

儿童涂料市场 五年内或出现井喷

据有关部门统计,目前我国每年因装修污染引起的上呼吸道感染而致死亡

的儿童约有80万,其中30多万5岁以下儿童的死因与室内空气污染有关,特别是一些新建和新装修的幼儿园及家庭室内环境污染十分严重。而在儿童房装修和装饰材料中,涂料和油漆的隐患最大,其含有的甲醛和苯类物质是儿童健康的最大杀手,是导致小儿白血病和癌症的重要原因。这就引发了人们对包括涂料在内的装修装饰材料的关注和其安全性的担忧。儿童的健康问题引

起越来越多的家长们注意,他们特别在意装修材料是否环保、健康,这给儿童漆市场的兴起准备了条件。

尽管国内对装修材料的环保、健康日益关注,对儿童房等儿童活动经常的场所的装修日益重视,不过相比欧美国家,人们的这种意识还处于启蒙阶段。

儿童涂料市场,从市场细分来看,其消费对象就是针对儿童,产品的消费场所包括儿童房、幼稚园、学校以及

儿童乐园等儿童经常活动的场所。

儿童涂料市场尚处于启蒙阶段,要开发推广这一市场,厂商势必要有雄厚的资金实力和技术力量,而这对于行业内绝大多数属于民营私营性质的企业来说是个挑战;而对于有资金实力的企业来说,肯不肯下决心开拓这一市场也是个问题。此外,对于许多厂家和商家来说,已经意识到儿童涂料市场存在巨大商机,可是真正去开发和推广这一市场的少之又少。更多企业只是跟风,看到他人推儿童漆有钱赚,将自己的产

品冠个儿童漆的名。而真正要去细分一个市场有很多工作要做。

“儿童涂料市场如果厂家肯花力气投入,在两年内这个市场就会成熟,而在5年内就会出现‘井喷’。”一位业内人士表示。

而由于现有的销售渠道比较狭窄,即使厂家看到商机,也只是借用普通涂料的渠道,而没有针对儿童涂料市场所独具的特性。

从软件上看,在对经销商和导购员培训时要将儿童市场的特殊性及其

使用儿童涂料的必要性等观念传达给经销商以及导购员,而不是只是将它与其他普通漆一样销售,只有这样才能唤起消费者的意识,完成消费行为,实现产品的价值。同时,一位业内人士表示,涂料企业完全可以突破现有的选好色然后调的模式,在专卖店或卖场做出样板房,给消费者直观感受。甚至可以与家具、灯饰、陶瓷企业及经销商一起合作,这种情景销售模式目前在家居行业比较流行,并且效果显著。

(摘自《中国经营网》)



城里人迷上网购野菜 开店卖野菜 或是网上创业“小蓝海”

“从贵州毕节网购的折耳根(鱼腥草),今早我还没起床就送上门来了,果然鲜嫩美味,还有一份来自湖北宜昌的正在路上。”厦门白领康小姐特别喜欢来自西南地区的野菜,称5元一斤的网购价格挺实惠的。

记者在網上搜羅一番发现,入春以来,鱼腥草、蕺菜、刺嫩芽、芦蒿、香椿、马兰头等厦门市面上不常见的野菜,都是网上的热销品。可以说,野菜网购不仅实惠便捷,还是值得开网店

一个月卖出野菜 700 件

现在想吃到新鲜野菜并不难。打开淘宝、慧聪等知名购物网站,输入“野菜”关键词进行搜索,可以搜索出上万件相关宝贝,薄荷、椿菜、水芹菜、马齿苋、荠菜、婆婆丁、苦菜等,品种繁多,琳琅满目。

“生意很火,我每月都能挣到好几千元。”淘宝一位掌柜告诉导报记者,他的小店销量可观,如黄陂新鲜芦笋,一个月内就售出了600多件。

在一家贵州的三皇冠网店中,五元一斤的鱼腥草30天内售出了近700件,每件少则一斤,多则十斤,热销程度可见一斑。

为了让买家“吃得明白”,网店不但说明了野菜的功效、做法,还配备了实拍照片,有的甚至是野外菜地的画面,以标榜所售野菜的确是有机绿色食品。

网上卖野菜或可行

“厦门菜市场上没有的野菜,而家里人又特别想吃,我可能会考虑在网上购买。”市民张女士这样告诉记者。

对于网上卖野菜的市场前景,网店老板表示看好。“一方面这些野菜在城市里不容易买到,另外很多上班族都没有进市场的习惯,反而更信赖网购。”淘宝上一位店铺老板表示,自家卖的野菜就是后山产的,当天采摘当天快递,保证货到还很新鲜。“福建多山,野菜应该不少,这或许可以为大家的网上开店提供一条思路。”有业内人士认为。

