

## 中档玉器店月赚2万多

玉石是大自然孕育亿万年的神奇精灵,它们通体展现的温润和中庸,折射出了中华民族泱泱五千年的灿烂文化。《诗经·秦风》中曾写道:“何以赠之,环珞玉佩”,道出了玉石在古代男女定情和表达爱意时的重要性。而在如今收藏风盛行的当下,也就不难理解人们为得到一件中意的玉器而一掷千金的行为了。那么开一家中档的玉器店需要哪些投入呢?为此,记者走访了一家玉器店的老板周先生。

**对话店主:**  
**用“质好货全”留住顾客**

当记者来到这家位于太原街附近某大厦的玉器店时,店主周先生刚刚将新进的货品摆在货架上。在这间不到30平方米的小店内,记者发现了各种形状奇特、姿态各异的玉石翡翠手饰,它们整齐地摆放在两个立式货柜

和两个透明玻璃柜台,丝毫没有杂乱的感觉。柜台内多为工艺精湛的项链、手镯、吊坠、耳坠、戒指等,而吊坠大多是寓意和象征美好的观音及十二生肖。记者发现,这里的玉器大多从100多元到数千元不等,当然也有上万元的“镇店之宝”。

周先生的店开了已有五六年的时间,在价格和品质方面都有优势,目前光顾的大多是回头客,经营状况也是稳中有升。“质好、货全,这就是吸引顾客的根本。”周先生说。

**实地考察:**  
**定位精准是制胜法宝**

为了客观、真实地记录玉器店的经营状况,记者连续5天来到周先生的小店,发现光顾玉器店的多为企业的老板和年轻时尚、收入颇高的都市白领。他们大多对价格在600元到

3000元的玉器比较看好。周先生说,这些消费者大多是买来佩戴或送给情侣、朋友的,玉器有很高的升值空间,这个价格又在他们的承受范围内,因此成交还是很容易的。

记者粗略对客人进行了统计,小店每天的客流量平均在40人左右,而成交概率能保持在1/5,对此,周先生的解释是,玉器店虽然出售的不是必需消费品,但面对的是高收入人群,因此来店的消费者大多也是抱着差不多就能买的心态。所以,如果我们的产品定价和品质都适中,成交就很容易。

**马上算账:**  
**一年零九个月能回本**

俗话说,万事开头难。周先生也不例外。在开业后的近两年时间,周先生都在赔本赚吆喝。周先生深知,玉器店

需要名气和信誉,便特意在繁华的太原街某商场租了一个18平方米的档口,年租金8.4万元,加上装修费、设施费及每月较大的用电量,平均每月的支出都在9000元左右。周先生卖的是中档玉器,但仍属奢侈品行业,因此,需要一定的市场培育期。周先生表示,他的小店一年零九个月才回本。

据介绍,玉器店每年的支出为房租8.4万元,再加上装修费、展柜费及首次进货费等,总计投入约23万元。而第一年的净收入在10万元左右,因此,第一年尚亏损13万元。第二年市场认可度有所提高,下半年赶上承租的档口要动迁,玉器店搬入了写字间内,第二年的净利润达到了16万元。

**行业特点:**  
**高投入高产出的行业**

但凡和奢侈品沾边的行业都有个



戏谈叫:一年不开张,开张吃一年。此话虽有夸大成分,但其可观的利润却是不争的事实。

据了解,一般货品的零售利润在60%—70%,以一个售价1000元的玉镯为例,如果双方成交,它的利润就能达到600多元。因此,玉器店也被业内称为高投入、高利润的行业代表。

(摘自《时代商报》孙颖/文)



## 开家黑色食品主题店赚大钱

“黑色食品”主要是指含有黑色素和带有黑色字眼的粮、油、果、蔬、菌类食品。“黑色食品”不但营养丰富,且多有补肾、抗衰老、保健益寿、防病治病、乌发美容等独特功效。现代人饮食注重健康时尚,开家创意黑色食品主题店,创意时尚又健康,相信很有市场前景。

**【开店条件以及效益分析】**  
前期投资10万,其中2万元用于店面装修,3万元用于首批进货,其他用于流动资金。

经销代理的产品利润率一般在30%—50%,自制销售产品的利润率一般在50%—100%。一年左右可收回投资。

**【黑色食品主题店特色】**

1、打“黑”色招牌。  
店内销售的主要是黑色食品。在小店起名和店内装修上可围绕黑色风格作创意设计。  
◇品种:黑芝麻糊、黑八珍、黑八宝、黑咖啡、黑豆奶、黑麦片、黑芝麻、黑小米、黑玉米、黑汤圆等。  
◇自制销售的品种:榨黑甘蔗汁、黑马蹄汁、黑糯三色饭、艾糍糕、黑面条、乌鸡黑粥、田鸡黑米粥等等。

