

养生美容院“钱景”大

美容行业是朝阳产业，面对当前的趋势，有不少人看到了商机。那么，开一家美容院需要多少启动资金？收益前景又如何呢？

陆敬平就是投资队伍中的一员，对于经营中的诀窍，他告诉记者，“很多人的身体现在处于亚健康状态，所以现在美容院都是按照养生的趋势去做，我的经营诀窍就是让美容院成为健康院。”

选址：地点的选择非常重要

“七分选址，三分经营”。陆敬平说，之所以把选址放在第一位去讲，是因为一个好的店面，地点的选择非常重要，最不能被忽视，选址错误就等于投资失败，对于美容院来讲，客流就是财源，开店之前一定要做好市场考察。

陆敬平根据自己开店的经验总结出美容院选址有三招。第一招，选择商业区。繁华的商业区内靠近大型商场，或者与商场在同一建筑内，这一区域人流量大，特别是以喜爱逛街的女性居多，最大的好处是可以免费利用该商圈吸引来大量人群，此外，毗邻大型的知名商场有助于对美容院的传播。

第二招，选择商务区。商务区人群流量相对来说比较稳定，该区域内的目标人群为收入比较稳定的白领或者事业单位公务员等，该区域内的女性知识素养比较高，倾向于追求生活的品质，消费的心理属性也都是上档次、有特点。

第三招，选择高档住宅小区。这一区域内居住的人群密集并且稳定，该区域人群的经济状况和消费能力比较稳定，对生活水准有着较高的要求，不需要远途出行，就可以

在小区内就近消费，既省时又省力。

经营：产品的延伸是关键

陆敬平介绍，身边也有朋友开美容院，但是他们做得不是很好，主要是产品和服务做不到位，不仅消费价位比较高，而且给顾客用的美容产品有的都是从批发市场上的货或是贴牌产品。

如何选择适合美容院特色的专业产品，是否能盈利的关键。“每个美容院都有自己的特点，选择美容产品时要根据自己的特点量身订购。”陆敬平强调说，如果美容院以中医美容为主，势必会考虑到产品的中医美容疗效，以健康养生为主，会考虑到产品美容养生方面的疗效。



收益：经营一年就可回本

陆敬平的美容院位于皇姑区长江街附近的一座写字楼里，租了2个写字间，每个房间50多平方米，每个写字间的房租一年两万五，陆敬平每年需要交5万元的租金，加上装修、设备物品购置费不到4万元钱，雇佣技师及水电费开销等需要1万元，先期投资需要10万元左

右。

陆敬平坦言，美容行业是一个暴利行业，利润在35%至40%左右，经营不到一年就收回了成本。陆敬平的投资相对少一些，他介绍，如果开一家大型的美容院，选在门市店或者大型商场里，经营面积在200平方米左右，投资需要50万元左右。

(摘自《创业网》)



【初期投资明细】

房租:3万元/年;水电:200元/月,全年2400元;人工:1500元/月(服务员一名),全年18000元;签约画家预约金:5万元/年;活动费:2万元/年(外出参展、招待费)。总计:120400元/年

时代商报刊发《沈阳画廊业生存状况调查》一文后,引起很多读者关注,其中一些人对投资画廊感兴趣。为此,记者特意采访了画廊老板林琳女士,她谈了很多画廊生意经。

林琳的画廊大约有20平方米,在鲁园古玩城众多画廊中,属于中等偏小规模。她本身从鲁美毕业,毕业后,在学校做了一阵老师,后来

就自己开了画廊。她的画廊是沈阳众多中小画廊的缩影,看上去门槛不高,实际上经营学问却很大。

【对话老板】

选址最为重要

林琳的画廊选址的大的方位是对的,位于古玩字画集中的古玩城里,这也是很多画廊喜欢选择的经营场地。第一,这里靠近鲁美,有艺术氛围;第二,这里的客流大多都是目标消费者。不过为了节省房租,她选择了这个古城里比较便宜的位置,在二楼里边。

