

时尚气球展开财富翅膀

在欧美,气球已经形成一种特有的气球文化。而国内这一块则刚刚起步,商机初现。在北京有家时尚进口气球店的老板,抓住先机,专营造型新颖丰富、主题多样的时尚气球,开店之初每月利润在万元以上,现在利润则翻了几倍。

气球,五颜六色、花花绿绿的气球,在国内很多人眼中,是小孩子的玩物。但是,在国外,尤其是欧美,气球已经形成一种特有的气球文化。与这种市场需求相适应的是,国外已经开始形成专门的气球产业。而国内这一块则刚刚起步,商机初现。

在北京建外 SOHO9 号楼三层,有家名为气球女皇的时尚进口气球店,专营造型新颖丰富、主题多样的时尚气球,开店当月就实现盈利。目前店主正准备把气球店开进商场。

主题气球 造型丰富

走进气球店,记者看到,店里地上、墙上、顶棚都挂满了琳琅满目的

气球。这里的气球造型非常新颖,品种丰富。

据了解,店里的气球全部是从美国进口的。店里比较典型的几种气球主要是录音气球、3D 气球、站立气球。录音气球可以录音,把想说的话录进气球,收到气球的人一拍,就可以听到声音了。3D 气球的亮点是突出造型的立体感,无论是动物还是人的眼睛鼻子,都是凸出来的立体造型。站立气球则是气球可以站立。

这种进口气球与国产气球区别在哪里呢? 气球女皇的总经理胡新颖介绍,最大的区别就是质量,进口气球通常皮比较厚,结实,充好气后不会爆掉,同时颜色饱满、着色均匀。进口气球另一个特点就是种类丰富、造型多变,用胡新颖的话说,早已经不是我们传统气球的概念了,光生日气球就有上百种造型。“国外气球之所以造型丰富新颖,主要是他们有专门的气球设计师,就像我们的服装有专业的服装设计师一样,这样可以经常性不断推出新品。”

对于自己的气球店,胡新颖的定

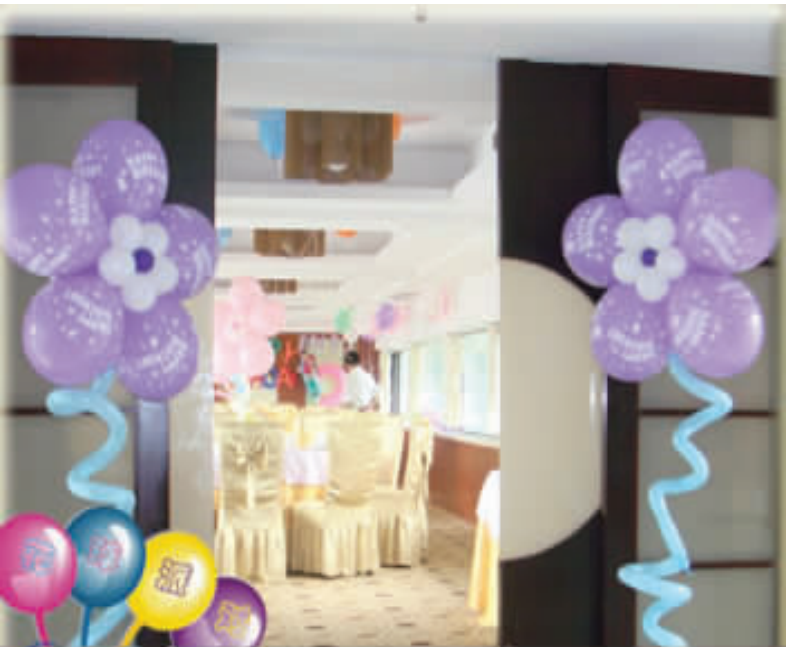
位是,做时尚个性的精品气球店。至于消费对象,气球店可以涵盖所有人群。时尚气球价格从 8 元到 298 元一只不等,基本按照大小来定价。

