

# 在线创意定制 火了礼品网店

逢年过节，各种复制短信、雷同贺卡、相似礼品难免会因太大众化而使其中蕴含的心意大打折扣。如何让礼品既不“撞衫”，又富有创意？沙坪坝28岁的陈伟，自创个性礼品网站“玩趣网”，以顾客在线创意定制的方式，让礼品个性化、独一无二，网站上线不到3个月，每月纯利轻松过万。



18个加盟店，但随后，因跟风太猛、创新不够而告失败。

沉寂两月，陈伟打算从头再来，去年底，他在淘宝网上开了家怀旧礼品店，专营搪瓷杯、艺术火柴、个性补丁等小礼品，过程中，有不少顾客希望能够量身定制，比如在杯子上印上自己喜欢的图片或文字，但由于订制成本高，他不能满足顾客的这种个性愿望。随着顾客抱怨的增多，陈伟从个

性定制逐渐发现了商机。

## 设立玩趣网 顾客在线DIY

利用自己学计算机的专业优势，今年2月，陈伟自创了重庆第一家在线礼品定制网站——玩趣网，网罗手提帆布袋、抱枕、鼠标垫、马克杯、T恤、运动水壶、拼

图、咖啡杯等诸多主题家居用品。顾客DIY（英文do it yourself的缩写，意为“自己动手做”）的方法非常简单，玩趣网站有自行开发的模板，能将顾客的创意设计任意印制在各种礼品上。

为此，他在九龙坡租了上百平方米场地，投了3万多元买来曲面机、烫画机等设备，搞了个小型加工厂，生产顾客订单产品。并在1—3个工作日内按顾客提供的地址，将礼品快递到家。买家可货到付款，也可网上在线支付。

## 订单翻了番 集思广益滚雪球

一个普通变色杯只值5元钱，如果在杯子上印上“爱你一辈子”或个性贴图后，这个杯子就能卖到25元。陈伟称，此前网上卖成品，每月销售额最多不过5万元，而开通在线礼品定制后，销售

额一月翻番，接近10万元。节日更是个性定制的旺季，今年情人节期间，玩趣网刚开通就接到上千个订单。

“前期做的是我个人创意，下一步，我打算集纳更多网友创意，将生意做大。”陈伟告诉记者，最初为了推广网站，他把许多顾客的创意产品图片挂到网站宣传，没想到很多买家看了喜欢，要求照做。因为涉及到版权，他每次都要先咨询原创者的意见，没想到原创者加价一半，也有顾客愿意买。

这让陈伟有了新发现，他决定要让网友的创意变成钱。陈伟称，他打算学习淘宝网，在网站上免费开通一些个性店铺，顾客注册成会员后，可以申请店铺卖DIY的创意礼品，由他的工厂代为加工成成品，网站只收取成本和加工费，更多的利润，则让会员自己和顾客协商定价，赚多赚少自行解决。

（摘自《重庆晚报》 刘海燕/文）

## 青睐独一份 个性礼品成时尚

一年前，陈伟是风靡主城区的懒人用品店创始人。他瞄准时尚白领，在网上搜罗创意家居用品并打包推销，不到一年就发展了

谁都希望自己开的店铺是少数赚钱店铺中的一员，但在众多小卖家中，生意不错并能真正赚到钱的店铺其实不多，而刚刚开店2个月便盈利2万元的漂亮女孩影儿却做到了。让我们来分享一下美女影儿精明的经商之道吧！

## 创业有道：精明女孩月入过万有绝招



### 【成功的市场定位】

影儿常年买衣穿衣的习惯，为其开店的定位做好了准确的铺垫，因此开店之初，她就将自己的消费群体定位在低档市场，抓住了人们爱猎便宜的心理。而她多年逛街的经验，已培养出十分敏锐的眼光，对潮流与时尚的把握也很到位了。影儿说，低价店往往很能聚人气，消费者觉得低价店的门槛低，所以愿意主动走进来看看、逛逛；对初入行者而言，是一个不错的选择。

