

“把小洋芋炸出大品牌”

在云南，大街小巷都不乏很多卖炸洋芋的人。但在尹娜和李佳错的薯庄里，不仅能吃到传统口味的炸洋芋，连芥末、泡椒、咖喱等味的炸洋芋也能吃到。薯庄开业仅两个多月，已经开始稳步盈利，月入可达三万以上。他们坚信，炸洋芋也能做出品牌。

弃酒吧研究炸洋芋

走进尹娜和李佳错的薯庄，里面干净优雅，愉悦的乐声缓缓流淌。40多平米的店面被分为两部分，一半是“工坊”，一半是为顾客提供的小空间，墙上挂着工艺品，墙根有个小书架，摆着各种杂志。如果不是墙上那幅土豆画，谁也不会把如此“艺术”的地方和炸洋芋联系起来。

听到这样的评价，尹娜开心地笑了。因为，这就是薯庄在外观装修上与其他炸洋芋店最不一样的地方。这样的想法得益于他们夫妻之前开酒吧的经历。2007年，尹娜夫妇在人民西路昆明学院旁开了间酒吧。经营生意之余，他们思量着再做什么。见酒吧附近有卖炸洋芋的摊子，只要有人来酒吧，洋芋摊的生意也很不错。于是，两人便在酒吧外隔出了一块空地卖起了洋芋。或许因为家里经营过小吃，只要吃过尹娜制作的炸洋芋的人都会竖起大拇指。甚至有朋友提议，让他们不要做酒吧生意了，好好研究下炸洋芋。

“开始也没放在心上，后来遇到拆迁，就换了工作。”关闭了酒吧，李佳错开起了自己的美发店。经营美发



店一段时间后，夫妻俩想起开酒吧时别人对炸洋芋的认可，两人顿时来了主意，将目标锁定为炸洋芋。

远赴会泽“取经”

为了了解市场，品尝到更多的口味，两人开始到昆明的大街小巷吃各种炸洋芋，李佳错甚至还专门回到会泽去试吃。经过对比，尹娜觉得自己

秘制的味道比市面上的炸洋芋更胜一筹，研究得差不多了，便定下目标，要将自己独特的炸洋芋做大做强，做成品牌。于是，两人在龙泉路靠近师大的附近找了一间40多平米的店面，而顾客主要是学生。

今年4月11日，夫妻俩的薯庄正式开业。没有太多的宣传，开业当天，尹娜准备了一大盆炸好的洋芋，站在店门口请过往的行人试吃，吃过

的路人都给出了很高的评价。尹娜清楚记得，开业当天卖了158元，开了个很好的彩头。起初，夫妻俩预想，第一个月只要不亏钱就行，哪知一个月后，小店不仅没亏，还赚了一些，这让两人很惊喜。

“口味”创新才是王道

尹娜说，在打定主意做炸洋芋生意之前，自己就做过一个初步的估计，在云南，10个人里，至少有7个人是喜欢吃洋芋的，而在老百姓的餐桌上，洋芋永远最受欢迎。在尹娜的薯庄，炸洋芋不仅能做出独具特色的香辣、麻辣味，还有6种不同口味。除了番茄、椒盐、咖喱，还有特色的泡椒、蒜香、芥末味。

附近学校前来购买的学生对薯庄的蒜香味炸洋芋赞不绝口，虽是蒜香，但几乎没有大蒜味，很适合吃不了辣的人。泡椒味的更是深受顾客们的喜爱。

尹娜说，炸洋芋太普通了，做饮食行业最大的资本就是味道。如果跟别人一样，口味只有简单的两种，那根本做不大的。“既然选择做这一行，我就想把它做到最好。”于是，除了讲究洋芋的产地和新鲜外，尹娜不断地研究新口味，什么时候有了新想法，立刻就去做，做好就给老公尝，李佳错觉得不错，再给朋友试吃，得到大家的肯定便正式外销。“只有不断地做出属于我们独一无二的新口味，才能适应竞争。”尹娜说，这是她努力的方向。

（摘自《生活新报》杨燕明 / 文）

80后小伙养特种鱼成千万富翁

2001年，中专毕业的李军，年仅19岁。他率先回村自学养殖特种鱼，成为东西湖区水产行业最年轻的千万富翁。此外，他还发起成立了锦军水产专业合作社，带领200多户村民一起致富。他预计：3000多亩的养殖规模，今年年产值过亿元。

