

■创业黑洞 I

骗子充斥投融资市场? 八成中小企业融资曾上当

作为一家拥有两项专利技术的民营新型环保企业老总,吴春明(化名)这段时间很郁闷——本来以为找到了能给自己企业投资的人,没想到却“上了一个大当”;“不仅没有融到资,反而损失了将近 50 万元。”吴春明郁闷地说。

找投资遇骗子

吴春明告诉记者,他们的产品一上市,就出现了供不应求的局面,订单纷至沓来。但由于企业近几年来在技术研发上投入较大,加上企业要上新的生产线、厂房扩建和缺乏生产流动资金等,让企业的自有资金显得十分紧张。为满足市场要求,董事会决定引入新的投资者。吴春明相信,以公司现有的情况,不愁找不到“金龟婿”。

两个月前,自称是一家投资公司“投资经理”的钟某找到了吴春明,声称他们了解企业、企业的情况也符合投资公司的投资标准,只是希望公司能够提交一份正式的商业计划书以供投资决策使用。“由于他们是通过朋友介绍来的,谈得又非常诚恳,我们很快就达成了一致。商业计划书也由他们协助完成了。”吴春明介绍说,一个月前,钟某又告诉吴春明,他们已经初步决定投资该企业,但是企业需要提供正式的评估报告,并且只接

受他们认可的评估机构出具的评估报告。

这样,吴春明先后支付了商业计划制作费用和评估费用近 50 万元。但就在不久前,钟某电话通知吴春明,经过慎重研究,投资公司决定不投资他们的企业了。吴春明说,这时他才明白自己上当了。

“一方面渴望投资人的投资,一方面又对投资人极其反感,投资服务的不到位甚至欺骗行为的屡屡发生,已经给中小企业融资市场造成了恶劣影响。”作为惟一家“国字号”的专业投融资服务机构,富融国际权益资本交易平台总经理张阁在论坛上如是说。

在论坛上,商务部中国电子商务中心主任刘俊生也表达了对中小企业投融资市场的担忧:“由于交易标的不标准、交易过程不规范、交易操作不统一,加上投资人身份难以确认、投资项目信息真实性不能保证等诚信问题,已经严重影响了企业投融资效率,阻碍了经济资源的有效配置。”

“投资中介 70%是骗子”

据中国电子商务中心主任刘俊生介绍,随着产业发展国际化,投融资与资本经营已成为企业发展与盈利的新渠道,企业对投融资专业服务

的需求正变得日趋旺盛。据统计,在中国 3000 多万家中小企业中,80%有明确的融资或投资需求。

富融国际权益资本交易平台总经理张阁告诉记者:“近几年来,企业的需求促进了投资中介机构的快速发展,使之逐渐成为市场的主要力量,但同时也诞生了很多骗子公司,给有投融资需求的中小企业带来了伤害,就我们目前接触到的投资中介公司看,70%是骗子公司。”

“吴春明们”似乎并不是上当受骗的个例。张阁表示,他每个月都要和 30 家左右的企业进行交流,其中 80%以上的企业告诉他曾经有过上当受骗的经历。“最多的被骗 200 万,最少的也被骗了 10 多万。”

投融资市场没有救世主

风投、私募等新兴资本市场的兴起,在给大部分中小企业带来投融资机遇的同时,也给中小企业带来了许多困惑。目前,投融资市场中存在的严重的信息不对称,已经成为制约整个投融资市场健康发展的主要原因。

据张阁介绍,目前大部分中小企业寻找投融资的渠道主要是产权交易中心、投资洽谈会、投资网站、中介机构等。在张阁看来,这些渠道虽然都有各自的优势所在,但是各自的缺点也是很明显的。

■创业百科 I

美容旺店为啥每况愈下?

李小姐在皇姑区昆山西路上开了一家美容院,上下两层有 200 多平方米。美容院是在 5 年前开的,以前生意一直不错,近一年来,附近同类美容院渐渐变多了,她的生意开始一落千丈,为此李小姐烦恼不已。到底是同业竞争太激烈,还是自己的经营策略出现了问题?为此,李小姐求助于《时代商报》的时代商帮栏目,请专家为她的小店把脉支招。

实地考察 低门槛导致爆棚式发展

早期李小姐在这里开美容院的时候,附近只有她这一家美容院,而当时这一带已隐约透露出成为繁华区域的迹象,周边有不少商铺和居民区,其中很多女白领或者业主成了美容院的常客。当时李小姐的美容院的美容技术和服务在顾客中很有口碑,因此一时间顾客络绎不绝,生意非常红火。但是,由于顾客太多,美容院面积有限,预约等候成了家常便饭。正在李小姐准备开分店,继续“收纳”大批顾客的时候,不少“有识之士”也看到了美容行业的市场前景,纷纷试水投资。

■创业误区 I

豪华装修竟成餐厅败笔

【失败案例】

胡德龙接手了一家位于皇姑区昆山路上的餐厅。老店新开,胡先生决定将餐厅内外重新装修一下,主要是想将餐厅定位为高档餐厅,因此装修处处都以高雅为目标。不仅将餐厅外部和大厅打造得极度华丽,同时内部装饰也相当有情调,尤其是灯光设计,采用了咖啡厅里使用的昏暗背景灯。整个餐厅的装修装饰下来,花了 20 多万元。奇怪的是,客人却不见多,反而见少,胡先生有点丈二和尚摸不着头脑,不知道怎么回事儿?

