

■创业黑洞 I

网友设创业陷阱 山东女孩莆田淘金被骗

20 岁的山东女孩听信网友讲述的创业“神话”，怀揣 1 万元来到莆田开始自己的创业梦。谁知到了莆田，不仅钱被骗走，自己也身陷传销窝点，经当地公安机关和工商部门的解救，女孩才重获自由。

山东女孩林小燕今年刚满 20 岁，

待在老家的她一心想到外面闯一番事业。前段时间，她在网上认识一位网名叫“梦幻女孩”的网友，“梦幻女孩”煽动林小燕来莆田市创业，并吹嘘自己在莆田创业如何成功。一直渴望成功的林小燕心动了，她想到莆田创业，并把这想法告诉了父母。生活阅历丰富的父母母亲坚决不同意，可此时的林小燕却什么也

听不进去，偷偷从家里拿了 1 万元钱，从山东跑到莆田。

林小燕到达莆田后，找到网友“梦幻女孩”，可“梦幻女孩”除了对她夜以继日地洗脑外，并没有什么实际的商业行动。一段时间下来，林小燕不但没赚到一分钱，带来的 1 万元也尽数被骗走了。

直到这时，林小燕才恍然醒悟，于是她找个机会报了警。莆田市城厢区工商局和城厢区公安分局凤凰山派出所根据林小燕的举报，一举捣毁了这个传销窝点，遣散了 10 多名参与传销的人员，也成功解救了林小燕。

（摘自《海峡都市报》 蔡学伟 许爱琼 郭东晓 / 文）



身患胃癌却自掏 40 万帮人开店 她踏进圈套损失 2 万

家住绍兴的倪小姐，在网上结识了一名男子，他得了胃癌还在孜孜不倦地努力奋斗，让她颇为感动。更让倪小姐心动的是，这名网友还打算出大部分资金与她合伙开店。一切看起来都是那么的积极向上，但倪小姐没想到，对方的目的很简单——骗钱。

她被身患癌症的网友感动了

去年 10 月份，倪小姐在网上认识了一名自称叫“陈绍徽”的男子，从交谈中，倪小姐感觉“陈绍徽”很有钱。“陈绍徽”说自己已患上胃癌，时日恐怕不多，不过，他的生活态度很乐观，至今还在忙着做生意，收益也不错。

因敬佩“陈绍徽”身患重病还坚持创业，倪小姐对他的好感进一步加深。网聊中倪小姐透露，她很想做生意，一直渴望有一个自己的店铺当老板，“陈绍徽”对此极力支持。

“陈绍徽”甚至向倪小姐表示，他愿意与她合伙在绍兴柯桥最繁华的步行街开一家店，资金大部分由他出，倪小姐只需出 3 万元钱加盟，店开起来后由她负责管理。见有这样的好事，倪小姐几乎没怎么思考就答应了下来。

网友说开店的事情他搞定

去年 12 月 27 日，“陈绍徽”与倪小姐一道来到柯桥步行街物色店面，最终看中了一家卖品牌皮鞋的店面。第二天，“陈绍徽”就发信息给倪小姐，说他已经把店面给盘下来了，2011 年 1 月 2 日就可以开业，总共投入 40 万元资金，这笔钱已经交给朋友“韩寒”，他会将所有的事情弄好。

两天后的上午，“陈绍徽”来到倪小姐上班的地方，告诉倪小姐要去进货，但手头上没有现金，想向她借 2 万元。倪小姐当场将 2 万元交到“陈绍徽”手上，他则写了张欠条给倪小姐。直到 2011 年 1 月 1 日，关于开店的事还没有动静，倪小姐便联系“陈绍徽”。“陈绍徽”不咸不淡地说，明天保证能开门做生意。

原来这是一场精心设计的骗局

倪小姐有些不放心，便自己跑到鞋店打听。结果，店主根本没听说盘店面这回事。这下子，倪小姐急了，“陈绍徽”便发给倪小姐一个手机号码，说这是朋友“韩寒”的，他一定能将事情搞定。

“韩寒”很快回了短信，说鞋店老板要到过年后才能将店面转让，并说

■创业点子 I

迪士尼门票只赚 5% 带动旅游业务年利润 500 万

“有一句话是我一个朋友告诉我的，经营一个网店不需要你自己怎么花钱去推广，就好比一个馒头，你把它的味道做好了，不怕卖不出去了。”这是搜旅网总经理胡鹏程自己创业以来最深的体会。