2、宣传健康理念。

黑色食品是天然食品中的佼佼者,营养丰富。中医理论认为,黑色食品多数有益于身体健康,又药膳同源的健康理念。将黑色食品与一般食品作比较:黑色食品的蛋白质均高于一般食品;植物性黑色食品脂肪含量高于一般食品;动物性黑色食品脂肪含量低于一般食品;黑色食品膳食纤维含量也高于一把同类食品;黑色食品中钾、钙、铁、锌、碘、硒等均高于一般同类食品。

**【开店提示】**

1、店面选择上应该在人流量大的街道,最好选在十字路口,并且可选择靠近娱乐休闲的场所、老年人活动中心、学校、餐饮业较集中的街道。

2、在小店的装修装饰上,尽量选择黑色风格。

3、在产品价格上,定价不宜过高,可将自制销售产品作为主要销售品种。

4、主要风险来自于食品质量问题。所以小店应加强内部管理,店内食品都要经过检查或检验,保证使用安全。

(摘自《中国加盟网》)

## 童趣灯饰店月赚5000元

普通的灯饰加上童趣创意,姚银连的灯饰店吸引了许多儿童;打出“护眼”健康牌,更是赢得家长的欢迎。目标群体明确,合理布置店内空间,节约资源,姚银连的童趣灯饰店开业2个月生意逐步稳定,每月盈利近5000元。

“就算卖的东西再平常,有好的创意,好的包装,照样能吸引客人。”提起生意经,童趣灯饰店老板娘银连如此说道。位于世纪广场的流行新干线的这家灯饰店专营儿童灯饰,用充满梦幻色彩的装修、温馨意趣的灯光,吸引了许多顾客,瞄准儿童市场、用童趣引客正是老板娘银连开店之处的想法。

走进小店,各种形象逼真的卡通人物造型融合着柔美的灯光,仿佛让人回到童年。可爱型、公主型、卡通型,有动画片中的角色、有星星月亮、有女孩的梦幻公主形象,各种多变的造型设计,不仅吸引了不少儿童和家长的眼球,很多年轻夫妇也喜欢购买放在卧室中。



“像这款落地灯,蕾丝的花边,加上粉色的灯罩,放在卧室灯亮时就非常的温馨。”店员介绍到其中一款。店员说,现在店内的灯饰都是从佛山进货的,共有近五六十款造型不一的灯饰,顾客可以根据自己不同的需求而选择。

**打“护眼”健康牌**

视力下降已经几乎成为大部分小孩的“公敌”,也困扰着很多父母。店长姚银连在开店之前,就想到是否有专门可以保护小孩视力的灯。据了解,护眼灯主要是针对用眼特点,将

普通的220V交流电转换成平稳的直流电,使灯泡发出与自然光一样持续均匀、明亮柔和的光,真实展现色彩,从而保护儿童视力。

店员向介绍到,目前店内的灯饰都是明亮柔和的节能灯,对儿童的视力无害。很多家长来选购灯饰的时候,都很关心是否有护眼功效,这一“远见”确实为小店带来不少生意。

**善用小店有限空间**

开店做生意讲究精打细算,合理利用店内有限空间也非常讲究,这家灯饰店的老板充分利用了小店的空

间,还起到了为客人带来惊喜的效果。小店的橱窗上摆设有各款台灯,店内的天花板上挂有各式吊灯,地面上另有一款落地灯,既最大限度地利用了小店的空

间,而不同造型、款式的搭配摆设丝毫不显空间拥挤和繁杂,给人带来各样的惊喜。

就在小店的转弯处,店长也是发挥了其聪明才智,转弯的墙壁上挂满了各种插

到,这些小夜灯照明强度和亮度都非常低,主要是给晚上怕黑的小孩备用的,可以彻夜亮灯。

姚银连告诉,因为小店开张不久,现在生意只是一般,但他相信以后会越来越越好,他认为儿童灯饰在东莞还有很大的潜力。

**市场潜力**

目前,童趣灯饰在东莞市场比较缺乏,市场潜力大,对青少年有很大吸引力,店主瞄准学生和年轻群体,市场潜力较大。

**风险提示**

吸引年轻人首先要有个性,其次要保持个性,在小店稳定后可以拓展目标群体,许多动画片、卡通人物形象都有很多成年人的回忆,变形金刚的火爆可以给店主拓展顾客带来启发。

(摘自《礼多多》)

## 森创4D影院横空出世 掀起投资新热潮

说起电影,大家都很熟悉,由几十年前的黑白电影到现在的彩色电影,可谓是一个巨大的飞跃。前些年电影业普遍萧条,是因为没有满足观众的需求。《阿凡达》3D电影在中国的出现,让观众大饱眼福,而好奇的心态,让《阿凡达》卖到13亿的票房。