弃保安工作回家养鱼

2001年，中专毕业后的李军找不到理想工作，在常青花园小区当起了保安。

一次，他和几个朋友到餐馆吃饭，要了一盘鳊鱼，价格100多元，“其实，这种鱼在我们村很常见，没想到这么贵？”这年，他辞掉工作，在华南海鲜市场做调查，并翻阅了一些养殖鳊鱼的书籍。

19岁的李军有了创业冲动。他决定，回家养殖鳊鱼。事实上，荷包湖农场水源充足，鱼塘多，具备鳊鱼养殖条件。他把想法跟父母和盘托出，“我的话还没说完，就遭到了父母的强烈反对。”但李军的哥哥李允表示支持。父母无奈，只得同意兄弟俩，并拿出了11万元积蓄予以支持。

第一年亏得血本无归

挖鱼塘，盖棚屋，找鱼苗，置增氧

机，李军信心满满。2002年，他用16亩鱼塘养殖鳊鱼，并花了2个月时间，到汉江边找渔民收集了万余条小鳊鱼苗。曾养过鳊鱼的蔡师傅告诫他，“鳊鱼要吃小活鱼，死鱼不吃，饿了就互相残杀，且对水质要求很高，缺氧就死。”

李军从广东引进了300万条小麦鳊鱼作为活饵料养殖。但给鳊鱼喂多大的饵料鱼，又是一门学问，“太大，吃不下去；太小，增加了鳊鱼的捕食活动量，影响生长速度；太多，耗氧高，鳊鱼难受。”7月的一天，离鳊鱼上市仅3个月。天气闷热无比，耐氧能力差的鳊鱼，纷纷浮出水面。浮头就意味着死亡。当李军开始抽水、转塘时，一切为时已晚，整塘鳊鱼瞬间全军覆没，损失达10万元，血本无归。

债主紧逼险些卖掉鱼塘

李军的失败，引来了村民们的嘲讽。“你搞这行不行，完全是瞎掰。”当时，在村民汪文学看来，李军成不了大事。

经朋友介绍，2003年，李军赴黄冈罗田县找郎正全师傅学技术，并一呆就是3个月。郎师傅将自己的鳊鱼



育苗孵化、养殖技术，全部教给了李军。

李军回家后再借了3万元钱，购了8000条鳊鱼苗。但这么多鳊鱼的“吃饭”难题，又让他栽了跟头。“饵料供应不足，只能眼睁睁地看着鳊鱼自相残杀。”

3年的时间，李军先后亏损20万元，债主无数。2004年春，李军家穷得连买米的钱都没有了。恰巧在这一年，哥哥李允患了肾病综合征，需要大量的钱治病。一些债主眼看李家无钱还债，甚至抱走他家的电视等值钱物件。在他困难时刻，李允的岳父出手，帮他解了燃眉之急。

亩产2500斤鳊鱼创养殖神话

2005年5月，连败3年的李军，放手一搏。他找亲戚、朋友再凑了5万元，购置了自动测氧机。实际上，此

时的李军，其鳊鱼养殖技术，已是十分成熟，“何时下饵料，每亩下多少，何时换水、消毒，这一切我了然于胸。”

为了解决“活饵料鱼”供应问题，他将“麦鳊”养殖交给其他村民，然后以2.5元价格收购。2005年，他承包的50亩鱼塘，收获了8000斤鳊鱼。当时，鳊鱼价30多元一斤，这年，他的毛收入近30万元，纯利润达15万元。

2006年，李军扩大了养殖面积，承包的鱼塘面积达100亩，他拿出70亩养殖鳊鱼，此外，还用30亩养殖新品种“黄颡鱼”，实现多元化养殖，分担风险。“黄颡鱼可高密度养殖，耐低氧，抗病能力强，产量易保证，风险系数相对较小。”

