

C4 财富情报·创富智典 | CHUANGFUZHIDIAN

巧施“移花接木”术 每月可赚万余元



汽车膜家用效果蛮不错

王波的店位于渝中区和平路万意装饰批发城负一楼,约40平方米,装修精致,一进店,就能看到一玻璃膜展示架,上面张贴着各种颜色的膜,硕大的广告宣传架摆放在入口处,鲜艳醒目。

王波最初只是在外地从事门窗安装的工人,有一次去一家装饰城,他路过一条特殊的走廊——走廊两边的玻璃正在被上千瓦的灯光烤炙,贴了膜的一边与没贴膜的一边相比温度低了很多。这个走廊其实只是一

款车用膜做的形象展示,但王波却从中发现了另外的商机。

重庆的太阳光强烈,为什么不把这个产品引入重庆市场?2008年初,王波开店了,着手把车用膜引入家用,先将产品在亲朋中试用,王波发现,车用膜用于家里的窗玻璃,能使房间温度降低3~6℃,而且还能像车膜一样起到隔离紫外线、私密防窥、提升空调能力、安全防爆等作用。

顾客有讲究 知识分子多

将一个陌生的消费习惯推广开

高温天气让人防不胜防,即使在家里,阳光也可透过玻璃释放出巨大热量。不过,高温季节也催生商机,来自万盛区南桐镇的王波就在全市轰轰烈烈展开一场居家玻璃窗贴膜“大战”,生意还不错,这个季节每个月净赚1万多元不是难事。

来不是一件容易的事,2008年的家用贴膜市场远不像今天这样成熟,当时很少有人能接受这种新产品。家里的玻璃就是要亮堂、采光好,没事贴什么膜啊?一次性贴膜要花近千元,把这些钱拿来当电费开空调,也能对付七八年吧?对此,王波决定从营销方

式上打开缺口。

高档小区是王波关注的主要对象。王波发现,高档小区住户有两个特点,第一是消费水平高,乐于尝新,只要产品确实有隔热效果,他们舍得花钱;第二个特点是这些小区的人互相大都有网络联系,喜欢网上交流消费经验,一旦突破一个,容易带动一群,原始客户成为免费“活广告”的几率极高。同时,王波还推出“连带消费”措施,老客户介绍新客户可得现金提成,或者只要提供一家老客户的真实信息,新客户可享一定折扣。此招让王波的客户量像滚雪球一样越滚越大。

高校周围的住户也是王波的营销重点,为何?因为高校周围的小区多是教师,环保观念强,对新事物的了解和接受程度远胜一般市民。

同时,王波发现,在要不要给家里的玻璃贴膜、选择什么样的颜色和价位等问题上,大多数家庭中的女主人起着决定性作用。为征服这些消费观念独立、个性喜好独特的家庭中的“决策者”,王波特意引进了一些具有

装饰作用的膜,同时会给顾客提一些关于家居搭配的建议。如此一来,极大地照顾了爱美者,既隔热又具漂亮装饰效果的各类彩膜受到了尤其是年轻时尚的家庭主妇们的青睐。

专家分析 旧瓶可以装新酒

汽车玻璃贴膜其实是一个老产品了,但王波却为这款老产品找到了新用途,那就是变车用为家用,移植,让王波找到了一个新的市场和商机。

当然,光移植照搬不行,还得活用,车用贴膜直接搬到家里使用,不一定合适。因此,王波还进行了市场调查,挖掘并延伸了产品线,开发了具有装饰效果的玻璃贴膜,结果受到了年轻一族的青睐,销量也猛增。所以说,旧瓶装新酒,也不能一装了之,还得创新求变,才能最终适应市场需求。

(摘自《重庆晚报》)

两在校大学生分期付款办公司 两年竟赚60万

积极主动带来机会

2008年底,郑鹏隆在朋友的支持下,成立了宁波江北辰基商贸有限责任公司,主要经营艺术品的出口贸易生意。做了一段时间,郑鹏隆觉得自己应该结合大学里所学的专业知识来创业,于是和丁益商量,并做了一份详细的市场调研,决定改做艺术品的陈设设计、装饰雕饰等。

大二时,一次偶然的机会,郑鹏隆去宁波东钱湖参观一个刚开发的楼盘会所。看着看着,他突然产生了一个想法,为什么不帮他们做一下会所的陈设呢?于是,他主动联系了该楼盘装饰管理部的一个经理。出乎意料的是,那个经理很是赞赏他的勇气和想法,马上给了他一个机会:在一个星期里,拿出一套设计方案。

这是郑鹏隆接的第一个项目,有点不知所措。幸运的是,一个星期后,郑鹏隆的设计方案得到了对方的认可。“虽然第一次赚的钱只有一万多元,但就是这第一次,让我有了信心。”郑鹏隆说,真的要感谢那个经理给的一次机会。

