

乌鲁木齐市 每年筹集 500 万 帮扶创业者

正所谓“一个好汉三个帮”，作为一名创业者自然也需要各方的支持和辅助。乌鲁木齐市今年就将拿出“真金白银”帮助创业者。

8月7日，记者从乌鲁木齐市劳动和社会保障局了解到，近日乌市政府下发的《关于进一步做好创建国家级创业型城市工作推动创业促进就业的通知》中为诸多创业者带来了个利好消息：乌市各级政府将设立创业引导性资金，引导和促进创业投资企业的设立与发展。从今年起的5年间，市级每年筹集使用500万元创业引导性资金。

据悉，创业引导性资金由乌市各级财政部门在年度预算内安排，主要用于开发创业项目、建立创业基地、开展融资服务与帮办代办服务、跟踪扶持等创业推动工作经费。除市级财政外，乌市天山区、沙依巴克区、水磨沟区、高新区(新市区)、经济技术开发区(头屯河区)、米东区每年也将筹集使用不少于200万元创业引导性资金；乌鲁木齐市、达坂城区将每年筹集使用不少于30万元创业引导性资金。

为提高创业成功率，乌市不仅只在资金上予以支持创业者，还将采取诸多行之有效的措施帮助创业者创业成功。诸如：在大学生毕业生中实施“实现自身价值创业工程”，即引导大学生毕业生努力实现知识优势、技术优势和理论成果的转化应用，大力推进大学生机会型创业。同时，建立大学生创业实训基地和孵化基地，为入驻的大学生创业企业提供低门槛创业机会和全方位扶持服务；在少数民族中实施“自谋职业创业工程”，引导少数民族群众围绕民族特色产业和小加工业等，积极发展劳动密集型小企业，以实现该人群谋生创业就业；在城市失业人员中实施“改善生活创业工程”，引导失业人员围绕服务业、商贸零售、餐饮服务、社区服务、产品加工等个体经营，实现生存型创业。

在辅助创业过程中，乌市将努力解决创业过程中存在的资金难、场地难、办事难和政策缺、服务缺、能力缺等难点问题，通过完善和落实政策、开辟创业场所、提供融资服务、进行咨询指导、简化审批手续、开展帮办代办和创业培训等帮扶措施，促进更多的人成功创业。

为给创业者提供优质高效创业服务，乌市将在今年年底以前建立健全市级和区(县级)创业指导服务中心。同时充分发挥各级劳动保障机构中创业服务工作站和创业助理员的作用，完善涵盖政策咨询、项目推荐、项目开发、方案设计、风险评估、开业指导、融资服务、创业培训和后续服务为一体的“一条龙”创业服务体系，为创业人员提供优质高效服务。

据悉，2009年乌市被国家人力资源和社会保障部确定为全国首批82个国家级创建创业型城市之一。为此，“十二五”期间，乌市制定了“工作进度表”：每年扶持1.5万名创业人员成功创业，带动6万人就业；今后5年创业人数新增数每年都较上年有10%以上的递增；到2012年，全市建成创业孵化基地、创业园区、创业一条街合计20个，建立农村创业示范基地、创业园区合计5个，全市国家级创业型城市创建工作通过考核评估和验收。

(李敏燕)

中外女星靠哪些“副业”吸金？

7月福布斯评出了好莱坞最吸金的女明星，安吉丽娜·朱莉与莎拉·杰西卡·帕克以3000万美元的年收入荣登榜首。现在，让我们来看一下中国最吸金的女星能否与好莱坞的大腕儿们一较高下。

演而优则唱，唱而优则演似乎已经成为中国女星的必由之路。王菲、章子怡、范冰冰这些原本以歌手或演员出身的女星，当在自己最初的领域取得一番成就后便被推向新的领域。王菲，作为华语乐坛的天后级人物，20张专辑总销售量达970万张，其过亿的年薪中，专辑、演唱会收入自然占据重要地位，但其颇丰的电影片酬也不可忽视。章子怡，是中国继巩俐之后的又一位国际巨星，同样在电影领域有所建树后悄然迈进乐坛。好莱坞的吸金女王们则不同，不论是年收入3000万美元的安吉丽娜·朱莉，还是单笔片酬达2000万美元瑞茜·威瑟斯彭都不曾向演唱领域进一步发展。看来，从发展的多元化来看，中国的吸金女星更胜一筹。