把梦想变成事业

成为“气球女皇”之前,胡新颖是一名典型的白领,在一家投资公司工作,过着朝九晚五的规律生活。胡新颖从小就喜欢气球,自称有“气球情结”。真正让胡新颖下定决心把梦想变成一份事业的,是一次偶然的机缘。

2009 年, 胡新颖的一位好朋友过生日, 她绞尽脑汁想为朋友送上一份别致的礼物。想到自己经常在欧美、日韩的时尚杂志和影视剧中看到一些造型可爱又浪漫又时尚的气球, 胡新颖决定就送气球。但是, 北京城虽然大, 商品虽然丰富, 胡新颖却找不到那些心目中美丽的气球。

“能给人带去快乐、传递美好的时尚气球,怎么能没有市场呢?”几乎是在那一瞬间她就决定:辞职,经营自己喜欢的气球。从辞职到确认北京



市场上有没有这样的气球店到注册公司, 胡新颖仅用了两三个月的时间。

时尚微博成推广主要渠道

在时尚气球的推广宣传过程中, 目前正流行的微博起了主力作用。作为一名时尚中人,胡新颖有自己个人的微博。她介绍,刚开店的时候,为了

让更多人知道时尚气球,她会借助自己的微博进行推广,周围的朋友也帮忙通过微博转发。

“微博这种飞速的人际传播真的太神奇有效了, 它是最好的广告,如果你的东西好,一传十,十传百,很多人马上都会知道。”同时,也正是微博,促使胡新颖下决心把气球店的网店也开起来。

(摘自《理财周刊》李玉荣 / 文)

90 后青年养殖竹鼠年赚 50 万

富川瑶族自治县的 90 后青年钟剑锋,在县人武部、工商、林业、民政、团委和当地党委、政府等的大力支持和帮助下,搞起了竹鼠养殖,仅去年竹鼠养殖收入就达 50 多万元,特色养殖让他敲开了“钱”景广阔的致富门。

钟剑锋是 90 后瑶乡青年创业致富的带头人。2008 年,钟剑锋技校毕业后带着满腔热情回到家乡,他认识到,想致富就要有创新意识,找准好项目。在县工商、林业、人武部等部门引导下,通过一番市场调查,钟剑锋发现竹鼠饲养具有价值高、市场需求大、高产、高效、低耗、节粮、风险小、占地少等优势,而家乡到处都有竹鼠食料,完全具备实行人工饲养竹鼠的条件。2009 年敢想敢做的他便以 5000 元起家,以 500 元/对的价格从桂林购买了 10 对种鼠,并到桂林竹鼠养殖场学习养殖技术,同时经常邀请林业、农业等部门技术专家前来指导授课,使他很快掌握了竹鼠养殖繁育技术。

在钟剑锋的悉心照料下,半年后,这批种鼠便成功繁育 30 多只鼠苗。尝到了甜头的钟剑锋更加坚定了要创办竹鼠养殖场的决心。但要创建竹鼠养殖场,单靠目前这几十对竹鼠繁殖发展还较慢,必须购进更多种苗。为了筹够创业资金,全家决定将家中的面包车变卖,加上亲朋好友的资助,筹集了 3 万元,办起了金星竹鼠养殖场。

为了拓宽竹鼠销售渠道和获取市场信息,钟剑锋一方面咨询当地工商、林业等部门,一方面申请注册开通金星竹鼠养殖网站,通过“空中高速路”,撒开竹鼠销售网,使众多外地客商通过竹鼠销售网站闻讯而来购买,市场供不应求,2009 年他的利润达 30 万元。

钟剑锋的创业成功带动了全村竹鼠养殖热潮,而对于村里想通过养殖竹鼠致富而没有资金购买种鼠养殖的群众,他很乐意把种鼠赊给有困难的群众养殖;养殖农户销售信息不灵通的,钟剑锋又给养殖农户当起“销售媒婆”,及时帮助养殖农户提供竹鼠销售渠道,并建立“竹鼠养殖科技门诊”,全心全意为养殖农户提供技术指导帮助,为他们解除后顾之忧。目前全村已发展了 20 户竹鼠养殖户。