网购提醒： 快捷物流保证新鲜度

一般野菜在做好保鲜工作后,在两天之内是可以充分保持其新鲜度的。网购时,选择店家的顺序依次为同城、省内、邻近省份。同时,最好选择最为快捷的物流方式,保证货物能按时到达。太远了,野菜不如干货。

碰到远距离运输时,网购野菜不如选择干货。另外,网购野菜不能单看店铺有几个皇冠,对于各种品种都卖的店铺要谨慎一点,专营特产的网店可能更靠谱。此外,还要核实网店是否有管理部门颁发的经营许可证书,支付方式一定要使用支付宝等平台。(摘自《海峡导报》杜宇飞/文)

个性化家居园艺潜力大 懒人家装成热点

买了房子,喜气洋洋;装修房子,又累又烦,特别是一些要求高又较散漫的80后深感“艰辛”。因此,一种“懒人家装”应运而生,家具陈设师、家居墙绘师、家居园艺师等各种新兴专家为懒人忙人全权包办各个家装环节。

80后郑博在装修时,曾接触过这种懒人家装。它的服务范围家庭装修的软装部分,如墙面粉刷装饰、家具购买安置、盆栽装饰等。接受了服务,可以让业主懒到哪种程度?“只需在签合同、付款验收时现身。”他说,费用弹性大,中档装修需10多万元服务费。

与传统室内设计相比,它的卖点是个性和细化,各个环节都有专人打理。家居墙绘师打造独家墙面绘饰,家具陈设师代买代放所有可移动家用器具,家居园艺师根据家居风格、朝向,摆放适合的盆栽植物。这些环

节互相独立,业主可以全接受,也可以任选其一。

“懒人们”大多为80后和中高档小区业主,接受能力强,有些则因事业繁忙。温大平面设计专业毕业的周笑笑带着一支30多人的团队做墙绘,在两年多里接了上百单家装墙绘,客户基本为80后,收费为两三千元每10平米。她说墙绘更换方便,有些时髦客户隔段时间就要洗掉重换一种风格。家具陈设师张遥遥的客户以中高档小区业主为主,她接了鹿城广场、中瑞曼哈顿等小区十多名业主的单子。这些客户事业繁忙又讲究品质,常指定了几种品牌的家具,并限定时间,一般不超过三个月。张遥遥收的是设计费,每平米2000至6000元不等。

相比之下,家居园艺较冷门。盆栽商戴晓东从半年前组建了一支10多人的团队,开辟个性化家居园艺服



务,目前只接到了两单。“这跟认知有关,大家习惯随意摆放盆栽。”但他认为这项服务很有潜力,因为越来越多

的市民开始崇尚生活品质。

(摘自《中国建材第一网》)

汽车快保巨头挺进中国 车骑王子如虎添翼

“请给我一份招商资料”、“车骑王子店面需要多大?”……车骑王子展台前挤满了人,7位工作人员热情接待着一拨又一拨前来咨询的创业者,这是记者在北京加盟创业展览会现场看到的一幕。车骑王子为什么如此受青睐?

无忧经营计划保障

经过5年的不断创新,车骑王子在汽车漆面快修领域一枝独秀。而在今年的3月份,车骑王子更是一个月时间新增12家加盟店。当问及为何短短一个月时间,车骑王子新增幅度如此大”时,车奇士汽车服务连锁机构营销部经理鲍金告诉记者:我们在2011年新推出了无忧经营计划。包括四项:

选址阶段:车骑王子总部将会派工作人员按照标准帮助加盟商正确选址。

店面装修:车骑王子总部工作人员全程协助加盟商做好店面标准化装修。

技术培训:车骑王子总部分别对经营人员和技术人员培训一个月。其

中技术人员由加盟商派出,经过总部专业评审,然后进行为期一个月的漆面快修培训,再通过总部考试结业方可上岗。这样能确保每个加盟店的技术过硬。

开店营业:总部根据当地消费习惯,有针对性的开展营销,后期也随时跟踪服务。

一月新增加盟 12 家店

“我试营业一个月多时间,收入就已经超过5万元,这样下去,成本回收期大大提前”。采访时,电话那头的加盟商高东雷抑制不住兴奋的心情告诉记者。

高东雷有着10多年的汽车销售经历,看到汽车后市场的商机后,一直在寻找有实力的品牌。6个月前,他从网上了解到车骑王子品牌后,通过电话联系、网友评价。12月,高东雷先人员的实际操作,他发现车骑王子钣金技术过硬。当场就成功签订了加盟车骑王子。后考察了几家同类品牌,到车骑王子总部,工作人员热情接待了他,看到工作