在电影和音乐之外，另一个缔造财富的领域是广告。安吉丽娜·朱莉、莎拉·杰西卡·帕克、王菲都曾为国际著名品牌路易威登代言，2009年章子怡成为欧米茄的代言人，模



特出身的林志玲曾经单条广告收入超7位数。明星之所以成为明星，源于他们受万众瞩目，而这些国际品牌自然也不会放过明星们不可忽视的影响力。无论是好莱坞巨星，还是中国吸金女星，虽然广告收入不能成为其收入的主体，但绝对可以为他们的收入锦上添花。这一回合，中外大腕各有春秋。

明星的公众身份不仅要在商业上有所应用，更要在公益上有所展示。2001年安吉丽娜成为联合国高级难民署亲善大使，每年她将自己1/3的收入捐给难民，并且和布拉德皮特成立了Jolie-Pitt慈善基金。作为中国的红丝带形象大使，章子怡一直热衷于公益事业，2006年，在第四届

“BAZAAR明星慈善夜”上，她为联合国儿童基金会筹集捐款。2009年，年收入3300万的李冰冰成为亚洲首位联合国环境规划署国际亲善大使。公益，一向是明星塑造良好公众形象的重要途径，在这个所有人都渴望和平的社会里，吸金者们不仅要可以吸金，更要让“金”在合适的地方闪闪发光，照亮自己，也照亮他人。

一些很有商业头脑的女星在拥有颇丰的收入之后会将“钱”变为“资本”。莎拉·杰西卡·帕克拥有自己的个人香水Sarah Jessica Parker Cove，并投资了“Bitten Label”服装店。凭借在《欲望都市》中的出色演出，莎拉成为单身生活的偶像，其投资的时装店吸引了大批粉丝前往抢

购，她用“只要生活允许，每个女人都有权拥有一橱品种齐全、时髦漂亮、有助自信的服装”的信条影响了一大批的单身女性，也让自己的品牌赚足了眼球。

主持人出身的李静成立了自己的公司——东方风行，开始打造自己巨鳄式商业帝国，电视与电子商务相结合，一手做节目，一手做电子商务，她的雄心是成为中国最有影响力、最可信赖的女性生活方式引领者和解决方案的提供者。没有片酬，没有专辑收入，李静可以跻身中国最吸金女星的行列，她的商业帝国功不可没。

拼商业头脑，中外女星不分伯仲。

(王晓慧)

一条丝巾卖出 1500 元 看万事利如何在丝绸困局中逆势飞扬

八月，杭州万象城5楼的丝绸形象店。“要这个，还要这个。”两位来自广州的客人让店员包起了一条1500元的丝巾，还有一件2000多元的睡裙。

“一条爱马仕的丝巾，售价也就3000元左右。”万事利集团董事局执行主席屠红燕告诉记者，“在品牌扩张的道路上，我们有了一个好的开始。高价格的背后是品牌、工艺和设计蕴含的价值。我们通过与香港等地著名艺术家合作提升产品设计，就是要让大家爱上丝绸，重新认识丝绸的价值。”

从“青花瓷”到“梦想蓝”

从3月份开始，杭州万事利服装有限公司总经理沈霞就忙得脚不沾地。

“第八届全国残运会10月11日在浙江举办，集团将捐赠价值200万元的服饰产品给大会，现在正忙着赶工呢。”沈霞说，北京奥运会上的“青花瓷”礼服，被社会各界惊叹为“会行走的瓷器”，也让万事利名声大震。

而如何让丝绸在残疾人运动会上再次绽放异彩，让作为东道主的浙江人觉得“脸上有光”，沈霞和万事利的设计团队压力不小。

“为奥运设计礼服经过了几年的筹备，但这次接到任务已经是3月份，工期很紧。”沈霞介绍，“我们向残运会组委会提交了桂花、荷花和钱江潮三个主题花色的系列礼服，组委会最终选定了以钱江潮为主题梦想蓝系列。”

“梦想蓝系列服装一方面巧妙地融合了浙江‘之’江潮涌和‘生生不息，勇立潮头’的设计主题，另一方面寓意残疾人敢为弄潮儿的精神魅力，而服装整体更表达了运动、人、自然与社会的和谐。”屠红燕向记者揭示了“钱江潮”主题的深意。

一件丝绸颁奖礼服成本 5000 元

近日，在位于机场路的事利集团，记者有幸看到了其中一款颁奖礼服：层次丰富的蓝色与牙白色丝绸面料的质感完美搭配，一朵朵大气奔腾的浪花，精致地在裙摆中晕染开来，好似奔腾不息的钱江潮水。

