

东西没用坏，但又想买新的，旧的东西该如何处理呢？2006年从重大计算机专业毕业的李力就发现了其中商机，专门开了一个二手商品交易网站。经过三年多打造，这个二手货网站在全国多个城市建立了分站，现在每个月盈利5万余元。

分类网站 摇身一变

2007年3月，李力建立了一个分类网站，原本只想把网站建立一个信息浏览平台，二手货只是其中一个并不大的板块。不久后，李力发现有不少人在网站上发布二手货交易信息，很多网友也乐于来网站上淘宝，这个二手交易板块竟然成为网站最活跃的板块。李力决定顺势推舟，将网站建立一个专供二手货信息发布、交易的专业网站，并更名为重庆二手网。

记者在网站看到，重庆二手网分成电脑IT、通讯数码、房产商铺、居家生活、百货家电、书刊收藏、回收等多个板块，发布了千余条二手货信息，转让手机号、处理工具书、转让商铺、处理沙发等等，图文并茂，内容相当丰富。

李力说，网站实行会员制，免费注册后就可以在上面发布信息或上传商品图片。如果网友不熟悉操作，还有专门的客服帮忙发布信息，操作起来很方便。交易双方可以私下交易，也可以借助网站的交易平台进行交易。

同行合作 优势互补

不过，在建站初期，网站生意并不好，甚至显得十分冷清。李力说，在二手网建立后，他在网站推广方面走了铤而走险的一步：和同行网站建立链接合作。也就是说，别人在浏览重庆二手网时，可以顺利地看到同城、异地相类似的网站，然后根据自己的情况，像逛商场一样货比三家。这不是明摆着把自己的潜在客户往别人网站推吗？李力却不这么想。他说，在把自己的客户推向其他网站的同时，其实也会把其他网站人气吸引到自己网站来。

这样干了不久，到2008年底，网站点击量、注册会员、交易量等都大幅提升。接下来，广告来了，客户花钱请他推介的生意也上门了。2009年，网站开始小有盈利。

尝到甜头 全国开店

网站开始盈利后，李力把眼光瞄向了全国。目前，他已先后开设成都二手网、长沙二手网等多个网站，形成二手市场的全国连锁网站。

在李力看来，这是网站进行资源整合的重要一步。比如沿海城市数码产品更新快，贵州、重庆、四川等地的网友就可以登录沿海的二手交易网，在快递便捷的今天，网友并不一定要从本地购买这些二手货。需要上门看货的产品则更倾向于同城交易，如房屋、家具、商铺转让等，就可以和有购买意愿的同城网友约见，谈成后甚至不需要银行转账、支付宝等方式付款。

创富秘籍 和对手合作不是与狼共舞

在重庆二手网下方，可以看到几十个同城、异地的相类似的网站——专营二手市场的网站。为何李力如此善待自己的竞争对手？他说，和竞争对手合作，正是网站成功的关键之一。

他介绍，网站自2007年3月建立以来，开始一年几乎处于亏损状态，点击量上不去，注册会员少，到平台发布二手信息的人屈指可数……李力认为网站推广已迫在眉睫，但作为资金并不雄厚的网站来说，斥巨资打广告似乎不太可能，他使用一种很多人看来不太聪明的方式推广，也就是与“敌人”共赢。

谁都和竞争对手合作就是与狼共舞呢？李力认为，无论多大的企业，都不可能完全垄断市场，如果能相互协作，其实可以把市场蛋糕做得更大。

(摘自《重庆晚报》陈寒星/文)



“没想到，生活中的一个习惯不仅让我少赔了很多钱，还被天上掉的馅饼砸到了脑袋。”说到“气候经济”，郑州市的服装代理商许先生称得上“获益匪浅”。

他依靠一份坚持了10年的

绘制极端天气“冷暖图” 巧赚天气钱

“中原地区气候冷暖变化图”，不仅获得了厂商的免费代理权，还能在同行们遭遇气候影响的时候“稳坐钓鱼台”，知道顾客要穿什么、会买什么，生意做得总是红红火火。

坚持十年绘制郑州“气候图”

从2000年开始，每次天气变化，别人往家里赶，许先生却慌慌张张向外跑，手里还拿着小本记录，加上时不时拦住路人看看人家穿的什么、问问人家对“变天”的感受，“别人都说我不正常”。

