

组织团购 副食老板成功“转型”

蒋中强在沙坪坝区汉渝路开了家小副食店，近3年来，每个月也就两三千元的利润。不过，从去年12月以来，他让自己“转型”做起了组织团购年货的业务。一个多月下来，他赚了1万多纯利。尝到了甜头，他准备春节过后“向团购全面进军”。



人说，专门组织团购的人还很少，今后应该可以成为一个新兴职业。

专家分析：中介服务有商机

其实说穿了，蒋中强做的团购生意就是一种中介服务——对于消费者来说，他是组织者和领导者；而对于商家和厂家来说，他就是客户。

作为从产品供应商到消费终端的中间环节，蒋中强的生意离不开价廉物美同时信守信用这两个要素。网友愿意购买商品肯定经过了一番仔细的比较，只有价格便宜，质量可靠，同时还有优秀售后服务商品，大家才会踊跃购买。其次，蒋中强个人也要塑造品牌和良好的口碑，赢得网友们的信赖，是他的团购生意成功的秘诀。

创富秘籍：他有一双灵活的生意眼

蒋中强在汉渝路本来就有一家面积约30平米的副食品店，开了3年，几乎天天“泡”在生意里，这让他具备了很活的心眼。想出团购年货这个点子，其根源也在于“灵活”两个字。

“比如要过年了，团购年货肯定是热门。遇到情人节，就可以组织玫瑰、巧克力等礼物来卖。遇到重阳节，就可以组织团购老年用品。”蒋中强觉得做生意千万不要“一根筋”，而是要随时留意到消费热点。

不过，蒋中强也还是有不够灵活的时候。前不久热映《阿凡达》时，有网友组织过团购电影票，而他完全没意识到这其中有机可乘，至今还失悔不已。

(摘自《重庆晚报》陈寒星/文)

团购年货开头

32岁的蒋中强从来不相信天上会掉馅饼，但却相信会掉下商机。多年的小生意生涯，最终让他练就了一双“贼亮贼亮”的生意眼。

去年的10月份，蒋中强和妻子加入了淘宝网、小区业主论坛中的“拼购族”，很积极地与网上有相同购买愿望的朋友一起去团购。看到大家开始热衷讨论年货，他就动开了脑筋。“我发现大家都想买便宜的年货，但没有比较专业的人组织和指导，就琢磨着其中也许有钱可赚。”蒋中强说，自己开店久，识货；也知道一些渠道。

想到了就开干。找产品、联系卖家、寻找客户源，不到半个月，蒋中强就成功推出了两次团购。一次是组织12人买城口老腊肉，一次是聚合30多人购买新年家用挂饰。

不过，这两次下来，蒋中强赚的钱并不多。他说：“主要是想培养客户，所以把利润看得很薄，只在批发价的基础上仅上浮了5%。”

赚钱不多但参与者众的现象，让蒋中强坚定了自己的创业想法。进入去年12月，蒋中强开始积极寻找主城区的年货批发商，或者区县的农家，除了腊肉、烤鸭、土鸡、杀年猪外，他也去朝天门、成都荷花池

等与人洽谈团购事宜。结果一个多月下来，他赚了1万多块钱。

考虑到组织团购不像开副食店那样需要资金压货，赚的钱还多，蒋中强的兴头更高了。

一发不可收拾

随着新年的临近，团购年货渐近尾声，蒋中强也开始焦急地寻找更多的团购渠道。当他发现重庆很多外地学生想要采购重庆土特产带回家时，他就组织火锅底料、怪味胡豆、白市驿板鸭、泡椒凤爪等东西的团购。

虽然每件东西只赚取几角钱，但他认为也从中获得开拓市场的能力。“比如有个摄影专业的学生建议我开学时组织一次相机团购，我就觉得这事有做头。”眼下，蒋中强正与摄影器材一级代理商联系，看能否拿到最便宜的团购价。

入行后，蒋中强发现商机无处不在。比如团购国际大品牌化妆品、名牌包、首饰

等。“网上东西质量没得保证，如果能有大商场的专柜作保证，价格又能更便宜，我想应该能吸引更多消费者。”

利润稳定可观

蒋中强介绍，组织团购的利润主要来自两个方面。其一是由卖家在销售总额中分一部分利润出来给组织者，分成的比例不定；其二是从卖家手里拿到批发价后，上浮5%—10%不等后销售给顾客。通常而言，蒋中强采取的是后者，因为更好控制售价，可以吸引更多回头客。