据介绍，“青花瓷”刺绣采用的是宫廷的单针绣及盘金绣，而“梦想蓝”采用的则是手推绣。“在设计制作的过程中，我们遵循中国传统的刺绣文化，配以现代科技的调和，在苏绣的刺绣手法中加上了手部推绣，从而使

礼服中的刺绣部分更加生动逼真。”主设计师杨迎主介绍，手推绣延续苏绣的手法，用专供缝制、刺绣的机器，配合灵活的手部操作进行推绣。

“手推绣也是一门几近失传的手艺，我们寻遍了江浙沪，最后在杭州地区找到了两位绣娘，她们出自于同一个师傅门下。”沈霞表示，“我们设计好花型，色系交给绣娘来搭配，工序十分复杂，单是做一个旗袍的领子，就要花上两三天”。

在用料上，万事利也是下足了血本。“光是一件裙子，就需要耗费8米真丝面料。”沈霞说，如果晕染稍有不慎，就得报废，制作的损耗率非常大，每件礼服的成本在5000元左右。而此次她们一共要制作280套精美礼服。

在丝绸困局中逆势飞扬

记者了解到，杭州的丝绸原料多由浙江本地供应，而今年上半年，茧和丝的价格一直在蹭蹭上涨。有统计显示，今年湖州春茧的收购价达到了每担1640元，比去年同期足足涨了600多元，这远远超过了多数缫丝企业的承受能力。

“按照目前的原材料价格，多生产一天就多亏本一天。”业内人士表

示，由于蚕丝出口欧洲尤多，近来由于欧元贬值，致使蚕丝出口严重受阻。对于中小丝绸企业来说，更是内外交困，一些小商户甚至面临关门的窘境。

不过，就在这场前所未有的丝绸企业困局中，万事利却不仅毫发无损，而且上半年的营业额比去年同期还大幅上升。今年还在全国各地开出了5家分公司。

“前几天，有个朋友告诉我，他们去北京拜访友好单位，结果对方赠送的礼物，居然是我们万事利的丝巾。”沈霞告诉记者，以前经常要到处去拉客户，但现在很多大型企业乃至政府要员都主动找上门，希望万事利能提供会务礼品、礼品的定制服务。

“万事利的产品，品牌印记鲜明，使得产品附加值大大提升。”屠红燕表示，奥运会的华亮相之后，万事利的品牌扩张之路豁然开朗。世博会、广州亚运会的组委会先后主动找上门来，洽谈合作。经历了奥运会历练的万事利品牌，在丝绸领域，已然是一枝独秀。而作为本届残疾人运动会高级赞助伙伴，万事利不但独家创制了第八届残疾人运动会的“爱心彩”，更是延续了其在国际盛会中高级服饰定制的传奇。

(叶恒珊)

小伙子滕琼：论斤卖玩具吸引关注

玩具论斤卖，有的人可能会觉得“新奇”，其实很多玩具厂家在处理库存时，玩具都是论斤卖的。浙江金华市市中村社区也有人开过“论斤卖”的玩具店，但开了没多久就关门了。一个多月前，市区双汇路上又开出了一家“论斤卖”的玩具店，店主是25岁的小伙子滕琼。这个小伙子创业经历丰富，说起玩具店“论斤卖”的生意经一套一套的。

两次失败后再次创业

滕琼是兰溪人，高中毕业后就外出打工。2008年，在家人的支持下，与别人合伙开了一家卖鱼豆腐一种以鱼肉为原材料，形似豆腐的食品的店，两人投资了约10万元，不到半年就关门了。2009年，他在金茂大厦四楼开了一家专卖Hello kitty产品的店，坚持了两个月还是失败，赔了约4万元。之后，他去了一家公司做业务员。

由于上班比较空，手头有了一笔资金后，滕琼又想自己创业了。当他从在广东一家玩具厂上班的亲戚处

了解到，一些玩具厂家处理库存玩具论斤卖后，决定做玩具生意。做了多年的业务员，滕琼对产品如何打开市场有一套办法。现在，很多客户经常一大早就来“抢”他的玩具，他一星期从厂家发一次货已不能满足需求。