3D的技术,让影视业再次掀起高潮。随着4D、5D设备的研发及日趋成熟,喷水、喷雾、闪电、强风、触觉等特效,让观众拥有3D无法企及的真实感,市场再次燃烧爆棚。这一行业随之就成为众多投资者关注的热点,广州森创就是率先在国内推出3D、4D、5D影院及设备的企业之一。



未来的影院方向发展即为3D、4D、5D普及,所谓3D、4D、5D的技术就是要达到让观众有身临其境的感觉,这是影视界发展的必然趋势。

一次高潮改革影院的势头,势在必行。迷你影院的诞生也是满足观众眼球的必然趋势。前卫的理念,先进的技术团队,用心做事的原则,一定会让影院市场迅速地变化。成功来自于执著,来自于自信,来自于时尚,来自于好奇,5D影院的成功来自于不断的片源更新,与影视同行业同步。

据了解,广州森创公司主要从事韩国原装4D影院设备技术开发与市场运作。他们拥有专业的4D影院设计团队,其中20多名专业软件开发与设计工程师,30多名点对点上门服务的技术人员。森创与韩国共同合作开发系统软件及设计创作3D画面,现正筹备今年8月份耗资600万开拍一部F1赛道真实影片,预计

明年夏季上映。

森创4D影院提出的的投资经营理念不是暴利,而是希望投资这长久稳固的经营方式。年过百万收入属于正常范围,投资十几万,而回报远远胜过开出租车等其他行业,特别是移动4人迷你影院,无论商场、步行街、广场、游乐园、旅游景点、校园、电影院、电玩动漫、高档桑拿、文化宫、科教基地、飞机场、火车站等,均可投放,一个月左右回成本,每天10元左右的耗电量可忽略不计;大型影院一次投资,回报更为可观。企业负责人还介绍说,国家大力支持这样项目,所有设备技术安装调试,专人上门服务,让投资者可以无障碍经营。

(摘自《商界财经网》)

## 高铁带来新商机 租车巨头沿线跑马圈地

10月进驻,而首汽租赁北京南站门店则赶在京沪高铁开通之际开业。

**高铁加租车打造新“游”乐**

“从京沪高铁目前的票价标准看,主要瞄准商务客群和中高端休闲游客群,这部分人群和汽车租赁的客户非常吻合。”神州租车市场部负责人表示,作为接驳公共交通的重要一环,租车业一直把机场、火车站、地铁站等作为战略性发展的布局方向。目前,神州租车已经在京沪高铁北京南、廊坊、天津南、济南西、南京南、上海虹桥这几大重点车站开设门店,其中廊坊店是今年6月15日新开业。

明年,京广、京沪等高铁大通道建成运营后,高铁全国性网络初步形成,大半个中国的居民将感受到时空

距离的深刻变化,而城市之间人流频繁往来,将为租车产业带来更大市场空间。“城际交通的高速运行,必然与城市内点对点出行的高效相结合。”神州租车上述负责人分析,以前黄金周出游,很多人都喜欢长距离自驾游,折腾一天在路上其实很辛苦,现在可以选择高铁加租车的模式。如北京到济南,高铁一个半小时就到,比去趟京郊还快,再租辆车逛周边景点、吃海鲜,方便又省事。

另据了解,一嗨租车也已在包括上海虹桥、镇江南、苏州北、天津西、南京南等京沪高铁车站开设门店。刚刚在北京南站新开门店的首汽租赁则推出了凭京沪高铁车票享受8折租车优惠的促销。

汽车租赁高铁门店是否会像机场门店一样,经历漫长的客流培育期?业内人士预测,选择高铁的商务人士比机场高端客流更注重成本控制,公司专车接送的会少一些,租车自驾的比例会更高,市场培育期应该相对较短。据透露,在京沪高铁开通之前,神州租车北京南站的门店销售业绩,在北京20家门店中已经排名第五,其中商务旅客占到一半左右。

京沪高铁开通后,北京南站商务租车需求预计还会上升。目前,各租车门店除投放经济型轿车外,还为南站门店配置了部分相对高端的车型,如宝马3系、凯迪拉克赛威、别克GL8等。

汽车租赁巨头沿线的跑马圈地,距离的深刻变化,而城市之间人流频繁往来,将为租车产业带来更大市场空间。“城际交通的高速运行,必然与城市内点对点出行的高效相结合。”神州租车上述负责人分析,以前黄金周出游,很多人都喜欢长距离自驾游,折腾一天在路上其实很辛苦,现在可以选择高铁加租车的模式。如北京到济南,高铁一个半小时就到,比去趟京郊还快,再租辆车逛周边景点、吃海鲜,方便又省事。

另据了解,一嗨租车也已在包括上海虹桥、镇江南、苏州北、天津西、南京南等京沪高铁车站开设门店。刚刚在北京南站新开门店的首汽租赁则推出了凭京沪高铁车票享受8折租车优惠的促销。