海洋公园门票起家

在整个行业内，胡鹏程已经在迪士尼的门票和相关产品方面做出了一定的影响力，比如成人票，他的网站只卖 248 元。他说，自己的生意中有 50% 左右是来自于淘宝，50% 是来自于同行，他给同行的批发价都是 250 元，但是他卖得要比同行还要低 2 元，在市场上的竞争力就更强了。

胡鹏程做迪士尼的生意始于 2006 年。“是被一个女人激发的。”他狡黠地笑笑说：“当时我大哥的房子租给一个女人，房租很高，4000 块一个月。我就问她，是做什么的，她笑着说，是做淘宝的，她代卖江南布衣，自己没有货源，全部都是靠别人帮她代发的。她对我说，一个月赚万把块，是很轻松的事情。”

因为胡鹏程自己本身是做旅游的，而且当时做旅游团特别难：“赚不到钱，甚至还有可能亏本。”他说。恰好有个朋友在卖明斯克航母的门票和世界之窗的门票，利润非常高。于是他对门票生意产生了兴趣。

“当时有朋友建议，替我们做广告，但我们利润一定要低，冲信誉，要让更多的人去淘宝买门票。”胡鹏程说，“于是我们就把别人拿过来的 139 元的海洋公园的门票 140 元出售。”在拉人气、和吸引更多的人去网购之后，接连几年，胡鹏程的海洋公园门票已经是东南亚票市场的第一名了。

配套产品高达 10% 以上

胡鹏程最初几乎所有的努力都是为了冲量，于是就去找景区签协议，找别人拿票，几乎不赚钱，甚至亏本。现在他的所有门票都是一手资源，从 2009 年开始，和所有景区都已经是有协议的了，是直接现金采购。

“迪士尼和海洋公园，我们都是 5000 张一次采购的。现在 1 个月销售是 1 万到 2 万张迪士尼和

海洋公园。”他说，“景区保证给我的价格是市场的最低价。”

据胡鹏程讲，现在在淘宝上搜索到的，还有很多是他们的代理，包过深圳和内地实体店商家。但是，迪士尼并没有想象中的，带给胡鹏程多大的利润，据他讲，迪士尼仅仅只能作为他开拓市场的一个招牌罢了。现在在迪士尼门票上的利润，也就 5% 左右，其他的附带产品能赚到 10% 的利润。

胡鹏程说：“迪士尼其实整体是零利润。主要的利润来源还是附带的产品，门票基本上不赚钱。不过，餐券是赚钱的，最赚钱的是酒店。还有迪士尼的车票，这些的利润大概有 10%。”

“客人买了门票以后，我们会问问客人订房了吗，我们还有很划算的餐票节约你排队，还可以省钱等等，以此来提高客人的购买欲望。”他说，“要花很多心思，去开发些配套产品。”

整体利润年增长 2 倍—3 倍

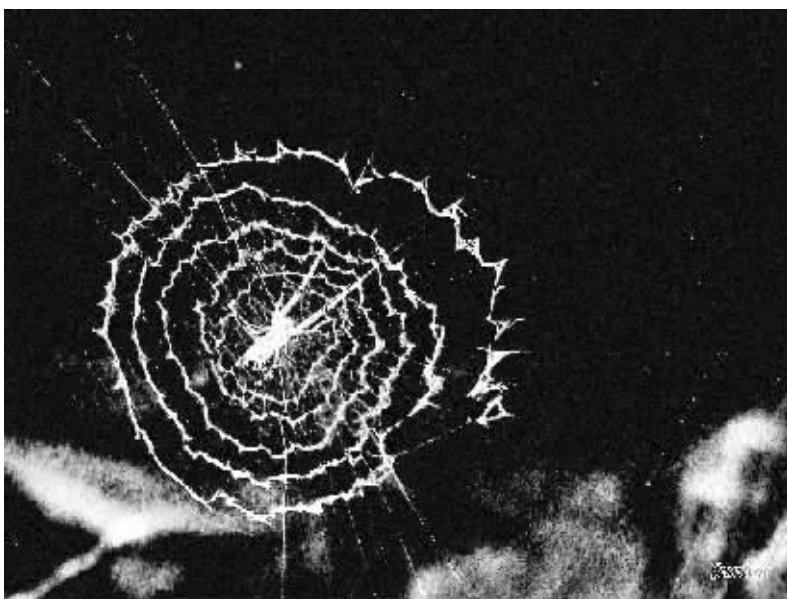
胡鹏程的公司已经从之前的 5 人发展到现在的 50 多人。自由行是公司的品牌，帮客人去香港旅游提供资讯、门票、酒店、车票、餐票等，一个行程下来，至少节约 1000 块钱。