原来，从2000年至今，他对每一天的天气状况都做了详细记录，形成了一本厚厚的“气象记录”，这是一个多年养成的习惯。“虽然气候会反复无常，但这些资

料可以帮助我根据以往的中原地区气候变化预测整体趋势，也许一两年情况不同，但长期必然有规律，这样我们就可以根据气候决定进货的款式和面料，及时提供相应的服装。”他说。

翻开许先生的“气象记录”，每一年的季节变化、服饰需求和市民反映都有详细记载，一年结束，整体数字还被绘制成表格，进而参考往年的数字制作成曲线图，这样就能清晰看出气候因素对于服装销售的影响和指导作用。

厂家“看上”记录免费给代理

2007年，原本帮人销售服装的许先生决定自己创业，拿着东拼西凑的5万元，他敲开了浙江一

家外资服饰企业的大门。

要知道，大品牌的代理可不是那么好拿，除了保证金、代理费之外，光进货的费用就需要几十万元，手头的这点资金一报上去，人家连门都没让进。

但他没想到，递上去的资料当中，气象记录“小本本”吸引了对方，就凭这份详细的气象与服装销售分析数据，人家的态度来了个180度大转弯。

就是通过这本气象调查资料，他仅交了可退还的5万元保证金就免费拿下了河南总代理权，还以货到付款的优惠措施配给了近30万元的服装，“自己想不到能这么幸运。”

“行业气象服务”有商机

尝到了甜头，许先生把自己的“气象法宝”运用到销售当中，不仅用来“止损”，还能增加营业额。

在关于“气象”商机的采访中，很多服装经销商都认为，服装销售的好坏有时候要“靠天吃饭”，“我刚刚进入服装行业的那一年遭遇暖冬，120元进的羽绒服最后全部30元清仓，一下子把资金都赔完了，这个教训太深刻了。”一位羽绒服经销商表示。

“对普通商家来讲，掌握气候变化，也可以带来意想不到的收获，至少可以减少不应有的损失，保证销量。”这是许先生根据气候赚钱的秘诀。

(摘自《河南商报》齐亚琼 纪宇/文)

加盟经营成功率高于自主创业

有统计显示，国内自主创业中小企业成活率不足5%，而加盟经营的成功率在60%以上，因而众多创业者在创业之初把加盟列为首选的原因。

相比麦当劳200万元的加盟费，更多普通人希望通过几万元的本金迅速加盟，从此踏上赚钱高速路。每天电视、网络上都有各种小本加盟创业的信息扑面而来：“零加盟”、“免培训费”、“1折供货”等各种诱人的字眼冲击着人们的神经，也编织成了一张速网：这些听起来不可能的优惠条件靠谱吗？

案例：2000元加盟定金打水漂

存了4万元钱后，在普洱工作的谭悠(化名)再也坐不住了，她不想每天朝九晚五地上班，开家饰品小店是她的梦想。可自己毫无经验，周围的朋友也没做过这行的，怎么起步？她把这个问题

交给了网络。在“U88”商机网上，她选中了一家总部在广州的饰品公司，通过多次沟通，她先交了2000元定金，“听说加盟名额很紧，要先交定金占下名额。”就在她想安心等待开店时，她在广州的朋友替她去考察了这家公司的下属加盟店，朋友支吾的语气让她又放弃了，代价是损失2000元钱。

市场：加盟品牌推广火热

记者以中小投资者的身份，从商机网中选取了几家处于“精品推荐”的加盟店进行咨询。问了一圈下来，第一感觉是：这些加盟店都太热门了，你不早出



手，过了这个村就没这个店了。

当记者拨通一家冰淇淋加盟店的热线时，对方很有礼貌地说“一会儿回电给你”就挂了，等记者过了半天重新打过去，这次接线员说：“热线太忙了，稍等。”后来好不容易接通，热线小姐语速惊人，因为“还有很多客户等着咨询”。据介绍，他们的公司2006年在广州成立，发展迅速，仅上个月里，在重庆就加盟了七八十家连锁店。这家公司同样是免加盟费的，关于公司如何盈利，她介绍说：“靠赚取加盟店进货价格和生产成本的差额。”

分析：“零加盟”并非不可能

“零加盟”并非不可能。”云南省市场学会副会长聂元昆说。连锁经营中规模经济带来了效益，大大降低采购成本、物流费用、品牌宣传费用和研发培训的费用，是外行进入一个行业最快的办法。“比你自己去探索要快

得多。”

对于“零加盟”，他认为不收加盟费特许人也不一定亏，“他通过卖给你产品、设备，已经可以赢利了，何况你自己开店的一些固定成本，比如租店面、水电费都是你自己出，然后打他的品牌，对于其他加盟者来说，就是个活广告，特许人何乐而不为呢。”

