

考古 DIY 儿童玩具 投资小赚钱多

DIY 益智手工产品,能引起孩子们的好奇心和兴趣,产品既能培养孩子们的动手能力、独立思考能力又能激发孩子们的创造潜能充分发挥孩子们的想象空间,综合培养孩子各方面的技能,让儿童从小养成良好的兴趣爱好。

中国儿童的美术、手工课只能在教学大纲、教案的框架内亦步亦趋,难以与社会发展和儿童需求同步,远远满足不了孩子的童趣及“玩心”。体制内形成的素质教育需求却要到体制外寻求满足,教委、学校倡导的目标,却需要到市场中得以实现,社会、家长提出的疑问要由商家和企业予以解答,这为儿童 DIY 益智玩具带来了巨大商机。

而且,据了解在中国 14 岁以下的儿童近 3 亿,每年蕴藏着 3000 亿

元的巨大玩具消费市场。由于“一孩制”的生育政策和收入水平的不断提高,父母都乐意花钱在子女身上,增长潜力极为可观。

考古玩具是近年新兴的 DIY 益智类玩具。考古玩具即把相关玩具(恐龙、兵马俑、陶器及古代动植物进化化石等等)埋进泥土,然后经过多重工序加工而成,孩子通过产品里面的挖掘工具,自己动手从泥土里面把玩具找出来,进行拼接、上色、修复组装好。考古玩具集考古、寻宝、探险、益智、娱乐、教育于一体,整个游戏的过程是一个模拟考古的过程,孩子们在娱乐的同时,锻炼了动手能力、手眼协调能力、综合分析能力、抽象思维能力、丰富了考古知识,增加了学习兴趣。孩子们在体验考古乐趣时接受一次文化的洗礼,探索远古生命的

踪迹……

孩子在玩考古玩具时,父母共同参与,可以增加亲子感情。孩子亲手完成发掘工作以后,桌面上也增加了一个极具观赏性的工艺品。

永春泓艺玩具就是中国最早生产考古玩具的厂商之一。该公司是集开发、生产、销售于一体的专业型工艺玩具企业。自建厂以来,不断发展扩大,有不少创新产品推出,产品远销世界各地,并且为欧美日多家玩具公司承做 OEM 订单。

公司主营产品有挖掘恐龙化石、挖掘恐龙骨骼系列、挖掘兵马俑等 17 个系列。公司研发的考古系列产品寓教于乐,通过模拟考古实践,直接带孩子进入考古学的核心领域。开发孩子的动手能力,自己挖掘,自己发现。



益智产品,既代表国际潮流又符合国家“素质在先”的教育改革,更对孩子的胃口,让家长笑逐颜开。目前绝大多数的家长已经由购买中、低档电池玩具转向益智产品,价格实惠

开一家时尚美味的陶瓷烧烤店

传统烧烤,由于烟熏火燎、灰飞雾绕、不卫生,一直登不了大雅之堂。但是人们对于烧烤的热情,从来未曾因此而减退过。陶瓷烧烤,它采用耐高温的陶瓷材料作为烤盘,对各种食物进行烧烤,不仅可以保持食物的原汁原味,还不污染环境。

【市场前景】

虽然韩式、日式烧烤已经逐步取代了传统的中式烧烤(传统中式烧烤因为存在烟熏火燎等缺陷,而逐渐被淘汰),成为不少年轻人青睐的就餐方式。但是韩式、日式烧烤也存在着价位较高的问题,并非所有人都能接受。而且口味单一,无法满足国人对食品口味多样化的需求,这就给陶瓷烧烤提供了发展的空间。目前重庆市出现的三家陶瓷烧烤店,日进账均超过万元。

【揽客招牌】

◆价位低廉——陶瓷烧烤的顾客定位为普通消费者,两三个年轻的男性消费者吃一次陶瓷烧烤(以肉类为主),总花费不会超过 60 元。

◆吃法多样化——陶瓷烧烤专用的灶具。不仅能实现烧烤功能,还能实现火锅功能。这也是陶瓷烧烤在重庆市场一出现就受到消费者欢迎的原因。

◆DIY 方式——食客可以自己亲自动手烧烤各类食物。



【投资效益分析】

投资方式可以分为两种:

- 1、独立开店:最低投入资金为 30 万元(主要用于原材料采购、设备采购、店面装修和流动资金)。店面面积约需 200 平方米,放 20 张桌子,员工 10 人左右。陶瓷烤炉可以到广东、义乌等地的批发市场进行采购。
- 2、加盟:启动资金大约为 15 万元。其中,流动资金 3 万元,加盟费一般为 2 万元(根据店面大小、区域市场大小、加盟费用不同),原材料采购、房租、设备采购等其他费用大约 10 万元。(以上投资额度因地区差异而不同,仅供投资者参考)