(摘自《青年创业网》)

“腼腆男”网上掘金有秘诀

卖家电亏损几万元

胡健的学历不高,高中毕业后就开始在外打拼,干过保安,干过服务员。24 岁那年,他决定学习家电维修,掌握一门安身立命的手艺。家电维修并不难,他只学了不到 8 个月,就能自己处理各种问题了。几个月后,他在乡里开了一家店,专卖家庭影院用的音箱、话筒、DVD 等,同时也帮别人修理家电。刚开始,乡里只有他一家家电专卖店,生意很好,可是后来,又新开了好几家家电店,他的生意逐渐衰落。两年后,竟然亏了好几万,他只好将产品低价处理,然后关门歇业。

胡健将店铺关后,并没有灰心丧气,而是总结经验教训。“我最先开的店,为什么我最先倒闭呢?”这个问题,他思索了很多遍。在排除了各种技术方面的原因后,他认定是自己的性格太腼腆了,不适合公关,不懂拉客户。

做生意,公关很重要,为了改变自己腼腆的性格,他开始北上,到北京的娱乐城去打工。“娱乐场所是各种各样的人出没的地方,我就是想到那样的环境中改变自己。”胡健说。在娱乐城里,他做过服务员,做过调音师,还做过领唱歌手。可是他发现,虽然自己在各方面都做得不错,但是仍然不善于公关。他和人面对面交谈时

就会紧张,声音会发抖。

开网店月入 20 万元

胡健爱唱歌,但离开娱乐城后,他就很少在公共场合唱歌。2009 年,他来到武汉打工,累时就喜欢上语音频道网站 K 歌。由于一个 K 歌房间往往能容纳成百上千人,许多网友就问他哪里能够买到好的 K 歌装备。刚开始,胡健会向网友一一介绍自己的装备,并告诉他们怎样配置。到后来,他就心里琢磨:“既然这么多人想买装备,为什么我不开个网店卖这些产品呢?”

2009 年 4 月,胡健在淘宝网开了一个网店,专门卖话筒、耳机、声卡等网上 K 歌装备。开网店的成本不高,也不需要和别人见面谈,所以一有空,胡健就会装饰自己的网店。他卖出去的第一件商品是一个 100 元的话筒,赚了 10 多元钱。钱虽少,却让他看到了希望。网店开了不到 4 个月,月销售额就达到了 8000 元。“要想把网店开好,就要时时刻刻守在电脑旁,随时解答顾客的疑问。”胡健说,到 8 月份时,他就辞掉了工作,一门心思开网店。当年年底,他的月销售额突破 6 万元。现在,他每个月的销售额能轻松过 20 万元。

成功秘诀是细致服务



专门卖网上 K 歌装备的网店并不少,仅武汉就有 10 多家,胡健的店铺名气却排在淘宝个体店的第一名。他有什么诀窍呢? 胡健说,细致的服务是制胜秘诀。

网上购物,消费者最担心的是买到不如意的产品但不能退货。胡健介绍说,许多消费者看到真品后,会有遗憾,往往会咨询是否能退货。“我交了‘消保押金’,如果消费者付了款却没有收到产品,那么网店就会从‘消保押金’中扣钱退还给消费者。”胡健还承诺,如果消费者在购买产品后不满意的,可在 7 天内退货。“不管是因

为产品本身有问题,还是消费者买了又后悔的,只要他退,我们就会接收。”正是这种无理由退货的服务,让他的网店信誉度很高,店铺名气也慢慢提升起来。他的网店每天能吸引顾客 1000 多人,每月成交量将近 500 单,退货却不超过 10 单。

胡健的网店销售额直线上升,他的理想也逐渐成型:将个体网店升级成网上商城。“只有开网上商城,才能吸引足够多的顾客,才有实力卖各种各样的电子产品。”胡健说,他的理想正一步步实现,也许不久就会注册公司,开网上商城。

(摘自《进入电子报》甘琛 / 文)