团购者付款则主要通过支付宝或银行付款，沙坪坝附近的顾客则可以直接前往他的店缴纳一定数额的押金，取货时再付全款。

眼下，蒋中强的“业务”越来越好，重百某知名化妆品专柜负责人就正在与他谈合作。该品牌平时从不打折，但因为蒋承诺可以组织5000元以上的购买金额，专柜愿意按零售价的8.5折和蒋的“团”结算。该负责

非凡创意让播客名利双收

当年，恶搞大片《无极》的网络视频《一个馒头引发的血案》，令无名小伙胡戈一夜走红。随后，越来越多的网友把自拍的短视频发到网上。时至今日，他们已经成为一个职业群体——播客。

在人气高的网络视频当中，以恶搞和搞笑的居多，但是著名的播客“猫耳宝贝”却是以中华武术和青春健康吸引眼球。“猫耳宝贝”真名蒋璐霞，是北京体育大学武术学院研究生。她在宿舍里自拍了“猫耳宝

贝”系列视频，《美丽女贼偷福》模仿电影《偷天换日》，影片中的红外线被她换成了一根根真实的红线；《女生版双截棍》里毛中模仿双截棍，被她舞得风生水起……

这一系列原创功夫作品一推出，便成为新浪视频播客频道等视频门户网站的主打推荐，截至目前已拥有2500万的点击率。“猫耳宝贝”本身更是以健康、阳光、向上的形象被誉为“中国第一网络功夫明星”。据说，她已被香港某著名导演看中，目前正在拍摄她的武打新片。

一位业内人士透露，播客收入的差距是非常大的，有的人一夜成名，一年内赚了他可能之前一辈子都赚不到的钱，而更现实的是，原创势力中的一部分人，已实现月入万元。

26岁的播客刘刚去年6月正式入行，创作的恶搞唐僧的视频有30多万的点击率。他说：“像我们和网站签约的，就直接升为三段，点击一次收益是0.004元，如果是加精的视频点一次赚2分。”灵感爆发时，刘刚一天最多能做出4个搞笑视频，现在

共有60个左右了，平均每月有2500元左右收入。

被某著名视频网站列入“原创达人”的周林原本在电视台工作，他把自己拍的几部小短片放上网，没想到一夜之间就火了，有商家主动联系其拍摄广告视频。周林说，最多时一个月可以赚到2万元。

不少播客表示，做播客最重要的是要有好的创意。热门视频并没有多少视频制作技术，只要你有好的演讲和表演天赋，同样可以成为一个播客。(摘自《北京晚报》)

笑脸相迎做生意 顾客才会上门来

在热闹非凡的番禺花市上，店主大部分是年轻人。他们或笑脸迎人，或通过有趣的肢体语言来招引顾客，他们拥有灵敏的头脑、了得的口才，会让你不由自主地掏出钱包买下来。关于创业，相信每位90后的小老板都别有一番滋味。问及利用假期摆花市的感受，几乎每位受访者都毫不犹豫地说了：经过这一次，真正明白了赚钱的艰难。

在增城读大一的小刘是一位长相甜美的女生，一身萝莉塔打扮的她在人群中特别显眼。小刘的档口卖的是精品，她告诉记者，她去年看到别的同学做过，因此今年也跟几个同学合伙也开起了精品店。小刘说，因为开店的钱都是父母给的，所以没想过一定要赚钱，只是觉得放假在家无聊，需要打发一下时间。“一开始只是抱着玩玩的心

态，但精品店真正开张后，想法就来个180度大转弯。”小刘说，每天在店里站十几个小时，除了深刻体会到赚钱艰难之外，最难得的就是培养了自己的责任心。她说，当看到顾客询问自己店里的东西质量是否过关时，自己一下子觉得责任重大，“毕竟这关乎到自己的诚信”。

摆摊的经历也给小刘带来生活上感

悟。做生意要笑脸迎人，顾客才会上门来，才会买自己的东西，小刘告诉记者，她在花市几乎每天都观察其他店铺的店主，她发现只有店主笑脸盈盈，顾客才会更多。她感慨地说，人生大概也是如此，只有乐观去面对他人，乐观地面对生活中的一切，生活才会对自己微笑，才会对自己有所回报。

(摘自《番禺日报》庞丹丽/文)

手工艺礼品店：进货不嫌远但求有特色

番禺区易发商业街上由于销售的是从云南、贵州等外省少数民族地区制造的手工艺礼品，异域礼品店在商场中的经营独树一帜，笼络住了熟客群，开业近3年，生意依然很红火。

向民生需求靠拢

“异域礼品店”的老板金先生年近60岁了，人称“金叔”，在番禺的某机关单位工作。2007年在距单位不远处的市桥易发商业街二层铺位开了一家“异域礼品店”，专门出售云南、湖南等地制作的民族手工艺