林琳认为对于画廊而言,选择合适的地址,就是成功的一半,卖高档原创画的最好开在一线城市靠近

10万元就能开间小画廊

繁华地带,特别是吸引高端客户消费的地方,有条件的不妨把店铺买下来经营,那样比较能抗风险。卖中档油画的店铺也要开在人流多、居民楼多且主要为中年、年轻人居住的地方。有些画廊开在自己家里,那就更“水陆两用”,攻守兼备了。另外,一般来说,家私商场有购买需求的人多且集中,一些大的展馆附近有高档消费群体,而农贸市场附近人流量大,这些地方是优先考虑的。

【马上算账】

一般来说,经营一家画廊所需要的最大成本就是房租,在沈阳的几大古玩城内开这类旺铺,至少得要3万元/年,此外,还有一笔很大的支出就是画家的预约费,至少每年5万元。在前期投入里,人工费也不少,雇佣一个在校学生,也要1500元/月,再加上交际费用,一般来讲,开个规模小一点的,10万元的本钱基本够用了。如果想把房间装修得好一些,或者多预约几个画家,那么就需要15万元左右。

相对这些投入而言,收益更是丰厚的。一般的画廊收入主要分两大部分,一部分是卖画所得佣金,一部分是培训费用,策展时赞助费还有一部分收益。最大的收益当然是

佣金,这个是分级别的,林琳在2010年所卖的几幅画里,国际级画家的画作佣金为15%,而年轻名气小的画家,佣金只有8%,她说这是为了培养一些潜力画家。2010年,策划2次画展,共收到赞助费25万元,除去展会各项费用剩下10万元,培训收益赚了5万元,这样她总共收入264000元,扣去投入,净剩了143600元,利润还是比较丰厚的。

【经营心得】

人脉,还是人脉

林琳认为,经营画廊的关键就是是否有充沛的人脉。林琳毕业于鲁美,她前期的客户开拓主要是老师介绍的客户。到后来,她就靠自己组织各种活动来赢得人脉了。经营画廊首要的是要建立自己的关系网,你的朋友圈子决定你的画廊水平,朋友里要有名人、大商人,要有人给你推销画廊的画,还能够帮你拓展人脉;其次,要有几幅知名画家的画作为镇店之宝,以此增高画廊的档次和品位;再有,不定期搞几个营造声势的宣传活动,包含公益活动,以扩大影响,增高知名度。画廊作为经纪机构,画家看中的是你的客户资源,你的人脉。

此外,挑选工作人员很重要,可

以请几个刚从美术学校毕业的年轻人专职画画和销售,再找一些影剧院的美工等业余画家,生意忙不过来时请他们兼职作画。大多数来买画的人其实对画知之甚少,只要色彩对比强烈,画得像,就会认为是幅好画。

【风险提示】

不一定画,但要懂画

经营画廊,老板本身并不一定需要绘画功底,但是必须要具有一定的鉴赏能力。这幅画好不好卖,值多少钱,自己心里得有数。如果看走了眼,那损失可就大了。那是不是学画画的人做得最好呢?林琳认为做生意跟画画不一样,关键是要了解市场,要懂得市场的运作。而真正学艺术出身的经纪人,往往更容易犯主观主义的错误。林琳表示,除了专业藏家,现在一般来画廊买画的都是做室内装饰用途,所以她的画廊和很多画廊一样,也经营各种商业油画和装饰画。此外,这个行业也是有淡季和旺季区别的,夏天装修房子的人少,三四天也卖不出去一幅;秋天一般生意是最好的时候,许多人大老远赶来来看画、买画。再则,油画的品位要符合大众口味,不能一味追求高雅。

(摘自《时代商报》王雪/文)

开前景可观的早餐配送店

早餐非常重要,但是现代生活节奏快,大部分人都没有时间自己做早餐,于是早餐市场的空间非常大。开一家专门的早餐配送店,前景可观,有较大的市场空间。

【投资条件】

总投资额6万元左右,其中店面月租金2000元左右,设备2万元左右,装修费用1万元左右,办理营业执照、卫生许可证等证件约3000元,其他费用5000元左右,流动资金2万元左右。