刘颖:网聚 400 万妈妈的力量

小孩一直哭闹,应该怎么处理? 上妈妈网问一下。昨天在商场买的厨具不喜欢,想转手怎么办? 上妈妈网发个帖子吧。我的房子装修,哪个装修队瓷砖铺得好? 上妈妈网找个口碑好的。在广州,几乎所有上网的妈妈或者准妈妈都多少知道这个网站——广州妈妈网。经过几年的培育,这个曾经被誉为“广州最火的女人社区”已经在全国 40 多个城市落地开花,会员达到 400 万人。

朋友退出,接手网站运营

刘颖并不是最初建立妈妈网的人。刘颖回忆说,2005 年初,自己的儿子出生,作为妈妈的她自然也迷上了妈妈网。“其实最初是我的朋友建立了一个 QQ 群,是妈妈们、准妈妈

们加入聊天的群,聊怀孕、生产还有养小孩的经验,交流一些信息,后来人多起来了就建设了网站。”

2004 年底、2005 年初的时候,广州妈妈网正式上线。可以说,在广州的准妈妈或者妈妈们如果上网,都会或多或少接触过这个网站。尽管有广州妈妈们的追捧,但并不成形的网站却一直举步维艰。“当时网站是站长与别人合用空间,连服务器都没有,运作也很简单。”随着网站的会员越来越多,刘颖的朋友也渐渐难以应付。无力继续运作网站的朋友此时便萌生了退意。

于是,刘颖在 2006 年做了个决定,从朋友手中把网站买了下来。

自主创业,人生从此改变

虽然接下了妈妈网,但刘颖并没有想过这个小小的网站可能改变自己的生活轨迹。作为一家知名日化厂商的市场部负责人,刘颖从 2002 年开始就一直在跟快销品的市场推广打交道。“当时我找了一个人专门来‘照顾’妈妈网,然后自己就兼职来做一些相关的工作。”

这种兼职生活维持了不过一年的时间,刘颖就被推到了一个十字路口

口前——近 8 万人的会员规模和越来越大的流量,只提供简单的日常维护已经不能满足妈妈网的需求了。多年的快销品从业经验,为刘颖培养了敏锐的市场判断力和果断的决策力,于是,她决定辞职,彻底投身互联网行业。

2007 年,刘颖成立广州盛成文化传播有限公司,妈妈网也才算是正式地成立,而公司成立时,包括刘颖在内也不过只有 10 个人。

顺势转型,摆脱“母婴”模式

不过,在妈妈网正式建立起来以后,刘颖和她的团队也发现了不少问题。“当时,母婴类的广告是我们最主要的收入来源。虽然广州妈妈网在广州已经很火了,但由于是区域性的网站,因此在和一些大品牌谈广告时还是有难度。”刘颖发现,妈妈网要走出去才能破解瓶颈。于是,妈妈网开始在其他城市落地,而使用的也是落地城市妈妈网名称。

凭借着刘颖做快销品市场推广的经验,妈妈网在各个城市的落地也进展顺利。目前,妈妈网上可提供 42 个城市落地服务,除了北京、上海、深圳这些一线城市外,在肇庆、邯郸、九江

等中小城市也落地了。

“作为一种社区论坛型网站,本地性是我们必须要坚持的。”对本地信息的重视,也正是刘颖对妈妈网的另一个重要规划——摆脱“母婴”模式,做本地信息平台。

模式诱人,资本主动上门

刘颖说,每次对妈妈网投入一点,网站就会做得好一点,也就会看到更大的希望。从 2010 年开始,就陆续有机构找上门,想要投资妈妈网,而这是几年前他们所不敢想象的。“一直以来,这种社区论坛类的网站是不被外界看好的,因为他们没有自己的盈利模式。”除了宝洁等大品牌外,妈妈网目前有 30%左右的收入是来自于本地的中小型企业。

妈妈网的第一笔风投资金将在今年 5 月份到位,无疑会带来更强大的支持。“一直以来,技术都是我们薄弱的环节,有了资本的支持以后,我们将会在技术上得到提高。”刘颖告诉记者,去年妈妈网已经略有盈利,销售额也翻了一倍,不过妈妈网目前的战略目标还是推广,而不是盈利。

