴尔、施华洛世奇、思科等国外知名品牌相继提起仲裁之后,国内企业也开始加入无线网址争夺战,例如浙江正泰电器就通过仲裁成功夺回被抢注的无线网址“中国正泰”。

业内人士表示,抢注域名只是域名投资中的旁门左道,真正的域名投资是靠眼光来发现有价值的域名,依靠自己的智慧和创意来实现致富目标。一个好的域名一定要有意义,如紧扣社会热点、焦点等等。同时,从商业价值上来说,一个域名给人的第一印象,或者说人们要用多久才能记住这个域名,对于这个域名的升值空间有着至关重要的影响力,一般而言,域名越短越小越好。因为越是简单的数字、字母组合,就越容易被人们记住和传播。此外,如果想要成为“玉米虫”,最好还要对互联网知识有一定的了解,切忌跟风炒作,盲目投资。

(摘自《上海金融报》)



■创业误区 I

“旺铺”开店为何不旺?

在创业的道路上,很多人容易犯的一个错误,就是立项错误,本文主人公郑有亮就犯了这么一个错误。创业专家对郑有亮的创业项目进行分析后得出这样一个结论——如果选择不好经营项目,即使再旺的铺子也很难赚到钱。让我们随专家一起看看郑先生的经营案例吧。

■案例:郑有亮,32 岁,创业前为某知名饮料公司销售代表。为了创业,他卖掉了一套房子,得到资金 20 万元。他选择了某知名地下商业街的负一层 40 平方米左右的铺面,开了一个超市。在他的主观想象中,这个超市应该很火,因为这条商业街离几个学校很近,学生很多;再就是这个商业街也是一个知名的商业街,人气应该不成问题。结果,开业半个月后,他发现每日毛收入只有 150 元左右,超市利润微薄,这样的毛收入根本赚不到钱。

【实地考察】

◎结论:货品不全致人气不旺
接到求助后,8 月 22 日记者与创业辅导专家对郑有亮的超市进行了实地考察。

考察结果如下:

1、客流:8 月 22 日是星期日,记者与辅导专家发现,一上午这条商业街的客流量只有 100 人左右,能够进入超市买东西的多为商场内部员工或者到负二层餐厅就餐的客人,时间集中在中午时段。

2、业态:此超市旁边皆为餐饮经营者,比如汉堡包、章鱼小丸子、麻辣烫,超市只有这一家。相比之下,餐饮商家人气很旺。

3、经营:目前超市的货品不全,多为饮料和小食品,日用品几乎没有,店面布置也过于简陋,给人感觉货物稀少,人气不旺。

【综合诊断】

◎结论:不会借势且经营不善
1、戒除主观臆断。创业者郑先生犯了一个创业者常见的错误,那就是经验主义,主观臆断。作为一个新开业的地下商业街,虽然在黄金地段,不过人气还是要养的。这个等待期也许很漫长,有时要长达一年左右。周边虽然有数个学校,但是超市这种业态在地上已经密布,基本上把客流截断了,这样只能依赖来逛商场的人群。不过这个超市处于地下商业街的尽头,就是说来这里的人多半是要出去的人,没有流通性,比如把超市放在这条地下商业街的中间区域就能比这强多了。客流量是超市这种微利行业的生命线,在开业前,一定得花上相当长的时间测量客流,不能主观想象,主观想象的结果就是失败。

郑先生的超市在这条地下商业街有唯一性,这对于超市这类经营项目是好事,没有了竞争,凭感觉,生意会很火,但是这种小吃密布的商业街,来消费的人群往往是扎堆凑热闹的,按照消费习惯,他们会一家挨着一家地选择吃的种类,即使走进超市,也是买点饮料之类佐餐,而不会轻易消费其他食品或者日用品。

显然,郑先生在选择经营项

目的时候考虑不全面,只考虑了超市这种业态在这里的唯一性,没考虑更关键的一点,在众多小吃档口中,超市的消费者到底在哪里?这就是选择项目的盲目性,没有经过科学评估。

2、创业者要学会借势而为。

举个简单例子,当你逛街的时候,有没有发现一个很有趣的现象,只要你看到了一家麦当劳快餐店,走不远就会在麦当劳的对面发现一家肯德基。那么,为何很多店都是两两出现,它们就不担心自己的生意被别人抢去吗?

在美国,有个流传很广的故事,说的是有两个兄弟在同一条街面对面各开了一家服装店,而外人并不知情。两家店互相竞争,对着干,今天一家打 5 折,另一家就打 4 折,人气给爆炒起来了;消费者以为鹬蚌相争,正可得利了,但竞争的最终结果却是肥水不流外人田,没有赢家,只有赢家,全进了自家人的腰包。

创业者郑先生可以不放弃超市,只不过可以借助小吃街的势头,在自己的超市中增加小吃项目,以借势招揽人气,随着客流增加,超市的销售额就会增高。

【专家建议】

◎调整策略或易址经营

从店面实地考察看,创业者郑先生也确实缺乏开店经验:

首先,他没有选择好开业时间。他选择了周一,这个时间不太稳妥。可以不相信什么良辰吉日,但开业时间的选择是很重要的,要尽可能网罗最多的顾客,造成轰动效果。一般是选在周五与周六开业是最好的,因为一周当中这两天是人最有购物感觉的,也是人流量最多的时候,顾客是有从众心理的,要充分利用。

其次,他悄无声息地开业了,这也是做超市的大忌。超市需要人气,开业一定要有开业的气氛,要让顾客知道你是新开业。开业气氛的营造可以增加进店率,另外音乐也是非常重要的,而且一定是要有动感的音乐,没有音乐的店面是可怕的,开业时当你试着把音乐停下来,人们说话的嘈杂声一下子就凸显出来,大家会一下子显得不知所措,音乐声掩盖了人们的嘈杂声,同时也增加了顾客的安全感,静悄悄的店面让顾客缺乏安全感,不利于放松心情购物。

再次,这个超市没有促销。由于长期养成的习惯,如果开业没有一些促销之类,顾客会不适应;其实并不是要求赠品有多大价值,也并不是要求一定要让利,只要有促销的气氛。

最后,目前零售业竞争激烈,需要经营模式的创新。新店开业,顾客进店,顾客图的是新鲜,而我们则要让顾客有购物的体验;当顾客有了一次在店中购物的体验后,下次来就有熟客的感觉,下次来心情就会放松;这就是为什么我们理发喜欢去熟悉的理发店而不会每一次都去换一个地方。

专家表示,如果郑先生想在这里继续经营下去,就必须在经营项目上做进一步调整,或者干脆转换其他地址经营。

(摘自《黄金路创业网》)