陶瓷烧烤的毛利率约为 50%。从目前三家陶瓷烧烤店的运营情况看,独立开店的投资者,大约 12 个月之后可以收回前期投资,选择加盟的投资者大约七八个月可以收回前期投资。

【投资建议】

- 1、店铺租金不宜过高。如果店铺月租金超过了利润的 30%,那么投资者的资金压力将会大大增大,一般租会为利的 15%左右比较适宜。
- 2、店址可以选在大学城、高档居民小区或超市内。
- 3、投资者应该了解,一只牛可以用来烧烤的肉仅为总量的 40%左右,一只羊可以用来烧烤的肉为总量的 70%左右,一只猪可以用来烧烤的肉为总量的 60%左右。因此这些肉的进货价格相对较高。如果做促销宣传,不宜从这三种肉上做文章,可以从蔬菜、鱼类、水果上进行相应的促销活动。
- 4、因为陶瓷烧烤在烧烤过程中,不添加任何佐料,所以投资者能否制作出吸引顾客的酱料(供顾客食用烤肉时蘸食用)是至关重要的。

(摘自《慧聪网》)

便携式照明市场兴起 LED 光源成投资热点

随着近年来自然灾害不断以及人类向往健康自由的生活方式导致便携式照明越来越被人们看重,从应急照明到户外出游,便携式照明都是居家必备之物,但是传统的便携式设备技术老套、设计笨重,而且节能型和环保型都大打折扣,于是新生代的 LED 光源便成了热点。



便携式照明即是指体积小、重量轻,具备一定移动性的照明产品,一般为手持式的电子照明工具,属于照明行业的一个分支。

两大因素催动 LED 市场兴起

一、灾害频发引发社会问题,电力安全受到威胁。近年来,世界各地自然及社会灾害频发。例如,2004 年发生的印度洋海啸,造成 15 万人死亡,几十万人无家可归;2005 年南亚地震,导致 300 多万人无家可归;2010 年海地地震,导致 11 万人遇

难,300 多万人成为难民;2011 年日本海啸造成数千人死亡,上万人失踪。自然灾害频发的同时对灾区电力设施等公共设施造成巨大破坏,电力设施处于瘫痪状态,对灾区的应急救援工作的开展造成巨大障碍,电力的短缺也给灾区人民的日常生活带来了极大的不便。便携式照明灯具作为灾害发生后电力供应的补充措施,对救灾工作的快速开展和维持基本的日常生活照明,都起到了不可替代的作用,便携式照

明灯具也获得了广泛的应用。

二、发达国家户外运动发展迅速,带动便携式灯具使用。近年来人们对健康生活方式的向往,导致户外运动有相当广泛的群众基础,为户外用品产业的发展提供了根本的动力。便携式灯具作为户外用品的一部分,表现出朝阳行业快速发展的强劲势头。

而随着传统光源产品的逐步淘汰,LED 新型光源产品价格降低,应用 LED 光源的便携式照明产品占整体产品的比重将显著提高,成为行业发展的新热点。

节能、环保、高效、稳定四大特点

LED 光源与传统光源相比,具有节能、环保、高效、稳定等特点,在使用移动电源的便携式照明设备上应用,可以有效提高照明设备的工作时间、降低产品重量,使之更具移动性。但过去受制于 LED 芯片价格

因素,LED 光源在便携式移动照明设备中的应用仍有待提高。

随着 2008 年以来 LED 产业逐步成熟,LED 光源价格逐步降低,大大提高了便携式照明设备制造商对 LED 光源产品的承受能力。同时,LED 光源产品性能的逐步稳定,也在一定程度上刺激了便携式照明设备制造商选择 LED 光源作为设备光源。

据中国照明电器协会统计分析,2010 年我国 LED 光源产品在便携式照明设备中的渗透率达到 35%,至 2013 年将达到 65%左右。

综上所述,随着全球经济的整体复苏脚步加快,我国便携式照明产品行业将继续保持稳定发展态势。同时随着我国 LED 产业的不断成熟,LED 光源性能趋于稳定,价格逐步回归理性,LED 光源在便携式照明产品中的应用将成为行业发展的新方向。

(摘自《中国建材第一网》)

十字绣热潮未退 立体绣闪亮登场

十字绣的热潮还未退却,近来一种制作起来比十字绣更简单快捷的手工艺品又悄然兴起,它以简单的制作工艺、精美的图案、舒适的手感、实惠的价格受到不少手工爱好者的喜爱。

【立体绣登场】

在十字绣风靡多年后,近两年,一种新的技术产品又问世了,并迅速抢占市场,不少原本钟情十字绣的“现代淑女”,纷纷把注意力投向这一新事物——立体绣。

所谓立体绣,是一种在立体绣面料上,利用绣线,按照设计步骤,根据图纸的设计要求来表达或体现对象立体效果的一种 DIY 绣。立体绣与十字绣虽同为 DIY 绣,但两者最大区别在于十字绣是一种平面化的手工绣,而立体绣则是一种立体的概念,是在十字绣延续基础上的再升华,立体、美观又实用是其一大