这一年，他的毛收入有200多万元，纯利润就有100多万元，并且创造了我省鳊鱼养殖亩产2500斤的神话。

2009年，李军发起成立了锦军水产专业合作社，截至2011年4月，该社社员发展至200多人，养殖面积达3000余亩，预计年产值过亿元。

今年，李军还扩大了养殖品种和规模，并在黄陂承包了300多亩水域，养殖鸭嘴鲩、鲈鱼。目前，他正在通过中间商联系销售渠道。

（摘自《武汉晚报》张勇军 方懿 / 文）



大众浴池 每月入账5000元

随着人们生活条件的改善，不少人都有了在家洗澡的方便条件，但选择去物美价廉的大众浴池洗澡的人依然不在少数。由于市场需求量较大，许多创业者都盯准了这一行业，那么在沈阳开个浴池到底需要多大的投资？它的利润有多少？近日，记者来到了位于于洪区怒江街与西江街之间的一家大众浴池，邀请经营者刘女士讲述她的创业经验。

实地考察：平均每月入账5000元

这家大众浴池地处北美家园、万科四季花城以及北苑明珠三大楼盘之间，虽说开在一条小路上，可平旦里人流量可不小。说起经营之道，浴池老板刘女士告诉记者，若想让生意红火起来，选址和定位是最重要的。

“2006年，我决定开一个小浴池。2007年浴池开张的时候，北美家园的楼还没建完，我就想把小时工、月嫂或是保姆一类人吸引到我这里来，后来我才发现，事实上这些高档浴池很少有人单独去，一般都是比较排场的人请客户之类的。随着开店时间一点点变长，许多万科和北美家园的业主也来我这里洗澡，客流大了起来。”在记者采访的不到两个小时的时间里，就有56个人来这家浴池洗澡，据负责管理店面的人员介绍，旺季时最多每天能接待将近600个浴客，就是淡季，每天也能保证将近300多人的客流量。总的来说，盈利还是能保证的。

记者简单估算了一下，算上每月的水费、电费及房屋租金等项目，大众浴池每个月的成本最多不超过29600元，以平峰时期每月9000人洗浴来算，浴池每月的纯收入就能达到1600元左右，加上每月洗盐浴、奶浴以及水果浴的人，保守估计，浴池每月的纯收入能有5000元左右。

经营宝典：淡季以价格吸引客源

当问起如何吸引客流时，刘女士告诉记者，老一辈传下的经营之道，就是到现在也不过时。“见人三分笑，客人跑不掉。我这里虽比不上那些大型高档洗浴中心，可来我这里的都是客人，我都热情招待。除此之外，消息灵通也是很重要的，别人家浴池新上了什么项目，我这里也要想办法加上，并且比其他的店还要便宜，久而久之，客人自然会越来越多。”

刘女士告诉记者，许多人都认为

夏季应该是浴池经营的旺季，其实不然，夏天一到，好多浴客都在自家冲凉，一周也就来浴池洗一次，可冬天就不一样了，浴客经常是每周来洗两三次，相比之下盈利会稍微多一点。一到七八月份，浴池就真的进入淡季了，一直到十月左右才能进入旺季，“一到淡季，我们就搞些小小的酬宾活动，一些水果浴的价格也会略微向下调整，这样，总的来说，6月到9月这段淡季时间也能保本儿。”

风险评估：选址、对手、价格一样不能少

地理位置：作为浴池一类的消费服务场所，选择一个好位置是很关键的，一般应选择人流量大、方便寻找以及标志物明显的地段。以此大众浴池为例，它东侧毗邻怒江街、西侧靠近西江街，南侧临近香炉山路，都属于车流量及人流量相对较大的街道，周边住宅小区及商业网点也较多，但由于浴池所在的街道尚未命名，因此在方便浴客寻找的方面稍有欠缺。

评估结果：★★★★☆ 客流量：以这家浴池为例，在它半径300米范围内有万科四季花城、北美家园以及北苑明珠三处住宅小区。在半径500米范围内有荷兰村、教师新村、红田美林居以及格林阳光等楼盘。浴池毗邻的小路在高峰时，每小时人流量约200人，车流量约150台；平峰时每小时人流量约100人，车流量约50台。平峰期与高峰期的客流量都是比较大的。

评估结果：★★★★☆ 同类竞争对手：以此大众浴池为例，怒江街上大型洗浴中心3家、中型浴池2家、小型浴池2家；西江街上大型洗浴中心1家、中型浴池1家、小型浴池1家。同类经营项目密度相对较大，因此经营者的压力很大，建议准备经营浴池的投资者应慎重选择。