实地考察:灯光玩情调看不清菜

专家一进店里,就感觉到光线过暗。点了几碟小菜,上来后却发现根本看不清菜,很不方便就餐。他的感觉和许多顾客是一样的,现场就餐者都这样抱怨:“餐厅风格装修得很是高雅,但是灯光太暗,看不清菜。”据餐厅服务员说,不少来就餐的顾客落座后都反映光线太暗,要求服务员将灯光调亮点,但是餐厅

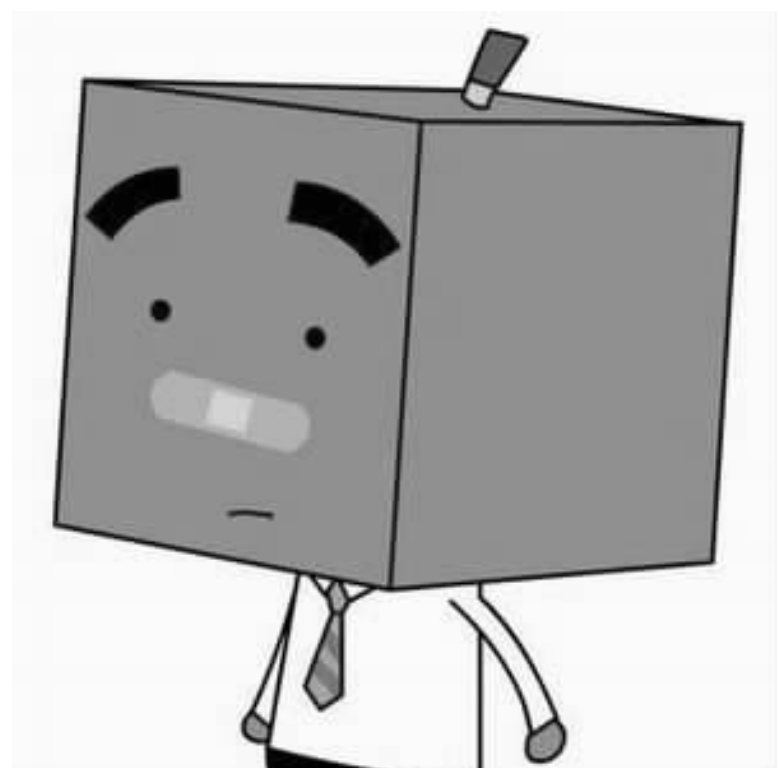
专家在附近地区走访了一圈看到,在 3 公里半径的范围内就有不下 20 家美容院。专家表示,爆棚式发展势必导致区域内的美容院扎堆,技术参差不齐,造成“鱼龙混杂”局面。

专家分析说,由于开设美容院没有严格的标准和条件约束,而且不少门外汉以为美容院是一次性投资行业,投一笔钱就可坐收渔利,因此往往盲目进入。据对周边同业的调查,发现不少美容院硬软件条件不高,经营成本极低,大多在用“低价”吸引顾客,形成了一种恶性竞争。区域内的顾客数量毕竟有限,这些低价美容院极大地分流了李小姐美容院的客源。

纠纷增多 行业信誉度受损

美容行业一般通过售卡方式回笼资金和锁定客户,主要是由消费者以会员的方式先向商家付款,然后凭卡延期消费其服务和产品,并且凭卡消费能享受到一定优惠。因此很多做美容的顾客都会办卡消费。

据李小姐介绍,现在她们这一



“产权交易中心一般都是地方的机构,负责对项目企业的审核、登记和评估等,缺点是无法面向全国且很难为企业提供市场化的投资信息服务;投融资洽谈会存在着信息不规范、不完整的特点,基本就是赶集的场所。”张阁介绍说,“对于投资网站,我们从 2006 年开始做富融国际权益资本交易平台可行性研究和设计的时候,几乎调查了所有相关网站,我

们认为 100%的类似网站的 95%的信息是无效的,其中包括了信息的不真实、信息实效性不强等,因为这些网站并不对信息的真假和实效性进行监管;而投资中介机构目前已经成为市场的主流,是主要开展投融资业务的机构,但是他们发展的晚,规模小,良莠不齐,需要借助一个国家的平台来推动中介机构的健康发展。”

(摘自《中国经济周刊》)

【专家建议】

规范市场,实行预付款托管

努力提高自身的服务水平和服务质量,帮助会员培养美容习惯,培养忠实客户,这是美容院生存的根本。在同一区域内同质化严重的情况下,建议李小姐应该做出自己的特色,给消费者提供个性化的服务。可以在做美容的同时开设健康护理、中医保健等内容,同时,在男性美容意识越来越强的当下也可以扩展出男性美容护理的项目,以特色吸引、培养固定的消费群体。