### 【成功的销售方式】

影儿做的是散货，也就是零售货。店里的服装都是明码标价，所以讲价的人很少。对于一些利润比较高的产品，影儿也能接受顾客的还价，但是不多，一般也就二三块左右。对于那些极少的滞销产品，影儿往往能采用当机立断的形式给

买家10元左右的优惠。这些方法既很实用，又不会压资金。

### 【成功的第一次进货】

古人云：一鼓作气，再而衰，三而竭。一炮打响很重要，新店大家都会因好奇来看看，款式好又经济就马上能建立起口碑，所以影儿对第一次的进货特别重视，所有的货品都是影儿精挑细选出来的“杰作”。

### 【敏锐高超的眼光】

影儿的店铺是每星期进一次货。影儿说，很多同行进货，是根据淡旺季来进货的，淡季的时候就很少去进货，而等到旺季的时候才去进货。影儿却不这样做，她说淡季的时候可供挑选的服装比较多，自己去进货的话，就更能挑选到满意的款式，如此一来，自己的服装店就更胜同行一筹了。

（摘自《青岛新闻网》）

采访买铺达人易伟文时，得知他女儿准备明年出国留学，但记者从他的笑声里听出了轻松：多年来搜罗的铺面给他带来每年近50万的租金回报。

## 买铺达人细数赚钱经 13年淘9家店铺 年收租近50万

受小说《美食家》中的男主人公收租的启发，1997年，易伟文在郭茨口选购1间底铺，很快获得租金回报。随后几年，他先后在大武汉家装、汉阳等淘下8个铺面。按市场价，他如今的铺面价值已近千万，是原来投入时的三四倍。

如今，他仍在选铺，但难有出手。他表示，和当年相比，目前不少铺面存在价位高、户型大、租售比不合理的问题。

按易伟文多年的经验，如果铺面售价1万/平米，月租金要达到45元/平米，才能获得最基本的回报，“现在的铺面动辄几万元

一平米，风险增大不少”。同时，面宽在3.2—3.6米的铺面，进深不宜超过12—15米，可现实中多数已达到20—30米。易伟文说，这会对出租造成不小困扰。

易伟文支持有资金实力的人选择买铺投资，对于铺面的选择，他更看重专业市场，“有专业人士统一规划、招商、经营，更容易形成扎堆效应，胜过个人单打独斗。”易伟文坦言，他所购铺面中，大武汉的铺面投资回报率是其他商铺的一倍，而且未来发展前景更大。

（摘自《武汉晨报》）

## 整村农民网上卖羊绒 年销售最高已超千万元

### 菜鸟成了优秀创业青年

刘玉国就是这个村子400多户人家中最早并带领大家利用网络创富的。虽然只有初中毕业，也不懂得开网店的任何技巧，曾被买家称为“最菜的菜鸟”，但是如今32岁的刘玉国已被评为了当地的优秀创业青年。

见到刘玉国，发现他比村里人更讲究一些——颇有质感的衬衫、电脑旁随意放着的香水以及他那10多元一张的“金名片”。刘玉国坦言自己的一盒名片要花掉1000多元，但是这在他看来是值得的。他说：“以前把名片递过去，人家有时都没有看就直接扔掉了，所以后来自己有钱了就印了各种各样的名片，像这种‘金名片’对做小生意的人来讲是最有效果的。一是接受名片的人不会随意扔掉这么贵的名片；二是这是身份的象征，很容易得到合作伙伴的信任。”从16岁就开始闯荡社会、接触羊绒纺织的刘玉国，如今已总结出许多交易小门道了。

### 村子里的小富翁

从年赚2万元到年赚数百万，转变源自2007年底。刘玉国在叔叔的鼓励下，试着在淘宝网卖自家的羊绒裤。

其实，在“触网”之前，刘玉国的收益并不好。1997年，刘玉国在一家百货公司开了一个羊绒衫精品店做销售代理，没想到辛苦攒下的20多万元竟被自己信任的朋友骗了。之后，刘玉国回到清河再次创业，到2007年，刘玉国的羊绒加工厂已经有20多名员