汽车租赁巨头沿线的跑马圈地,距离的深刻变化,而城市之间人流频繁往来,将为租车产业带来更大市场空间。“城际交通的高速运行,必然与城市内点对点出行的高效相结合。”神州租车上述负责人分析,以前黄金周出游,很多人都喜欢长距离自驾游,折腾一天在路上其实很辛苦,现在可以选择高铁加租车的模式。如北京到济南,高铁一个半小时就到,比去趟京郊还快,再租辆车逛周边景点、吃海鲜,方便又省事。

汽车租赁巨头沿线的跑马圈地,距离的深刻变化,而城市之间人流频繁往来,将为租车产业带来更大市场空间。“城际交通的高速运行,必然与城市内点对点出行的高效相结合。”神州租车上述负责人分析,以前黄金周出游,很多人都喜欢长距离自驾游,折腾一天在路上其实很辛苦,现在可以选择高铁加租车的模式。如北京到济南,高铁一个半小时就到,比去趟京郊还快,再租辆车逛周边景点、吃海鲜,方便又省事。

另据了解,一嗨租车也已在包括上海虹桥、镇江南、苏州北、天津西、南京南等京沪高铁车站开设门店。刚刚在北京南站新开门店的首汽租赁则推出了凭京沪高铁车票享受8折租车优惠的促销。

汽车租赁巨头沿线的跑马圈地,距离的深刻变化,而城市之间人流频繁往来,将为租车产业带来更大市场空间。“城际交通的高速运行,必然与城市内点对点出行的高效相结合。”神州租车上述负责人分析,以前黄金周出游,很多人都喜欢长距离自驾游,折腾一天在路上其实很辛苦,现在可以选择高铁加租车的模式。如北京到济南,高铁一个半小时就到,比去趟京郊还快,再租辆车逛周边景点、吃海鲜,方便又省事。

## 适合5万元创业的四大类型

想要当一位5万元成功创业者,首先要搞清楚哪些行业的投资额是在5万元以内,对行业的特性、需要具备的条件及自身的条件有透彻的了解,这样创业才能有比较高的成功率。5万元创业资金虽然少,但只要创业者能够选准创业项目,把握好经营方法,具备创业者应有的心态,小本经营仍旧可以以小博大,成就大事业。以下有4种类型可供创业者选择。

### 第1类 网络开店型创业

网络开店主要有网络拍卖、网络店铺两种,此类创业方式除了对计算机、网络运用有基本的认识之外,贩卖的商品也要具有独特性和吸引力。目前女性衣服、用品及儿童用品在网络销售成绩最好。因此,对时尚具有敏感度的青年女性和家庭主妇都可以选择在网络上开一家自己的店铺。

### 第2类 业务型创业

这一类型的创业方式,跟在公司上班一样,所卖商品虽然不是自己批发或制作,但是客户的来源却是创业者自己可以掌握的。此类型的创业者一般都是以加盟或代理的方式创业。

创业者要投入此模式创业,最重要的就是要注重服务质量,因为创业者很难掌控商品的品质,相对地,服务品质就重要许多。只有提升其他的附加值服务,才能吸引新客户,才能让客户产生信赖感,建立忠诚度。除此之外,此类的创业者需要大量的客户来源,因此创业者必须不怕生、善于沟通,还要多参加一些团体活动来扩大人脉。

### 第3类 摊贩型创业

消费者对于摊贩绝对不会陌生,此种经营模式通常会出没在人群聚集的地方,如夜市、风景区、车站等等。主要类型有两种,一种是以摊车的形式出现,所售商品以餐饮为主,如烧鸡、熟肉杂食、早点等;另一种则是用大布巾或大箱子,将商品摆在地上或特定的地方陈列出售,此类的商品包罗万象,衣服、发饰等等都有。

要加入摊贩的行列,耳聪目明、身手敏捷是必备的条件。不过摊贩经营相当耗费体力,而且要注意流行性,因此除非所卖商品是以本人手工生产的商品为主,否则从事摊贩这行业还是身强体壮的年轻人比较适合。

### 第4类 居家型创业

居家创业最主要的特色就是以家为工作地点,所以店面的租金费用就省下来了。只要5万元就可以在家创业的行业,主要有家政、图纸设计、课辅、才艺班等。这种创业方式最主要的限制,就是一定要有足够的专业能力或技术,如从事文字翻译者,其外语能力一定要好。

另外,此种创业类型的工作地点就在自己家中,所以不会有人监督,也不易和人比较,因此对于本身的惰性要有足够的克制力。居家型的创业者,必须要自己去开拓客户,随时都会有碰壁或断炊的情形出现,因此必须要有积极乐观的态度。

(摘自《青年创业网》)