特色。这种新的消遣性的装饰品,绣格要比十字绣大,用的是毛线。根据提示说明书,剪下相应的绣板,用各色毛线在上面绣出不同的图案,再把各小片拼接起来就成形了。

作为十字绣的发展和延续,立体绣几乎涵盖所有十字绣的用途,却更形象化、立体化、功能化。它造型各异,能做成纸巾盒、储钱罐、储物盒、相框、杯垫、书签、风铃及各种家居或随身饰品,实用且美观,吸引颇多时尚女性的眼球,由此成为继十字绣之后的新商机。

【开店指南】

立体绣作为十字绣的“更新换代”产品,技术含量同样较低,无论对于店主还是顾客都很容易学会,尤其适合于女性,因此,仍可将女性朋友作为目标消费群。

若投资专卖店,选址方面应选择繁华闹市区或客流量大的商场、超市。但必须提醒,作为 DIY 项



目的一种,在市场先行者取得成功以后,通常会有一窝蜂的跟风者加入,不仅会加剧市场竞争,甚至还会破坏市场秩序,这是投资者应当关注的风险所在。

【成功案例】

上海姑娘小潘,开有一家立体绣专卖店。途经她的小店,起先会很容易被视作一般的十字绣商铺,但稍加留意就会发现不同。在店前展示、店门悬挂及店内摆设的,不是平面的一成不变的十字绣画框,而是立体可爱的立体绣成品,诸如风铃、钟表、相框、纸巾盒、手机座、首饰

陶瓷首饰受捧 市场潜力巨大

随着新思想、新文化的冲击,传统陶瓷融入新的元素。近几年,一种新的文化创意——陶瓷首饰正快速发展。陶瓷首饰的出现,打破了中国首饰一直停留在原有的珍珠、钻石、水晶、金属、木头等主原材料的局限,创造了一种意蕴集永的艺术形象,满足了不同个性的人们对现代首饰的多种审美需求。无疑,陶瓷首饰有着巨大的市场潜力。

一、新颖与时尚

在陶瓷首饰制作上,则具有强烈的探索性和实验性特征。陌生事物走向市场需要打破人们的接受定式。新生代消费群体思维活跃,热情奔放,富于幻想,保持着一种求新、求异的状态,容易接受新事物。在消费市场上,他们常常是新产品的首批购买者和消费带头人。陶瓷首饰走向市场并被消费

者认可他们起着不可忽视的引导作用。

二、体现文化因素

以陶瓷制作首饰,亦被赋予了中华民族明显的民族特征和文化价值,描绘这中华民族的心理、精神和性格的发展变化,伴随着中华民族的物质文明和精神文明而前行,反映这中华民族的文化信息和时代特征。此外,陶瓷首饰的原料是无危害性和环保性的。消费者可以感受到陶瓷首饰是一种有益于人类健康的“绿色首饰”和其所蕴含的人文关怀。

三、体现情感因素

人与自然、人与社会的关系越来越错综复杂,人们对自身与环境的关系体验情感也越来越深化、复杂,人们常常处于难以描述的情感生活中。大工厂生产出来的机械制品整齐划一

显得缺少个性和变化,让人们觉得冰冰缺少人情味。陶瓷首饰重视新的表现方法和新的表现形式,表现现代人的理想、个性情感心理、意识的流动对这个世界及社会的多种认知和审美价值的作品形式。由于粘土和火所具有的性质,从而带给人们的由传统记忆而来的亲近,人们能从其中体会到孩童和原始人般的单纯、直接、率真以及那种毫无束缚地去表现自身强烈的情感冲动。

四、突出个性与自我

如同现代艺术精神主张人的内在个性的独立性和外在形式的张扬,陶瓷首饰与传统首饰相比一个不同之处就是内在精神和外在形式的统一性表达,注重创作个体的原创价值和自我价值的体验。陶瓷材料具有极强的可塑性,给与设计者广阔的创作



空间。陶瓷首饰表面有意或无意留下的各种肌理效果,需要艺术构思和表现技巧,是一种带有个性色彩的精神劳动结果。

现代消费者心中常常有一种“唯我一个”的“唯一”意识,希望自己是

“与众不同的一个”。陶瓷首饰在设计上,式样丰富,很少拘泥于一种形式的反复出现。陶瓷首饰以其自身独特个性而能迎合他们“拥有唯一”的心理,常常能引起消费者的购买行为。

(摘自《商界财视网》)赵贞标/文)