产品，该铺位月租金仅3000元。

虽说是工艺礼品店，金先生还是坚持向民生需求靠拢。无论进什么工艺礼品，首先考虑的是其实用性，产品分类很重要。比如说蜡染，蜡染挂毯虽然很漂亮，但用处不大，远没有蜡染桌布、门帘来得实在，那么，就要多进后者，少进前者。

在布置方面，他特意设置了螺旋形的展示柜，将实用性较强的首饰放在了一进店的醒目位置。顾客还可以转动螺旋首饰柜。

坚持工艺品路线

生意打开局面后，在金先生的侄女的建议下，又引入了DIY服务。原来，老顾客多起来后，很多人对于现成的货品都有意见：有人说想用蜡染布做窗帘，也有人说木雕耳环的样式希望改进一下。金先生就想，众口难调，索性开设DIY服务，将首饰、蜡染、背包三个品种拿出来做定货服务。

看到金先生的生意节节走红，不少市内的批发商也想将大众商品推销给他，说：“金叔，反正你现在走的是实用路线，进些我们的货，始终没坏处。”可金先生却想：自己的小店之所以能在众多的番禺精品店中脱颖而出，就是因为卖的是货真价实的工

艺品，比较有特色。所以，生意做了3年，虽然进货周折，但他依然坚持从云南等地采购，打响了小店的名声。

【专家分析】

选址建议

满堂红的罗蕾小姐认为，在广州，可选择天河南二路、天河地下商场、多宝华庭等地投资，花都、增城等地的一线商区也都可择机开设。

(摘自《广州日报》井楠/文)

彭小松：茶楼老板帮人“找茶”

彭小松自称“茶痴”，来武汉前，生活几乎离不开茶。彭小松开茶楼，不光卖茶，还帮人找茶。只要有客人提到，曾在某地喝过一款好茶，再形容出茶叶的形状、口感，他就会竭尽全力去找。茶找到了，客人自然成了茶楼的铁杆拥趸。

3年前，位于中山公园正后门敬和国茗茶楼刚开张，有朋友预言：三个月关门。现在，敬和茶楼不但没关门，还在武汉中心商圈连开6家连锁店，网罗了一大批客户，培养了一个融入企业价值观的团队，“接下来会在省内开连锁店，茶楼是传统行业，一夜暴富不可能，只能细水长流，当作一辈子的事业来做”。

不让麻将桌进门

2008年春，受一位茶友所托，彭小松前往云南梦海县的一个茶园，寻找上等普洱茶。他找到当地最有名的茶农家住下，反复品尝茶农家的茶。为了品懂这款茶，整整两天滴水未进。“茶品懂了，人也醉了，醉茶比醉酒更难。”茶农对他心生佩服，将家里最好的茶叶拿出来请他品尝。

“每次我到外面找茶，都有人盼着我带好茶回来分享。”彭小松得意地说，他有一个专业的找茶团队，就是分布在全国各地的产茶地的茶厂，茶厂有好茶，就会寄来给他品尝。

敬和国茗茶楼没有麻将桌也没有点心吃，来这里的客人，只能品茶。“酒桌上的人

很现实，节奏快；茶桌上的人相对平和，两个有冲突的人，端起茶杯的那一刻，矛盾就会消除一半。”彭小松认为饮茶不仅是一种健康的生活方式，而且更适合商务洽谈，事实上，这种沟通方式也越来越为商务人士所接受。他笑言：“很多女士听说先生在我店里喝茶，都非常放心。”

敬和国茗茶楼没有扎堆崇仁路茶市，而是将店址在选航空路新世界、水果湖、常青花园等商业中心或大型社区，直指中高端消费市场，客源充足。

进校园传播茶文化

“中国的茶文化源远流长，我希望在卖茶叶的过程中，也将茶文化传承给下一代。”彭小松说，现在的小孩对茶的理解多为统一、康师傅等瓶装茶饮料，而真正的茶文化和礼仪知之甚少，如此发展下去，茶叶

市场的发展会越来越难。为此，他曾多次走进校园，开展以茶为主题的班会。

去年底秋冬换季之际，甲流盛行，有报道称，喝茶可以有效预防流感，抵抗H1N1病毒的侵袭。10月下旬，育才二小六年级7班举办了一场以茶为主题的班会，彭小松以茶文化研究专家的身份受邀参加，讲授喝茶的礼仪和泡茶的方法。活动以互动的方式开展，吸引了众多学生参与。

“学生可能没有消费能力，我只是想让他们知道什么是真正的茶，让武汉喝茶的氛围更浓。”事实上，敬和国茗茶楼在水果湖二中的专卖店租金高，销量不及其他店，可彭小松还在坚持经营，只要有学生进店，店员都会递上一杯茶让他们品尝。这些看似与经商无关的“小动作”，让更多人知道并走进敬和国茗。