“在考察其他几个品牌后,车骑

王子过硬的技术和热情周到接待,是促成我当场签约的重要因素。”高东雷说,在后来和车骑王子的合作中,切实感受到后续服务的周到。

实际上,这背后是车骑王子强大的加盟商帮扶体系。一般的加盟品牌总部,将业务拓展和后期运营分成两个部门,拓展部签下一个加盟商后,就将其推给运营部。这大大削弱了加盟商对总部的信任感与依存感。

像高先生一样,在浙江湖州、江西、上海、福建、安徽等省市,还有11家新加盟的店面,他们共同开创汽车漆面快修产业。

跨国巨头 ITW 相中车骑王子

2006年,“车骑王子”就发现了汽车后市场的巨大商机。有数据显示每年以40%增幅,到今年消费需求将达2万亿元,每年商机将高达4200亿元。漆面快修市场占到21%的市场份额。

车骑王子成功进入汽车漆面快修市场,并在这块蓝海树立起汽车漆面快修第一品牌。在经过5年的蓄势以后,2011年,车骑王子步入快车道,从此进入快速发展期。

与此同时,2011年车骑王子开始进军汽车快保市场,这是一块利润率达到70%的大蛋糕,但早已是一片红海,车骑王子如何占据一席之地?

2011年2月,依工聚合和流体化学工业事业部(下称依工事业部)找到车骑王子浅谈合作。该事业部是美国ITW集团2007年进入中国时成立,主要从事研发、生产和销售工业用胶粘剂、修补剂、清洁剂、润滑油,汽车维修保养等产品。通过调查了解,车骑王子拥有163家加盟店,并在迅猛的扩张向全国铺开,强大的品牌影响力和销售力,依工事业部很看好,主动找上门联姻车骑王子开拓汽车护理市场产品。

“汽车售后服务市场一般分为四块:一是配件市场,它的利润率是10%;二是快保市场,它的利润率是30%;三是汽车钣喷(漆面修复)市场,它的利润率是75%,四是护理市场,它的利润率是70%。”ITW集团AAM SALES先生在接受记者采访时说,“车骑王子看准了这一领域的商业机遇,并在漆面快修占据重要位置,形成标杆,借此机会共同开创汽车快市场又一高地。”

(摘自《商界》文海军 雷祖波/文)

玩具行业 6 种模式成创业热点

近年来,随着内地人均收入的增长,内地玩具市场需求旺盛。中国玩具年消费额将以每年40%的速度增长,预计到2012年中国玩具年消费额有望超过1500亿元。看到如此潜力巨大的玩具市场,你是否动心了呢?综合市场,在此提供以下几种常见的经营模式供参考。

【动漫玩具店】

近年来,随着我国对动漫产业重视程度的提高和国外动漫的不断引进,国内迅速地刮起一股“动漫”热潮,动漫玩具销售日薪火爆。开动漫玩具店,动漫周边店和卡通玩具店正成为许多精明商家的选择。不需大投

资,没有技术门槛,还能在经营的过程中享受到不少乐趣,何乐而不为?

□效益指数:★★★★

□好玩指数:★★★★★

☆提醒:开动漫店要保持一颗年轻爱玩的心,动漫店的生意一定要跟着潮流走,玩者群中流行着什么动漫作品,就得卖跟它有关的产品。这样才会使你的店不落伍,永远卖着最前沿和畅销的产品。

【玩具租赁店】

儿童玩具的品种越来越多,价位也越来越高,而小孩都有喜新厌旧的特点,许多价格不菲的玩具玩不了几天就扔在一边,玩具多了占用家庭大量空间,随意扔掉又觉得可惜,这让家长感到头疼不已。针对这一市场需求,玩具租赁店应运而生,主要是向顾客出租玩具商品,从中赚取租金以获得利润。

□效益指数:★★★★★

□好玩指数:★★★★

☆提醒:经营玩具租赁店,一要注意产品的更新速度,否则顾客没了新鲜感,租赁店就难以为继;二要制定合理的价格落差,与玩具销售市场达成竞争优势;三要做好玩具消毒工作,产品的安全保障至关重要;四是选址要在年轻白领居住社区或学校幼儿园周围。

【情侣玩具礼品店】

热恋中的情侣都希望用彼此共同拥有的物品来见证真诚的爱情,就仿佛古代男女之间互赠的信物,寄托着相思,也表达着爱意。“情人的钱”好赚已经成为时下商家的共识,情侣用品的横空出世由此在市场上抢占了一片商机。