【小店特色】

1. 营养品牌

□选址:宜在大型住宅小区内,专门为小区住户、白领提供营养合理的早餐。

□经营种类:主食可提供面包,搭配牛奶、豆浆、果汁,同时配上苹果、香蕉、橙子、西红柿等新鲜水果。

通常大家早餐不习惯吃水果,然而专家建议,科学的吃法是早上和饭前,这样营养更加均衡,而且利于吸收。另外,还可以选择小米稀饭、馒头、煎鸡蛋等这些传统早餐品种。

2. 送餐及时

早上时间很紧张,所以一定在上班前时间以前配送到达,而且要保持温度。在经营时,既可以由顾客随意点,也可以借鉴西式快餐的方法,将早餐品种搭配成套,例如:“面包+牛奶+苹果”、“馒头+小米粥+煎鸡蛋”等标准套餐模式,方便顾客选择。

公司的经营方式可采取集中加工,设店定外卖和分散投递到户的经营模式。

(摘自《地纬商机》)



移动互联网中最赚钱的模式

NO.1 弹性社交网络

人气指数:★★★★

潜力指数:★★★★★

■模式概述:Facebook风靡全球,将几亿人连接起来,但它仍有重大的覆盖不及之处,Facebook连接的都是互联网上有名有姓的人。但真实的社交经常发生在一个沙龙或演唱会,怎么将同一个地点的陌生人联系起来,并形成移动社交网络?Color给出一个最简单的答案:你只需要拍照,然后通过手机的传感器,比如GPS、周围的声音、照片的光线来识别你们就在同一地方,并自动把你们连接起来。

■盈利模式:可以通过广告和基于位置的营销服务盈利。

【代表公司】

国外:Color

国内:面孔网

NO.2 移动云计算

人气指数:★★☆

潜力指数:★★★★★

■模式概述:如果想让你的手机用起来跟PC机一样,就必须依赖云计算。与PC相比,移动终端的缺陷是数据存储和处理能力弱,移动云计算可以弥补这两方面的不足。移动用户可以像使用PC机一样用移动终端流畅浏览网页、玩游戏等,可以理论上存储无限量的各种文件、照片、视频等。移动云服务还可以确保用户资料安全,如果你不慎将手机丢失,云服务会将你的通讯录、图片、文件等资料传输给你的任一移动终端。

■盈利模式:用户使用云计算服

务,根据流量或包月收费;用户付费下载云计算相关应用软件。

【代表公司】

国外:苹果 iCloud

国内:点心 OS、中国移动

NO.3 手机物联网

人气指数:★★★★

潜力指数:★★★★★

■模式概述:在移动互联网时代,一切皆有可能。用户可以随时通过手机控制家用电器,到家前提前打开空调、热水器。安防系统可以让你更安心,一旦有人侵入住宅或者盗窃汽车等物品,手机都会在第一时间接到报警,并通过移动互联网迅速找到目标。用户还可以用手机通过物品的识别码或植入芯片,完成购物、信息查询、鉴别真假、物品定位等。

■盈利模式:对企业用户可以提供全套物联网解决方案,用户直接付费。对个人用户可以签订合作协议,用户免费接受服务,运营商将用户数据分析后卖给商家,商家再根据用户的行为和喜好提供更精准营销推广。

【代表公司】

国外:苹果、沃尔玛

国内:闪购、中国移动、中国电信

NO.4 位置社交服务

人气指数:★★★★

潜力指数:★★★★★

■模式概述:假如你身在鸟巢,登录智能手机中的LBS客户端—咕咕、街旁或者其他应用进行一次签到,首先这条信息会同步到新浪微博或人人网等流行社交平台上,让你关系网络



中的人知道你身在何处,如果有人同在鸟巢,很可能大家会取得联系。同时,这次签到会给你带来一定积分,积分可以换取鸟巢周边商家的优惠商品,吃喝玩乐都有。此模式的理想状态,即构建成一个基于地理位置的、黏性很高的社区,可享受各类优惠服务,可以交友互动。