美容行业预付款消费方式盛行,导致的消费纠纷频发,主要由于目前我国还没有一个明确法律规定。因此建议相关的行政主管部门向日本等预付款消费模式成熟的国家学习,对预付款管理实施统一标准和规范,对商家收取预付款设定严格的准入门槛;同时,对预付款开设专门的银行账户托管,杜绝商家卷款而逃的情况;除此之外,还应健全保证金制度,一旦有商家无故倒闭或转让店面可以退还或补偿消费者一定费用。这将从长远上规范整个行业的发展,让各个独立店主最终受益。

(摘自《时代商报》王雪/文)

时下,各类店铺欲低价转让的广告扑面而来,给有意闯一番天地的就业者带来了快速当老板的诱人机会。有的说地段佳,有的说生意兴隆,有的说有固定的消费群……吹得天花乱坠,让人有种“遍地黄金,俯拾皆是”的感觉。

店铺转让陷阱多 仔细考察防上当

低价转让有猫腻

此类广告看得多了,便不以为然,而且纳闷,既然处于黄金地段,有固定消费群体,生意红火,哪怕是自己没有精力去经营,也可以让自己的妻子或父母亲代替管理,雇佣几个小工帮忙也无可厚非,干吗非得“忍痛割爱”转让呢?眼睁睁地看着钞票给人家赚难道不可惜吗?其实仔细想想,天上是不会掉下馅饼的。说穿了,绝大部分店铺是因为生意不理想而被迫进行转让,有些店铺开张前缺乏详细的市场调研,只凭一时的热情,人云亦云随意“克隆”他人店铺,以致开张后因顾客图新鲜,生意盛极一时,一段时间后破绽百出,有的只能勉强维持,业绩与自己所预测的相距甚远,有的甚至入不敷出,与其长期亏损不如尽早转让。

常见的盘店风险

盘店风险多得不可胜数,经归纳后常见的有以下几项:

■不实的转让借口。转让人可能会以一些不真实的借口来说明其转让店铺的原因,例如身体不适、搬家、移民之类的说辞。所以,在盘店的时候,你一定要仔细详查是否有其他有碍商店经营的原因。如比较典型的,有些投资金额相当大,像咖啡店,其投资往往要花费 10 万元以上,选择地点不当、人流不够,很容易导致利润不高,回收期拉长。

■注意市场上是否出现危机。光看转店人所提出的财务报表是不足以了解此行业趋势的。可能那家店账面上仍然有着漂亮的盈余,但其实却是在走下坡路,已经没有了前景。这些转让人对行业十分熟悉,发现苗头不对准备“出逃”,因此便在店里生意还在巅峰时将店转出。这时的转让人很欢迎欲盘店者来店里看。没经验者所看到当前生意相当不错是真实的,因此也就愿意高价把店盘下来,事后才发现现实与期望最后是相左的。

■房屋租金与契约。有些店的生意表面上看起来很好,每天来店的客人也相当的多,店面的位置也相当的好,但还是有人想把这样的店转出去,这原因何在呢?可解释的原因或许是在租金方面,这样的黄金店面有着相当高的租金,往往赚进来的钱有一大半都付了租金,剩下的一部分还要付薪资、杂费等,店主所能剩下的极为有限。没有利润自然要转让。另外,还要提防其中可能的纠纷。在盘店前,投资者一定要与房东确认租期、条件是否延续,有些租约已快要到期,房东可能会调涨甚至不再租给人,这些都必须事先了解。在了解承租条件后比较附近承租行情,才不会枉作冤大头。

■本身店的体质不佳。许多店虽然位置不错,但是却缺乏经营独特性,没有什么吸引人的地方,生意当然也做不起来。若将这样的店盘下来,延续同样的经营模式,其命运也很难逃脱关店一途,除非你将其重新改造成另一新的经营模式,否则即使再便宜也不建议将其盘下。

盘店需要多了解多打听

盘店是充满风险的,如你决定要盘店,那就必须审慎地选择,多多搜集资料,如可以从报刊网络中搜集,打电话联络店主询问转让店面目前大略状况,比如店面目前是在营业中还是歇业中、店面地址、转让原因、盘店费用等。

另外,一定要亲自去参观转让店面,可多找几个人一起去看,最好找此行业有经验者,且可多去观察几次,最好能花点时间查看,在尖峰及离峰的时段都去看一下,并要留意一下四周环境,做商圈地点评估分析。最后,决定要签约时,一定要问清楚说明白,如是房屋契约、营业登记的转让、设备的好坏程度等。口说无凭,一定要签订一份转让协议书,将资产清单、售让权利范围写清楚,才能避免往后不必要的纷争。

(摘自《现代营销》)



将餐厅定位为“走高雅路线”是

(摘自《北国网》)