□效益指数:★★★★★

□好玩指数:★★★★★

☆提醒:目前可以考虑加盟大品牌情侣礼品连锁店,以便获得成本更低且相对稳定的货源和市场销售渠道。通过加盟的方式开店,一定要留心

总公司提供的产品情况,这决定了加盟该品牌、出售该品牌的产品市场前景如何。

【成人玩具店】

玩具不是儿童的专利,不管年龄多大,只要你怀有一颗童心,那些益智玩具、卡通观赏玩具、多人合作棋类玩具、魔术玩具的吸引力依旧存在,只是不同的人群喜好不同罢了。

□效益指数:★★★★★

□好玩指数:★★★★★

☆提醒:物美价廉的货源是成人玩具店经营成功的关键,城堡积木、强手游戏、七巧板、3d立体拼图等都是不错商品选择。初涉该领域的创业者应考虑通过加盟来降低风险。

【DIY玩具手工坊】

自己亲手制作玩具,并写上祝福的话,远比购买现成玩具产品有意义得多,因此,玩具DIY方式正在成为一种新的消费潮流。

□效益指数:★★★★★

汽车保有量井喷式发展 快修连锁 渐成趋势

近年来,随着经济的快速发展,我国汽车产业逐步进入快速发展的车道。同时,“促进汽车、住房两大消费热点的不断扩散”的政策,也将为未来我国汽车产业长期、稳定、快速发展提供强有力的政策依据和保障。

而根据公安部的统计数字,目前我国汽车保有量已经达到了8500万辆,比2009年年底的7600万辆有了较大幅度提高,但是从人均保有量看,我国千人汽车保有量为48辆,而发达国家是600辆。

按照国外汽车产业发展的一般规律:随着消费需求的不断升级,汽车产业竞争的焦点也会从汽车本身,逐渐过渡到汽车购买后的相关服务,进而形成巨大的“汽车后市场”,主要包括汽保行业、汽车维修及配件行业、汽车养护行业、二手车及汽车租赁行业。根据我国目前汽车保有量的井喷式发展,汽车维修保养行业也迎来了高速发展时期。

对于汽车维修来讲,由于4S店的价格不透明、经营垄断性高等特点,4S店主导的局面在逐渐改变,想要“把4S店服务送的更便捷”的汽车快修厂在逐步扩张,以连锁经营为目标的“快修店”已经成为街头一景。“快修店”的出现,既是对4S店售后服务的一种补充,同时也是一种挑战。

尽管汽车快修连锁成为后市场的主流趋势,但是,由于其店面分布广,很少有齐全配件库存,店面离配件供应地远,致使车辆在检测之后维修所需的配件不能及时供应,并且有些车型的配件由4S垄断经营,无法在市场上进行采购。由此在维修过程中出现维修时间长、问题无法解决而引发客户不满情绪等问题。这些问题在车型比较固定,车源比较集中的4S店并不多见,在服务的专业性上难以与4S店抗衡。

因此,这些便捷的汽车快修店如何快速成长成为业界关注的一个问题。根据目前的这些特点,汽车快修店首先应该形成自己的技术支持体系,由于汽车快修连锁业的定位和性质决定了其承接的车辆必然是综合型。因此,汽车快修店的维修技术人员应具备更高的技术,而快修店必须具备几名具有综合维修能力水平较高的技术人员。

其次,大力提高员工的技能素质。不断补充和提高维修人员的知识和技能水平,尽可能的多派员工出去培训,更新知识储备。

另外,要善于投资和管理,不断壮大企业规模形成规模效益。只有这样,才会在竞争日渐激烈的后市场中占有一席之地。

(摘自《慧聪网》)

□好玩指数:★★★★

☆提醒:选址主要看人流情况和购买力情况,这样的店面适合设立在大型社区、商业区、商务区、校园周边等繁华地区,电影院、少年宫、社区会所等娱乐场所由于经常聚集大批客流,也很适合开设店铺。

【玩具维修“医院”】

据调查发现,相对于玩具业的快速发展,玩具的售后服务却呈现不对等状态,国家甚至没有出台玩具的“三包”规定。有心商家从中看出了另类商机,“玩具医院”的诞生完全处于意料之中。

□效益指数:★★★★★

□好玩指数:★★★★

☆提醒:为了扭转人们对私人维修的不信任心理,玩具维修店还可以制订一个玩具维修的详细价目表,贴在顾客容易看到的地方,不知不觉中增加小店的信誉度。

(摘自《创业网》)