分期付款注册公司

2008年,郑鹏隆经过朋友的介绍认识了丁益,郑鹏隆学的是艺术陈设专业,丁益学的是环艺专业。两个人很快就非常投机和默契了。

“我学的是艺术品陈设,主要负责做空间陈设,而丁益学的是环艺,主要负责做室内设计,这样我们就可以搭配起来做一个完整的室内设计项目。我们简直就是黄金搭档,两人聊车、聊设计、聊理想……”

宁波戈尔置业东钱湖比华利会所的浮雕、慈城别墅、江南路1000平方米龙腾KTV内部艺术品陈设、宁波工程学院一期陈设方案……在不到2年的时间里,郑鹏隆、丁益承接的设计项目多达50多项,其中有不少获得良好口碑的创意设计。

这次成立公司,郑鹏隆介绍,客户目标很广,从普通客户到高档别墅、酒吧再到房地产,公司目前已有室内设计师、陈设设计师、市场推广员、平面设计、动画设计师等31个工作人员。

用郑鹏隆的话来说,他们以前的公司是卖产品,现在的公司是卖创意。

他们公司的注册资金是200万元。郑鹏隆说,在公司的实际运行中,他们发现只有一定资质的公司,才能承接规模比较大的工程项目。在咨询了有关的老师和工商管理部后,发现,新《公司法》对于货币出资有一个30%的底限要求,剩下的可以分期缴纳。于是,他们就把积累下来的100万元先做了首付,剩下的100万元,在接下去2年的时间里,靠利润分期付款。郑鹏隆和丁益对公司的前景信心百倍。

(摘自《宁波晚报》)

“唉,我的暑假,比读书过得还累。”浙江大学的大三学生小陈告诉记者。他说,整个假期都在一家公司实习,每天都干得挺起劲,“好好表现混个脸熟,毕业后进去工作的机会就大一点。”

他们赚到了财富+“才”富 大学生暑假创业致富经

小陈告诉记者,他们班上的同学,很多从大一寒假就开始找单位实习,或者倒腾点小买卖积累经验,“就业压力大,提前做准备。”

虽然有些无奈,但能够充分利用时间充实假期生活也挺好。记者采访了几位在校或刚毕业的大学生,在历年暑假赚到的可不仅是“经验”,还有“财富”哦。

陈汀的暑假

积累经验,月入上万

大学机械工程及自动化专业的陈汀,大一暑假就开始盘算整几个钱花。这一盘算就成了习惯,暑假成了他创业“阳光灿烂的日子”。

暑假里,陈汀在一个大学师兄的公司,帮他做一种电子新产品的推广。“是一种充电时顺便就能数据备份的万能新型充电器,公司里搞研发

的都是博士,我这个学机械的本科生帮不上忙,就搞营销。”

这种充电器成本挺高,价格自然也不低,因此刚上市时销量不算太好。陈汀接手后,就根据之前公司办展会积累的一刀名片,勤奋地跟客户联系。

“靠打电话是不行的,不见到你人,客户无法真正认同你,很难成合作伙伴。”所以,陈汀千方百计想的是如何见到客户本人。

有一天,陈汀正在公司忙活,突然接到一个上海客户的电话:“下午5点半我要拿到10个充电器送人。”当时已是下午2点多,他放下电话就冲向汽车站赶往上海,把产品按时交到客户手中。

那个上海客商本来只是突然想起来有这么个新产品,陈汀的举动让他有些感动,夸奖他“这才像个做事情的人哩!”客商是专营礼品的,手头有许多资源,跟陈汀成为朋友后,带

来很多订单。

事情少的时候陈汀也不闲着,他会故意跑到一个城市,然后给当地的客户打电话,“某老板你好,我刚好有事情经过这里,中午吃个便饭如何?”通过拜访客户、交流沟通,很多人都成为了他的朋友。

因为业务能力出色,陈汀很得师兄老板信任,被任命为传统销售渠道的“全国总管家”。

他告诉记者,在大学他的任务就是拼命尝试,做各种各样的事情。“在师兄公司做销售,并不是说我这辈子就干这个,而是我觉得能积累宝贵经验。”

靳灿朋的暑假

挣生活费办红红火火的考前辅导班

进中国美术学院象山校区,谁都

会被里面美丽的自然风光和别致建筑陶醉:麦田、向日葵、隐藏在翠绿树木中的教学楼……靳灿朋就是穿梭在校园风景中的一员。不过,他无心贪恋学校的景色,而是急着给自己挣生活费。暑假里,通过开绘画培训班、考前班,他不但解决生计问题,还给自己未来攒了笔小钱。