专家观点 可复制的模式是关键

如何选择加盟店，像谭悠一样，很多小本加盟者看重的是产品如何、怎么入门、怎样赢利？聂元昆认为，加盟店最关键的是它的业务模式。

“我所说的业务模式，包括特许人的产品、服务、管理、市场等一系列内容。”他以肯德基为例，它有一套完整加盟制度、管理制度、它会对加盟者有一个很系统的培训，再外行的人按照这样的培训大都能成功。

(摘自《云南网》)

大学生创业盯上校址 搬迁商机

纷纷筹备到新校区周边搞餐饮或开中介

东方学院将在今年9月份落户浙江省海宁市长安镇，于是很多大学生就把创业眼光瞄向了新校区，纷纷筹备到新校区周边搞餐饮或开中介。

“我已经在新校区周边看中了儿间店铺，请问投资什么项目比较有市场前景，前期要做好哪些准备？”日前，在东方学院举办的创业导师交流会上，学生们竞相提问。一听学校要迁址，很多准备创业的大学生从中悟到了商机，纷纷开始投资起新校区周边的店铺，率先抢占起了“地盘”。调查发现，目前在东方学院中，有将近一半创业学生已经决定投资长安镇，这些人中大部分

人锁定了餐饮业，卖各式小吃、开小饭馆、经营面包坊成了很多学生的首选。

蒋勇才是东方学院08财政专业的学生，如今他已经在新校区附近租了一间20多平米的铺子，前期准备工作已经完成的他即将开一间奶茶店。“卖奶茶，风险小，投资成本低，收益高，而且还可以外送的方式销售。”小蒋介绍说，为了确定好的项目，他跑到了下沙、小和山这些高校聚集地，发现学生每天消费最多的就在“吃”上，而且需求还很稳定。

当然，也有部分大学生把创业的起点定在成本较低的中介行业上。李龙超是市场营销专业

的学生，从大一开始就热衷创业的他却遭遇了资金的瓶颈，不得不放缓创业的脚步。今年的春季校园招聘会上，李龙超意外地发现很多大一、二大的学生对于项目推介会上的兼职非常感兴趣，很多学生还现场报了名。“这给了我很多启示。”李龙超说，“学校搬迁是一个很好的契机，新校区地处偏远的郊区，缺少兼职服务机构，但大学生想做兼职的特别多。在这里开中介竞争少，市场大。”

出于各种考虑，李龙超决定办一个家教中介。为此，他制定了详细的计划，第一步：进驻学校的创业实践基地，拥有一个办

公场所，省去租金；第二步：通过校园广告，招聘大学生家教和校园代理；第三步：到长安镇上做宣传，下当地农村发名片和传单。当掌握了客户资源后，就可以营业了。这样一来，除了低廉的宣传费之外，其他费用几乎为零。

“在新环境下创业还要善于做市场调研。”东方学院法学院邵培璋老师说，“只有充分了解消费市场的需求，才能采取针对性的措施，投资有价值的项目。”他还特别提醒大学生，在竞争激烈的情况下，提升服务质量和树立良好的品牌形象尤为重要。

(摘自《黄金路创业网》)

脱下军装去创业 “揉”得茶香飘万里

现年37岁的韦思华是一名武警退伍军人，家住叙永县叙永镇红岩村。21岁退伍时，他并没有像其他同龄人一样外出打工，深思熟虑之下，他决定要用自己的双手在家乡闯出一片天地。“功夫不负有心人”，事实证明，通过自己的艰苦创业，韦思华已经实现了他的梦想——他有了自己的茶叶加工厂，每年可加工商品茶7万多斤，年利润达15万元以上。

跑乡镇摆地摊 铺就销售市场

韦思华所居住的红岩村位于四川省省级风景名胜区丹山脚下，村里几乎家家户户都栽有茶树。但早在2003年，红岩村内的制茶大户牟德猷因年老不再加工生产干茶后，村民的茶叶销路便进入了困境，有的村民还准备将茶树挖掉。当时，韦思华意识感觉到致富的机会来了，虽