但是，那么他们到底是怎么做到帮客人省钱的呢？胡鹏程表示，他们通过大批量的采购门票，和酒店签约包房，买段房。让数量拿到最低的价格。比如，每天买酒店 10 间房，一个月就是 300 间，这样酒店就会给出最低的价格，风险自己承担。假如酒店是要卖 800 元/间，胡鹏程能拿到的价格就是 500 元/间了。然后他再加一点利润，客人也是能省很多钱了。

之所以会这么自信，也是源于他目前的客源比较稳定，他说，自己已有市场，所以不怕。

他说：“我现在的想法是深圳的模式做好了，就开辟其他城市，现在比较看好三亚、上海等等。目前，深圳景区和电影票我们已经是卖得很火的，他希望能做成麦当劳的全国扩张模式。”

目前公司的整体利润呈现年增长 2 倍—3 倍。“预计公司今年的整体利润会有 500 万左右，我们现在在淘宝的营业额 1 个月是 500 万到 1000 万。”胡鹏程对记者说。（摘自《理财周报》董华 / 文）



“零加盟”你敢去吗？

这几年，加盟带动了一股创业风潮，然而随着一些无良加盟商的出现，加盟陷阱越来越多，不少初次创业的人动辄被骗去数十万的血本，引起了很多人的警惕。但是，最近记者发现又出现了一种新的加盟形式——“零加盟”，免费就可以加盟某个品牌开店，听上去似乎很有诱惑力。不少创业者也是冲着这个“零”去的，一下子省了不少加盟费，似乎很合算。可是，这个“零”到底是馅饼还是陷阱？

玄机一：“免费”仍需投入 20 万

去年年底，一则在网站上张贴的女装“零加盟”宣传吸引了在一家小公

司打工的吴先生的注意。“特许经营不需要自己花费太多时间，可以直接利用总部的品牌、商标、经营管理技术等。”看好加盟投资的“低风险”，对“加盟投资”一窍不通的吴先生联系了该家加盟品牌。对方热情地告诉他，可以“免加盟费”、“首付款 5 万元免费送货 5 万元”、“享受总部开业赠配 100% 调换货”等一系列的保障措施。除了这些常规手段，还可以省下 3 万元的加盟金，吴先生很是动心。但后来与商家一谈，才知道，加盟费只是很小一部分，如果加上进货款、装修及租赁费，吴先生前后还需要再投入了 20 万元。而这个投资能否得到回报，商家则避而不谈。

又咨询了几家号称“零加盟”的公司之后，吴先生才明白，很多“零加盟”指的是免去每年需缴纳的 3 万元加盟金，但不排除其他费用。首先要开店，前期就需投入 3 万元的保证金，以保证开店规模和时间达到商家要求，否则 3 万元保金不予退还。“这实际上和索要加盟费没什么区别。”吴先生说。

玄机二：加盟费转嫁到产品上

投资失败的林小姐沮丧地告诉记者，正是看中了零加盟费，去年底她兴

致勃勃实地考察了一家服装加盟公司。“我看了一大堆公司的证书、产品的国际认证，最后决定加盟经营。”当时公司工作人员递过来的近十套方案，“每套投资方案都有优惠，当时只想到没有加盟费很划算，没有认清项目的市场前景就盲目投资，结果产品在市场上反响并不好。”后来林小姐再去了解，发现这家公司的产品进货价格在推出零加盟后，均有不同程度的上调，“这分明是把加盟费转嫁到产品上了。”林小姐说。店面开张后，由于产品市场认知度不高，惨淡经营，最终因亏损而早早关门。

业内人士称，尽管目前特许经营门槛大幅降低，但难免有一些特许经营企业在相关的加盟环节上大做文章。不少商家悄悄将一些费用转嫁到产品和机器设备上，另外，总部的培训也是加盟最重要的环节，一些特许经营企业在允诺“零加盟”后，在培训支持上也大大“缩水”。

玄机三：加盟费变身“10 元管理费”

一直在寻找小本创业机会的小乔考察了一段时间之后，决定加盟一家很火的热狗连锁店，其中一个重要的原因是可以免费加盟，而一般的小吃店快餐店基本都要交 1 万到 1.5 万元的加盟费，据说这个“免收加盟费”的招牌吸引了小本创业者。公司承诺提供选址指导、店面装修设计以及产品配送等服务。