(摘自《武汉晨报》陈小敏/文)

两个美专女生的创业路

寻找特长与市场的“交集点”

“2008年毕业后，我的同学五湖四海。除了个别留学的，考研的，其余大部分去了沿海城市。大家都抱着拚命的憧憬踏进了那些炙手可热的城市。而我，回到了家乡随州。”毕业于湖北美术学院服装设计专业的张婧说，怀着对家乡的依恋，自己开始了在家乡工作与创业的历程。她梦想当一名优秀的服装设计师，可没有找到实现梦想的平台。退而求其次，凭着自己对服装独到的艺术眼光，她接过了一个小服装店，把人家几年亏损的店面开得红红火火。钱，赚了不少，她却迷茫了：读了四年的大学，难道就是为了当一个服装店的老板？她将服装店转了出去，到一家民办高中当起了美术老师。但不久，她发现那种程式化的生活并不适合自己。

2009年，卢玲玲也从武汉理工大学展示设计专业毕业，回到了随州。两个学美术的好朋友一碰头，发挥专业特长、自己创业的火苗就闪了出来。

做什么好呢？一期中央电视台“交换空间”的节目给了她们灵感：我们不是也可以在墙体绘画、家居美化上找到市场？她们开始了市场调查，几乎寻访了随州所有的房屋装饰公司，发现现有的墙面装饰方式，无外乎墙纸和液体壁纸，而墙纸不够环保，保持时间不够持久，易受潮；液体壁纸花色单一，模式化，缺乏灵气。而手绘墙画，可以根据不同的家居环境，进行设计搭配，画师通过现场勾勒和调色，最终完成的作品，更能彰显主人的欣赏品位和情感表达，更能营造一种文化氛围和与众不同的个性空间。

墙体手绘，在北京、上海、武汉等城市已很流行，随州人会接受吗？她们印制了自己的宣传单、样本册，跑小区，跑新开的楼盘，让人们了解墙体手绘这一新兴事物。又在自己家的墙面，绘制了一些作品，带一些潜在客户到家里观看实际效果。

市场的大门慢慢打开，“怪怪手绘坊”开张了。她们创业的“第一桶金”，是400元。

锤炼的不仅仅是“艺术”

在店面的选择上，她们也颇具“匠心”：虽说墙绘可运用于室内外装修、室外公益绘画、大型酒店商业会所壁画等，但想到自己主要的客户群体还是年轻的家居装修者，于是她们选择了澳门街灯具市场的一个店面，人们在房屋装修、购置灯具的时候，无意之间就可以看到这么一个独树一帜的“怪怪手绘坊”。

有了店面，她们感到自己更像“正规军”，给客户增加了信任感。主动出击，市场宣传、拜访客户，使她们把握市场更具主动性和灵活性。同时，她们也学会了合作，与许多装饰公司“互补”，把自己的墙体画推到房屋装修的总体计划之中。

在“摸爬滚打”中前行

说起她们的“第一桶金”，400元带给她们的，似乎不止4万元的喜悦。客户也是一个年轻人，房屋已经全部装饰好了，马上就要入住，但是觉得电视背景墙缺了些什么。她们根据他家的装饰风格，设计了几个方案，屋主选中了金的藤桌、木棉花。她们兴奋地开始了画画，把自己的情感都倾注到每一个线条、每一块色彩中。当木棉花画完之后，比大家预想的效果还要完美：金碧辉煌、活生生的画，与客户家的电视背景墙融为一体。他非常满意，叫了几个亲戚朋友，和楼上楼下的邻居参观。大家赞不绝口，“口碑效应”又给她们带来了一些客户。

但市场不总是风和日丽，也有阴沉沉电的时候。有一个客户起初看了她们的作品很满意，要求绘制整套的天花板图案。对于她们而言，那是一个2000元的大单。她们精心准备，兴冲冲地拎着画具前去开工。可客户却提出了新的要求，大量地增加图案，但价格不增加。她们刚说：“在天花板上画画，真不容易……”对方就怒气冲天地训斥起她们来：你们做生意怎么这么不灵活，不知道变通？就这墙绘加点图案怎么了……她们不喜欢带着不愉快的情绪作画，而选择了放弃，默默地离开。

虽然有些失落，但她们也从中学认识到，在创业的“摸爬滚打”中，应该学会面对形形色色的客户，应该不断地磨练自己的意志与胸怀，从而成长与升华起来。很戏剧性的，放弃了那个“大单”之后，一下子来了4个真正的大单，而且，她们画得很愉快。

(摘自《随州日报》张顺/文)