评估结果：★★★★☆ 消费能力：以此浴池为例，它周围多是中高档住宅小区，洗车房、理发店等商业网点也较多，周边群体消费能力较高。为了与同类竞争对手相抗衡，这家浴池起初将目标人群定位在了消费水平一般的中低收入人群，随后再通过顾客的口碑使小店的知名度一步步扩大，因此，经营者对消费能力的评估应当与经营策略相结合。

评估结果：★★★★☆（摘自《时代商报》李冰 / 文）

研究生另辟蹊径 开网店卖窗帘赚10万元

验而多次被骗、损失惨重。不过幸运的是，经过不懈努力，最终他还是挖到了自己的第一桶金——两年多赚了10多万元。

第一次栽跟头：500多元打了水漂

“网店开业第三天，就有个顾客来买我的窗帘，做第一笔生意的时候别提有多高兴了。”刘沈说，当时他内心非常感谢那个顾客，因为当时他的网店刚开业，信用为零，网店页面看起来也很粗糙，换成自己恐怕都不敢买。不过，他还没高兴多久，伤心的事也接踵而至。

“有天来了位永川的男顾客要买窗帘，谈好价格后，顾客按照约定打了500元订金过来，我们就开始下料加

工。”然而，正当他们做好窗帘准备发货的时候，该“顾客”又在网上找到他说要退货，理由是妻子觉得款式不合适，为了窗帘的事两人还大吵了几架，差点打起来了。

“窗帘卖不卖没关系，影响了别人的夫妻关系就不好了。”刘沈说，当时他心一软就把500元订金退给了对方。“万万没想到的是，这个人根本不是先前交订金的顾客，而是骗子冒充的。”后来刘沈才知道，那位顾客的网络聊天工具和账号密码被盗了，骗子乘机从自己手里骗得了退货款，500多元就这样打了水漂。

第二次栽跟头：10幅窗帘一半飞遁

“要说栽得最惨的，还是那回卖出

去的10幅窗帘有一半不翼而飞的事。”刘沈说。第一次栽跟头不久，他就栽了第二次。

“卖了10幅窗帘出去，正在盘算着这次赚了几百元，却接到顾客电话说尺寸不合适，要把窗帘寄回来修改。”刘沈说，货物发回当天自己比较忙，就没有打开包裹验货。第二天打开一看，每幅窗帘竟然都少了一半！

“马上打电话给顾客，对方说窗帘全部退回来了，并有邮费单据为证。说我们寄给她的时候运费是10块钱，她给我们寄回来运费还是10块，说明东西没少。”刘沈表示，最后自己只有认栽。这笔生意他不仅没赚到钱，反而倒亏数千元。

第三次栽跟头：遇到了职业差评师

在淘宝上开店，刘沈对自己网店的信誉非常看重。刚开业那阵，他还因此被骗去50元钱。

“有次一位顾客花10多元钱在我的店里买了个窗帘配件。”刘沈说，本来这是很正常的一桩生意，可没想到自己刚发货不久，就接到对方的电话说对货物不满意，要给自己的网店差评。对方同时开出条件：如果不要差评，就得汇50元钱过去。

“为了自己的网店信誉不受损，我只有汇50元钱过去买个平安。”刘沈说，后来一些经验丰富的店主告诉他，自己遇到职业差评师了。这些人在网店先买点小东西，然后再以差评为威胁，勒索店主获取利益。

“像这样的被骗经历还有很多次。”刘沈说，虽然屡次被骗但他并没

有放弃，经过不懈努力，网店最终给他带来了较为丰厚的回报——两年多来，他总共赚了10多万元。和许多读研究生的人不同，如今他的生活费完全可以自理。

开网店如何防止被骗

重庆市网商协会会长胡刚表示，开网店防止被骗应特别注意以下几个环节：一、进货时，看清卖方资质，不要轻易汇款过去；二、发货前与买主确认货物数量及型号，留下有效记录；三、遇到买主退货，尽量通过电话联系，确认对方身份；四、遇到职业差评师不要惊慌，及时与网站管理者进行沟通，说明自己的清白。

（摘自《重庆晚报》）



不要门面租金，也不用交纳水电费——在不少人心中，开网店似乎是稳赚不赔的买卖。实际上重庆市有不少网店店主由于经验不足、经营不善等原因赔得一塌糊涂。本文主人公刘沈向记者讲述了在连栽3个跟头后，终于赚回10万元的创业故事。

刘沈是西南大学化工学院化学专业的研究生。开网店之初，他因缺少经