■盈利模式:当用户量达到一定量级时,可以通过跟商家分成,商铺地图标示、大型签到活动冠名权拍卖等收费。

【代表公司】

国外:Foursquare、Mytown、GoWalla

国内:咕咕、街旁、立方网、玩转四方

NO.5 移动搜索

人气指数:★★☆

潜力指数:★★★★★

■模式概述:移动互联网时代对

信息获取要求更为精准、更智能,你不可能像在PC上,花大量时间在百度和谷歌上查找信息,移动搜索必须做到智能化提取、筛选和展现搜索结果,并随时记录、分析用户的搜索需求和使用习惯。

■盈利模式:主要通过向广告主收费,为广中小企业或品牌企业进行各种形式的营销与推广。

【代表公司】

国外:谷歌

国内:百度、宜搜、易查

NO.6 移动分享团购

人气指数:★★★★

潜力指数:★★★★★

■模式概述:团购是当下很划算的聚餐选择,但你恰好在旅途上,怎么用手机搞定?在移动分享购物平台上,只要你注册一次,就可以直达所有签约团购网站,选择你心仪的商品和商家,可以搜索比价,找到性价比最高的,还可以在地图上寻找最理想的,并将购物信息自己的好友分享,让他也跟你一块省钱,增进感情,建立一个新的社交网络。

■盈利模式:目前的盈利模式是与团购网站进行分成,今后可以通过广告分成、商家地图标示和定向推荐收费等实现盈利。

【代表公司】

国外:Groupon

国内:最淘网、拉手网、中国移动

NO.7 社会化阅读

人气指数:★★★★

潜力指数:★★★★★

■模式概述:社会化阅读强调以读者为核心,强调分享、互动、传播和社交。比如你有一本好书或者杂志,可以推荐给自己的好友,你可以把自己写的书签、评论与好友共享或讨论,还可以将阅读到的内容在微博上进行转发或评论,让一次阅读可以产生“头脑风暴”的价值。

■盈利模式:从应用的销售中提成,当用户规模化后,实现流量转变为现金流。也可以采用植入广告的模式实现盈利。

【代表公司】

国外:谷歌、Flipboard

国内:ZAKER、腾讯

NO.8 手机游戏

人气指数:★★★★☆

潜力指数:★★★★★

■模式概述:手机已经成为娱乐工具,简单有趣、符合碎片化消费特点的手机游戏,将会大受追捧。愤怒的小鸟、植物大战僵尸、会说话的汤姆猫风行全球即证明了这一点。

■盈利模式:手机游戏目前大多借鉴PC游戏,有三种较为成熟的模式主导市场:下载收费、购买游戏点卡;虚拟物品销售,以及游戏衍生产品,现正处于探索盈利模式的拐点。

【代表公司】

Mytown、Rovio、16Fun

NO.9 优化操作系统平台

人气指数:★★

潜力指数:★★★★

■模式概述:手机窗口小,不便于多窗口操作,为用户提供一移动互

联网平台就变得很重要。用户可以通过手机桌面进入挑选和安装各种应用,这个平台对任何软件都是开放的,假如你有好的软件开发,如被选用,还可以获得收益分成。

■盈利模式:终端厂商付费直接定制优化的移动操作系统;为厂商提供整套解决方案,从中获取分成;在开放平台中,用户付费下载软件,直接受益以及与其他软件提供者进行分成。

【代表公司】

点心 OS、中国移动

NO.10 移动安全的免费模式

人气指数:★★

潜力指数:★★★★

■模式概述:移动互联网是一个新兴的市场,在给人们带来快捷便利的同时,安全问题也已经浮现。目前的智能手机中存储了我们的各种账号和信息,包括E-mail、即时通讯以及信用卡、网银,已经是一台小型的手提电脑。而手机窃密、手机病毒这些都已不仅仅停留于科幻电影里。安全是互联网的基础服务,安全厂商通过提供免费的基础服务得到用户,建立品牌影响力,同时与杀毒软件以及其他软件公司合作营销,最终通过增值服务获得收入。

■盈利模式:用免费的服务在移动互联网市场里占据有利位置,从而成为其他赚钱业务的推广商,最终获得收入。

【代表公司】

卡巴斯基、AVG、奇虎360、网秦

(摘自《经理人》)