“我早上7点就开始带班了,一直带到晚上11点,这个班要持续半年。”靳灿朋还在办暑期绘画培训班,没有休息时间但挺充实。他说,现在报艺术院校的学生很多。

看到学生们努力画画,靳灿朋心里也特别痒。其实他没把办班当成自己的事业,而且想通过这个积累一些生活资本,让自己可以全身心投入艺术创作。因为自己家境不是很好,这是靳灿朋无法避免的一个“过渡期”。“我打算继续考美院的研究生,这辈子想画画。”

(摘自《钱江晚报》)

山里农民“野心大” 不养“家鸭”养“野鸭”

果园养野鸭

葛大叔是从去年开始养殖野鸭的,最初的种鸭是从夹江引进的。夹江县那家野鸭养殖场,规模和效益均很可观。葛大叔的儿子葛建峰在夹江打工时有空就去鸭园参观,回青神后便动员父母搞这项特色养殖。葛大叔夫妻本也是有创业冲动的能人,经考察后,很快就把野鸭养殖场办了起来。但要购买鸭苗却遇到了难事,因为夹江这家养殖场是独家经营,不愿意外卖种鸭。终于,在葛建峰的真诚请求下,这个养鸭场的业主被打动了,愿意卖给他30只种鸭,其中26只母鸭4只公鸭。

拿到这30只种鸭,葛建峰如获珍宝,立即回家为这30只鸭子安了

个“家”。葛建峰考虑野鸭只有与泥土与大自然亲近才能保留它的野性,于是他选择了自家屋后的果园作为养殖点,开始时自己和父亲成天围着这群鸭子转悠,为的就是鸭子们能早日孵蛋育苗。在葛家父子的精心呵护下,30只鸭子长势十分喜人。

野鸭获利高

葛大叔家养鸭子可不含糊,家里的成员人人都有明确的分工,老葛的老两口只管喂鸭子,儿子和媳妇负责联系孵化、跑销路及饲料采购等。

没过多久鸭子生蛋了,当筹齐50个鸭蛋后,葛建峰高高兴兴地揣着鸭蛋去了县城一家鸡蛋孵化场,然而事情并没有想象中那样顺利,

这批孵化的鸭子成活率不高,最后只活了20只左右。怎么回事,是鸭场卖给自己的种鸭出了问题?还是养殖技术或是孵化中出了问题?

葛建峰细细回想,觉得自己的每一个环节都很精心,怎么会出现这种情况?百思不得其解,葛建峰决定还是再跑一次夹江,当他介绍自己的喂养及孵化后,鸭场负责人告诉他是孵化环节出了问题,鸭子要在质量比较好的地方去孵化成活率才高。当葛建峰第二次凑足100个鸭蛋到眉山孵化场,成功取回100只活蹦乱跳的鸭子之后,非常幸运,他的鸭子成活率达到了100%。这让葛建峰看到了致富的曙光,经过一年多的发展,现在鸭场有种鸭近600只,月产蛋数百只,销售野鸭上百只,烟熏鸭100多只。

葛大叔告诉记者,和普通鸭子相比,野鸭有明显的优点:一是肉质鲜嫩,肌纤维细,脂肪少,营养丰富,野味浓厚;二是饲养过程中最大限度地保持了野鸭的自然生存习性,真正实现“绿色、无公害”;三是价格低廉,活鸭均价30元/只,烟熏鸭均价30元/只;四是效益高,养殖普通鸭子30天出售每只获利3元左右,养殖野鸭70天出售每只获利10元左右。因此,野鸭产品在市场上具有很强的竞争力。

记者采访当天,葛大叔家还忙着给县城的一家饭店送去10只野鸭。目前他家的野鸭大部分销往本地及周边饭店,呈现供不应求的局面。眼看着市场前景这么好,他们正打算扩大养殖规模。

(摘自《眉山日报》)

“你看,这螃蟹,肉肥膏腴、味道纯,即使价格高了点,抢着买的人多的是。”飞云镇阁二村养殖户陈碎林笑呵呵地说。日前,在陈碎林经营的海鲜店里,记者看到一大筐筐的鲜活螃蟹,个头非常大,时不时就有人专程开车前来挑选购买。

螃蟹王“养”出好效益 年收入20万

“招牌”效应 价格持续飞涨

“生意,一年比一年好;价格,一年高。”一养殖户姜茂池说,近年来,螃蟹的价格一路飙升。1982年他开始养殖螃蟹,当时螃蟹的批发价每公斤才5元,10年后涨到20元。

据了解,2004年,该合作社亮出招牌——螃蟹王,此后,肉多味美的阁巷螃蟹王闻名市场,价格飞涨,尤其是近两年内,螃蟹王的批发价涨到180元/公斤。

“螃蟹能卖到好价钱,一方面是因为数量不多,物以稀为贵;另一方

面是因为质量好,螃蟹个头都较大。”陈碎林一点都不担心今年螃蟹的销路,他说,从1995年开始,螃蟹平均每只重六七两,大的可达1公斤。由于质量好、品牌响,螃蟹卖出好价钱轻而易举。即使今年产量未增,但赚的肯定不比往年少。“去年净收入是20万元,今年定会超过这个数。”