然在那时没有制茶技术，但他明白村内的种茶优势：土地肥沃，雨量充沛，海拔适中，无污染源，并且终年云雾缭绕，极宜发展名优绿茶。

思路明确了，韦思华说干就干。2004年，韦思华通过多方努力，筹集资金25万元，到乐山购买了全套制茶机械，创办了红岩思华茶叶加工厂。

工厂生产初期，韦思华除了聘请原来牟德猷茶厂里的工人外，自己还多次向农业局等相关技术人员请教制茶技术。“那几年的生活真的不堪回首。”谈起建厂之初的感受，韦思华说：“那两年我晚上在家熬夜制茶，白天到叙永的县内各乡镇摆地摊卖茶，一天下来基本没有睡觉的时间。”

韦思华坦言，也正因为那两年到各乡镇摆地摊，与各乡镇的零售商建立了可靠的销售网络。目前，韦思华的茶叶每年生产的茶叶就有近6万斤是通过各乡镇的零售商销售出去的，此销售

量就占了80%。

包茶园钻技术 严把茶叶质量关

“我的茶叶完全没有库存的。”韦思华介绍说，他在叙永县城内已有他的茶叶专卖店，乡镇零售商需要代销的茶则直接到车站把货发出去就把买卖做成了；而卖到300至480元不等的高端产品“毛峰”、“毛尖”，已被经销商远销到了广州、上海等地。

为什么韦思华的茶叶如此畅销，据韦思华透露，他从制茶必需的原料鲜茶叶开始把关，再用先进的制茶设备及技术确保茶叶质量。

韦思华原本只有大约2亩茶园，为了得到合格的鲜茶叶，他便向村民承包了150亩茶园，每逢茶叶生产季节，再让采茶工人按照一定的标准进行采摘。在制茶设备的投入上，韦思华采取



“逐年添加设备，步步为盈上台阶”的思路发展工厂业务，他以每年投入10万元改善工厂设备。如今，他的茶叶加工厂已经有了一条集茶叶生产、加工、包装、销售为一体的生产线。

“今年我投资了30万元进行工厂升级改造，冻库已经修建完成，这段时间正准备扩建厂房。”韦思华说，到明年他将会迎来一个新的发展台阶。

(摘自《四川在线》胡润林/文)



“吃亏也是福” 开网店三年 80后小伙身家近亿

2007年400万元、2008年2000万元、2009年5000万元、2010年目标是1亿元！这是一组年度销售数据，创造这组跳跃式上升数据的是佛山的一个网商。这名网商就是林佐义，其在淘宝上开设的店铺——“林氏木业”仅三年时间就实现了销售额的疯狂增长，林佐义也由一个身无分文的穷学生变成了身家近亿的富豪。

起步：“挪用”学费当创业基金

1985年出生的林佐义看起来比许多同龄人更加沉稳。他介绍说：“我在广州白云工商高级技工学校读的是计算机专业。一直以来都想要自己创业，所以同学们忙着找实习单位时，我却自己来到佛山筹钱开设了一家小型网站建设工作室。因为女朋友在乐从帮家具店做事，所以我就从家具网站建设的市场分析入手。”不过，工作室的生意并不好，近两个月的时间里只接了一个订单，交易价是1500元，对于未来，那时的林佐义充满了迷惘。

“那时候手上也没有资金了，只好把1.1万元的学费拿来当创业基金。到了第二年，我赚了钱，才把学费补给学校。”说到这里，林佐义不好意思地笑了。

工作室业绩不好，为生活所迫，林佐义不得不考虑后路。他无意中发现在网络上销售家具也许是一条新出路，再加上在淘宝上开店不需要成本，所以他决定在淘宝上开网店卖家具。2007年5月，林佐义的网店正式开张了，取名“林氏木业”。

首单生意：亏了200元

“网店开了大半个月，才做成了第一单生意，是深圳的一个买家买了一张玻璃餐桌。我进货是400多元，结果被他以200多元的价格给买走了，亏了200块钱。不过他也是在淘宝开网店的，卖的是灯具，他教了我很多网上销售的技巧，对我帮助很大。”经过几个月的努力，2007年底，林佐义的网店订单开始激增，同年10月他就注册成立了公司。

网店发展：两年后成为行业龙头

随着交易信用等级从“一心”到2个月后的“一个钻”，12个月后的“五个钻”，一直到2009年3月的皇冠。林氏木业在林佐义的管理下终于做到了淘宝家具类行业销售的龙头。

2009年2月，林佐义设立了工厂，转型成自产自销的形式，目前工厂约有300名员工。“自己生产，利润空间就更大了。我们今年的目标是实现1个亿的销售额。”林佐义对未来的发展信心满满。

(摘自《大学生创业网》李丹丹/文)