工了。但是由于自己生产的都是低附加值的产品，剔除日常开销外，每年只能赚一两万元。

就在这时，刘玉国的叔叔看到其他人在网上开店很赚钱，于是鼓励他在网上也开一个店。抱着试试看的心态，刘玉国借了一台数码相机，拍了几张简单的照片放到了网上。没想到，竟然第一天就开张了。“当天就卖了435元。”如今的刘玉国还清晰记得，“网上交易省下了中间商的费用，利润一下子提高很多倍，当天就赚了200多元。”这大大激发了他的热情，一年后，刘玉国网店的营业额已经超过实体店。

### 从实业到网店

看的人多，买的人少。在创业一年多的时候，刘玉国发现，虽然自己的店面每天浏览量很高，但是交易额却并不高。

朋友的一句话点醒了这个聪明的年轻人。朋友说：“你可以只做羊绒线啊，让自己在一个专业领域内成为第一，这样可以带来很高的人气。”

刘玉国先是调整网店的目录，将主要业务集中在羊绒线。在看到有效果后，他又调整了自己的工厂，把生产羊绒裤的机器全部都给了亲戚，自己专门做羊绒线。“2008年做完调整后，如果在淘宝网上搜索羊绒线，10张图片中有8张都是来自我的店，因为那时专门在网上做羊绒线的店太少了。这样，有心想买羊绒线的人一搜就会找到我的店，交易额增长得非常快。”刘玉国得意地说着自己当时的决策。

## 创业，需要坚持 大四女生开了两家服装店

“年轻没有失败。如果想创业，别为退缩找借口，能力都是锻炼出来的。”毕业前，大四女生陈娇娇决定自主创业，在泰兴城区开了两家服装店。经过近一月的打拼，生意开始走上正轨。

陈娇娇家住泰兴城区，就读于福州大学英语专业，正读大四。今年初，当同学们四处投简历赶场子参加招聘会找工作之时，陈娇娇开始思考就业问题。“是打工呢，还是自己做老板？”此时，一位同学初涉社会的工作经历促使她做出了自己的选择。

班上有位浙江籍同学，家境优越，但她很独立，不愿意依赖父母生存，临近毕业时自己在福州找了家公司上班。实习期，月工资只有1000元，除去400元房租，再加上生活费用，有时连一钱钱的公交车都舍不得坐。每夜夜深人静，这位同学就打电话给陈娇

娇诉苦，经常泣不成声。“你为老板赚了100元，老板才会给你10元钱，与其这样亏待自己还不如自己当老板。”陈娇娇想开店。父母认为开店太辛苦，建议陈娇娇找份轻松的工作。

经过几天的努力，陈娇娇说服了父母。陈娇娇决定开家女装店，资金成了第一个难题。她先申请了20万元创业贷款，又向亲朋好友借来十几万。

做服装就要做好品牌。陈娇娇利用广交会的机会南下广州寻找商机。经过一番筛选和谈判，她最终成为一个国际女装和一个国际童装的泰兴总代理。

开头一帆风顺，考验在后头。店面装修结束后，一批货从广州发来了。那晚下着倾盆大雨，陈娇娇独自开车去汽车站将货运回店里。晚上10点开始整理服装，一

### 将流量变成买主

做了10多年买卖都没买车，开了两年网店竟然买了3辆车。村民们开始琢磨了，他能开网店，自己为什么不能开呢？就这样，清河县的东高庄村竟然在刘玉国的带领下，成为一个名副其实的“淘宝”村。淘宝网、易趣、拍拍都成了村民们的阵地。

谁都没有想到，网络竟改变了多年的发展模式。“以前发一箱货物的利润也就是500元，而现在利用网络，利润至少可以达到两三千元。”

### 创富秘诀 为获人气舍得砸钱

其实，在刘玉国之前，已有一些村民在网上卖羊绒制品，不过，他们的规模并未发展起来。“舍得砸钱”是刘玉国的成功诀窍。

首先，刘玉国打出与其他网店不同的退钱口号——承担邮费。“其实，遇到退货的情况非常少。所以这个承诺打出去以后，增加了人气和信誉”。

而最重要的是，刘玉国决定花钱做广告。刚踏入网店经营的刘玉国真舍得花钱，2009年他在广告上最少花了几十万元。例如，他在淘宝网上用一个名为直通车的推广工具，一天的广告费最高的时候要8000多元，最少的时候也需要投入2000多元。刘玉国说，这样的投入使自己的人气直线上升，是在2009年突破千万元的助推器。