签约的时候，小乔才注意到有一条，加盟商必须签下 5 年的加盟经营合同，每天向总公司支付 10 元的管理费，小乔仔细一算，五年下来，管理费超过 1.8 万元，他这才恍然大悟：“一次性收取几万元的加盟费，很多人都会望而却步，而每天只收 10 元的管理费，加盟商就不会觉得多。”

记者发现，这种变相的加盟费还有不少新花样，有的还要求加盟商必须缴纳 1.98 万元的权益金。权益金按进货量逐步返还，每进 10 万元的货返还 3000 元，返完为止，中间停止经营，权益金不予返还。

（摘自《北京晚报》张鹏 / 文）

干洗加盟店 选址有哪些窍门

开设干洗店，选址非常重要，店面选择是否合理，几乎成了所有干洗公司对品牌加盟审核的关键。以下是笔者为创业者推荐的最佳选址几步法则。

一、选择大型居住小区附近。洗衣店主要是为顾客洗衣提供服务，因此开在小区附近会比较方便。在小区周围开洗衣店要考虑两个重要问题：一是是否便于居民出门和回家时取衣，洗衣店的价位是否与该小区的人均消费能力匹配。很多店铺虽然在小区附近，但居民上下班都需要走一段路才能到达，试想上班时一般都很紧张，没有多余的时间去送取衣服，而下班时又比较疲惫，懒得多走路。因此洗衣店的位置是否顺路很重要。

另一个问题就是要了解该小区的居民类型、生活水平、消费水平、消费能力。如果一个低价位的洗衣店开设在高档住宅区内，可能很多人宁愿多走些路也不会把衣服送到这个洗衣店里。一般人认为，高档的服装需要专业的清洗，而如此廉价的洗衣真的能把自己的衣服洗好吗？因此常常会舍弃这些低价位的洗衣店。

二、选择工厂、机关、商号集中地段。在大型办公楼林立的地段开设洗衣店，主要是为这些楼里的白领们服务。这类人群薪资收入较高、工作压力大、生活节奏快、在穿着方面比较讲究，对洗衣的要求也较高。

同时，一些行政单位也会产生大量的洗衣消费，但这些消费者多会选择店铺形象好、价格中上、服务质量优的洗衣店。

三、选择车站附近地段。火车站、汽车站附近是往来乘客聚集的地区，也是适合店铺开业之地。但这些地段消费者身份复杂，类型较多。一般比较讲究的人不会随便将衣服交给不了解的洗衣店，因此在这些地段宜于开设中低档洗衣店。车站周围固定人员多为外地打工人员，此处的洗衣店必须以价格取胜。

四、选择大型服饰商场附近。选择人气旺的大型商场开洗衣店也是较理想的。一方面是因为商场内的大客流量可能增加该店的认知度；另一方面，在选择店址方面，很多人存在误区，认为在繁华地段开店一定可以赚钱，却忽略了洗衣店的特性。洗衣店是个利润相对较薄的行业，而繁华地段无疑意味着很高的铺租，并且存在激烈的竞争，这一地段只适合那些有鲜明个性特色的店铺发展，其特征是商业效益好、投资量相对较大、回头率很高，否则高铺租低利润，哪个业主能吃得消？

五、竞争对手。调查商圈内所有洗衣店的位置、业务量、洗衣量、洗衣价格、形象档次、投资规模、洗衣和服务质量，从而评估该区是否适合我们再投资一家洗衣店，地理位置怎么选择以及投资规模的大小。

六、发展趋势。一般洗衣店都要开 5—10 年，时间越长，客户越稳定。所以在投资前应考虑未来几年内该商圈的情况，会不会转移、拆迁等问题。

七、铺面情况。根据投资规模大小来决定洗衣店面积的大小，即要设计合理，功能齐全，又无空间的浪费。店铺内电源是否合格，给排水、通风是否正常，是否进行改造等。

总的来说，好地段具有这些特征：人口密度高或人的流动性大；闹市区或繁华区；交通便利；易停车；车站、码头、学校、医院、公园、大学附近；成行成市的专设区。所以，创业者必须根据开设洗衣店的规模、定位、服务内容等各方面条件，精心选择适合的位置，才会有稳定、长期的经济效益。

（摘自《中国加盟网》）