水质变差 产量不断下滑

“一些商户一下订单就是上百斤,最高纪录是200公斤。”姜茂池说,目前,村里一年的螃蟹产量是1

万多公斤,较往年减产,远远不能满足市场极大的需求量。

“水质太差,影响了产量。”说起产量,陈碎林皱起眉头,原来,水质对螃蟹生长十分重要,以前水质好时,螃蟹王产量达两三万公斤,自1994年台风过后,阁巷的水质一年差,产量也一年少。

供不应求 引进外地螃蟹

近年来,瑞安每年市场上螃蟹需求量在50万公斤,而阁巷的本地螃蟹每年最多只能提供两三万公斤,约

占整个需求量的5%,其中阁二村的产量略超过总产量的1/3。

“消费者在市场上买到的螃蟹绝大部分不是本地养殖的。”陈碎林告诉记者,每年阁巷的螃蟹王都供不应求,考虑到市场对螃蟹巨大的需求潜力,该合作社几年前便开始从珠海、福建等地引进螃蟹。这些螃蟹饱满度和味道都比不上本地螃蟹王,但单价普遍便宜,每公斤批发价90元上下,零售价120元。

“要想增加螃蟹产量,提高水质是关键。”陈碎林说,村里曾想扩大养殖面积,但是考虑到水质,很多村民

在安徽省肥西县上派镇三岗苗木市场有一家兴伦绿化苗圃公司,这家公司虽然规模小,但每年通过苗木经营可获利200万元,这家公司的经理就是当地一名农民经纪人王兴伦。

别人栽小树 他种大苗木

王兴伦1982年高中毕业回乡后,在家呆了几年,无事可做,由于当地搞苗木的人很多,他便也搞了一个小规模的水果园,做起了果树苗销售的生意。刚开始闯市场的时候,由于没有经验,他连续半年没卖出一棵树苗,于是动了改行的念头,但最终还是挺了过来——这缘于一次“冒险”。1985年,他偶然得知江苏徐州某乡需要大量葡萄苗,于是将家里所有积蓄带上,到山东买了葡萄苗后立即到徐州与该乡负责人协商,交易成功后,他掘得“第一桶金”,赚了3万元。

王兴伦做苗木生意成功的第一招是讲诚信。2002年,他与南京大吉园林公司签订90棵桂花树的合同,然后亲自到霍山县的山区挑选合格的桂花树,在装车返程的路上,发生了车祸,12棵桂花树有轻微的损伤。别人建议他和南京的客户协商一下,能否降价处理,可他却坚决由自己承担损失,并赔偿给南京大吉园林公司违约金,对方被他的诚信所感动,从此交上了朋友,成为固定的合作伙伴,他也由此在江苏打开了市场。正是凭借着诚信,他的合作伙伴遍及华东地区,公司效益也一年比一年好。

肥西县三岗一带这几年随着苗木经济的火热,许多村民都发展苗木种植和经营,但也存在着一些隐患。王兴伦忧心忡忡地说,一些乡亲只重数量,大量发展小树苗,只顾眼前利益,导致小树苗市场积压太多,已经供过于求,价格一跌再跌。与大家不同的是,他这几年则不跟风,全力发展大树苗,虽然投入资金较大,但大树苗由于好管理,许多客户争先恐后地订购大树苗,市场价格很高。他举例说,胸径5公分的广玉兰只卖60元一棵,胸径20公分的则卖到4000元一棵,价格相差悬殊,而且越大越好卖。正是他不跟风,找准了市场,这几年他迅速走上了致富路。

王兴伦的公司里放着许多书,他说只要有时间自己一定要看一些科技书籍,并阅读大量“三农”方面的报刊。他还自费在安徽农大上函授学院,虚心向老师请教种植方面的知识。正因为爱学习,他总是比别人先知道哪种苗木在市场上最受欢迎;他还在互联网上请人制作宣传网页,结识了各地的客户,最近他就是通过网络与山东台儿庄签订了一份万亩桃园的引苗合同。他建议农村苗木经纪人一定要勤看书看报,不能满足于已有的经验,只有这样才能与时代同步。

(摘自《中国园林网》)



不愿冒险。目前合作社已采取了多种措施来提高水质,但收效甚微。“如果水质不能得到改善,未来几年,本地螃蟹可能继续减产。”

(摘自《瑞安日报》)