（摘自《北京晨报》）

## 扭转晚上旺白天静的局面 咖啡店妙招聚人气

相信不少咖啡店的经营者都会遇到这样的情况，不是说咖啡店生意不好，只是比较极端，晚上的时候顾客很多，有时消费者来到见座满不得不转场。然而在白天，又门可罗雀。本来不大的咖啡厅，如何才能完全吸纳晚上的客源之余又再发展一些白天的顾客，成为像Mike这样的经营者所要解决的问题。

三年前，Mike开了一家咖啡店。在开店之前，他了解到番禺小规模经营的咖啡店，一般都开在商业区内市场饱和之余，房租还很贵，很难抢到手。所以他将目光转移到小区内。选这个位置开店，首先房租相对便宜，而且Mike发现，小区内住着不少外国人，他们都喜欢找有情调的咖啡店，喝杯咖啡休息一下。

因为感觉到这班客人都是识货之人，为了留住他们，Mike选的都是比较好的咖啡。他还坚持，宁愿用贵一点，例如AA级，甚至用AAA级的咖啡，但是零售却定在B级的价钱。而真正懂喝咖啡，又觉得性价比高的人，其实不多，所以店铺的价钱很大众化。Mike说，这样做可以留住识货的客人，而对咖啡不太了解的人，他就希望用便宜点的价钱，令他们更容易接受，赚到人气。

结果咖啡店晚上的生意确实不错，但是在白天，店铺的人气还是差了一大截。面对白天冷晚上热的情况，Mike专门请了一些学营销的朋友帮他想了几种办法。

**妙招一：门面要营造神秘感。**例如门口透明的玻璃门可以用一种蓝色的纸，类似太阳膜之类的封起来，再挂一个灯饰，告示路过的人店铺在营业中。在白天摆一个这样闪的东西出来，别人很远都能看到，也就起到吸引人的作用了。另外，Mike的店铺，招牌不够突出，所以要在门面上下功夫，增强神秘感，吸引更多人的关注。

**妙招二：设定目标消费人群。**想做旺白天生意，咖啡店最好将周边的白领，设定为店铺白天的目标消费人群。而能够白天来的，一般是在附近工作的，他们有时候也需要放松一下，休息一下。不过要让这些人知道有这样一家店，就需要宣传，例如印一些比较精美的名片，将店名地址和经营的品种写上去，然后到附近的商务楼派给商家。

**妙招三：推广咖啡文化。**记者发现，Mike能煮得一手好咖啡，因此他更需要发挥在咖啡方面的专长，多和客人交流，向他们介绍如何喝咖啡，将散客变成常客，这样生意才会做长久。

（摘自《番禺日报》 简锦仪/文）

这个夏天，杭州街头、高校流行起“闭眼主义”系列T恤，这种以涂鸦方式表现各种闭眼表情，以其设计新颖、款式前卫迅速在学生群体内走红。

## “闭眼主义”T恤 涂鸦涂出前卫走红 月销500多件 年销售额近百万元

说起它的创意者李俊、林建苗、叶茂勇等三人，去年他们还是浙江大学城市学院、浙江树人大学的学生。2009年4月，他们注册了杭州品沃有限公司，创立了品凡优衣服品牌，开始了大学生创业的征程。公司成立之初，工商注册费用全免，办公租房政府补贴，学校给予创业基金支持，这些来自政府和学校的关怀让他们信心十足。

立足大学校园是他们创业的根本，从创立人到设计师，从客服人员到策划营销，从广告模特到专职摄影，还有他们的目标消费群都定位在大学校园内。一年过去了，从公司创业时的3个人，到目前壮大为全职员工8人，兼职员工10余人。从当初两三天才卖出一件，到目前通过网络销售和实体店周边实体店销售每月500多件的稳定销量。一年来总销售额近百万元，纳税近3万，交出了大学生创业的满意答卷。

（摘自《浙江日报》 钟昊 戴笑/文）