(摘自《新快报》张潇 / 文)

归国博士网上卖航模 做老外生意

年入 100 万美金

从夹着书香古卷带着秦腔尘土的西安离开时,Perry 的梦想是到异国攻克学术领地。2007 年,他顺利拿到英国威尔士大学 Bangor 分校计算机博士,依偎着温柔的威尔士海湾,Perry 的心中感慨万千,4 年异国求学生涯,此刻他决定回国创业,实现自己这几年来的想法——“与全世界做生意”。

坚持梦想

在外人看来,Perry 的生活似乎很自由自在,有自己的店,每天不用打卡,时间自己安排。Perry 笑笑:“我是每个时刻都在工作状态。”

2007 年底,Perry 回国创业,首选的项目就是开网店。不过他的网店赚的可是外国人的钱,“我在英国读博的时候就想着要把中国的产品卖到全世界不同的国度去。”在威尔士精美的货架上,那些或小巧精致或大方典雅的商品背后,总是刻着“made in China”的烙印,这个印记也深深烙在 Perry 的心里。

倾其所有,10 万的启动资金,Perry 在 eBay 上开起了他的第一个网店,开始在全球“集市”上对着不同肤色的人吆喝他的中国商品。

而在彼时,“淘宝”正在国内横行天下,“海外贸易”还是网店经营的处女地,由于外语及法律知识的限制,许多网店经营者尚未把目光投向这里。

玩具打头阵

Perry 的网店最初的主营产品是航模玩具,“在国外有相当一批数量的航模‘发烧友’,他们喜欢收集各式各样的航模,已经形成一个庞大的群体了。”Perry 说,“加上我在国内有固定的货源,在价格上比较有优势。”Perry 刚好有一个朋友在国内做航模类的代理商,他可以轻易地拿到各种品牌的航模商品。

Perry 所销售的航模在国外的售价和国内差价在 1 倍左右,“我们的售价就是在国外售价的基础上优惠 20%。”Perry 说,扣除掉成本,利润相当可观,当然,要有顾客光顾才行。

开店伊始,Perry 形容自己每天的生活是“清闲”。他的商品种类比较少,光顾的人也较少,“一天就做几个单子,1 个月的销售额就几千美元。”他每天不停地更换新产品、拍图片、写产品描述、在网络上做广告。为了吸引客户,他会调低一些商品的定价。

孤身奋战的日子并没有持续太久,一年多后,Perry 的网店有了自己的第一个员工,而成交数量也跃升至每天近 20 个单子。

汇率栽跟头

销售额在节节攀升,Perry 却发现账面上大“绿”一片。“当时真是傻眼了,本来看着销售额那么高还一直喜滋滋的,后来才发现,我 1 个月就亏了 3 万,不知不觉亏了 3 个月才发现。”Perry 告诉记者,异常的大涨“迷惑”了他的双眼,没想到一场金融危机带来的澳元大跌给他“挖了个坑”。

Perry 的产品主要销往欧美和澳大利亚,“2008 年最剧烈的时候,澳元震荡了近 30%”,澳元大跌让他在汇率上栽了很大一个跟头——3 个月净亏损 7 万元人民币。

加法经营

面对人民币升值的大趋势,被动提价也不是长久之计。2010 年 5 月,Perry 开始筹谋开拓新业务。在 eBay 的销售排行榜上,3C 产品始终名列前茅。Perry 联系了几个供货商,开始把 3C 产品搬上自己的货架。“3C 的利润虽然没有航模那么高,但是产品种类非常丰富,现在销售的有 1000 多种,并且在价格上也可以和国外卖家拉开档次。”Perry 说。

现在 Perry 的网店每个月的销售额可达 8 万美元,一年接近 100 万美元,“利润率在 10%—15%吧”。而他的团队也由最初的单枪匹马扩张到 7 人。

(摘自《理财周报》林虹 / 文)