论斤卖的四大生意经

主动出击。滕琼先是印了名片，向在一些小百货市场、夜市经营玩具的摊主推销他论斤卖的玩具，而不是坐等客户上门。刚开始，摊主们并不感兴趣，直到他告诉对方，他批发的这些玩具比去义乌进货还便宜，且质量有保证，摊主们才有了兴趣。一些客户在几次拿货后，发现他批发的玩具物美价廉，现在上门拿货已很积极。由于这些玩具是库存货，无法保证同种产品一直有货，所以一些客户怕去迟了“抢”不到货，早上8点不到，就打电话催着他他要货。滕琼的玩具店现在主要做批发生意，每公斤批发价20元，遥控玩具每公斤30元，200元起可混批或10公斤以上起

批，而零售玩具每公斤分别是30元和40元。无论是批发还是零售，客户都可以随便挑，然后再称斤。

把货理好。货到后，滕琼都会将一些包装损坏或已有部件破损的玩具清理出来，用于免费赠送或者卖废品。理货需要消耗大量的时间、精力，现在他请了两位家人帮忙理货。

薄利多销。滕琼说，玩具论斤批发利润非常低，有的是平进平出或略亏，主要是靠销量大。就拿芭比娃娃说，出厂价15元一公斤，每箱运费35元，而一箱玩具只有17.5公斤(其中25公斤重的箱子也按玩具的价格算)，就此算来相当于每公斤玩具进价要20元。如果运输过程中有压坏的，那就要亏本了。

不计小利。现在周围小区的居民经常会来光顾，一天的零售额有200元左右。他说，顾客买了他的玩具，零头都是抹掉的，有时来买还有玩具送。他还实行包退包换，有的顾客买去10多天，发现玩具有问题，他都会给顾客换。

关键是找到好的货源

滕琼告诉记者，玩具论斤卖之所以价格低，是因为这些玩具大多是库存积压的外贸出口货，不少款式已不再流行，所以玩具厂家愿意低价放货。他说，做这个生意投资不大，关键是要找到便宜又好的货源。在网上进货，他就被骗过两次。一次，对方说用支付宝交易要交税，价格要抬高，贪便宜的结果是他付了1100元定金后，对方一个玩具也没发给他。还有一次是进了1700多元的货，全是一些很差的玩具，根本无法卖。现在进货次数多了，他比以前老练多了。

看到滕琼生意好，有人在何宅社区开了一家零售论斤卖的玩具店，他的一个亲戚在外地也开起了论斤卖的玩具店，生意比他还好。他说，“论斤卖”是比较好的“噱头”，大多数人的潜意识会觉得塑料比较轻，称斤会比较便宜。实际情况也是称斤卖的玩具大多数比市面论零售卖的玩具便宜一半，有些只有20%左右，但“论斤卖”的玩具是连包装也一起称斤的。(倪燕英)

“抄底”亚运会 做旺低价生意 小铺月盈利 超 5000 元

2010年亚运会前后，一批经营理念新颖、装修风格时尚的小本商铺重新在广州天河南路的社区商街落户，“幸福杂货铺”正是其中的一员。该商铺主推环保风尚的家居日用品，风格淡雅。由于老板推销理念有创意，不但生存了下来，财务状况还越来越好。

全面降价比打折更管用

幸福杂货铺的美女老板小陈至今仍是广州写字楼的一位普通白领。2010年前后，她与好友打算一起投资开设一家类似风格的小店，对方的亲戚刚好是做进出口生意的贸易商，很方便从日韩进口或代理类似产品，而小陈凭借多年的淘宝经验，对于选货颇有心得。

小陈亲自去天河区选址，刚好遇到天河南路的某些铺面正在顶手。问及原因，原来因为亚运会大搞装修，部分商铺门前的人流量一落千丈。但小陈认为：人流量少只是暂时现象，不妨趁机“抄底”吧。经过她的说服，某商铺的业主愿以不到10000元的租金租赁给她一处20多平方米的小铺，价格比一年前还便宜了一些。

开始经营时，时逢亚运会前的装修期，由于人流量骤减，各家商铺都在打折。小陈也跟风打折了一回，却发现效果并不好。与顾客沟通后，她才知道：环保风尚日用品在顾客心目中属于比较高雅的商品，打折扣来反而显得流俗。

小陈决定改变价格策略：全面降价，将实实在在的商品推向顾客面前。如何降价，降多少价格其实也是门学问。小陈与合伙人亲自做了市场调查。分别走访了淘金路、建设六马路与天河南路的所有同行，调查记录了他们同类产品的价格；再参考自己的成本价，算了一个合理的定位：降价30%。由于小店里的产品实用性强，降价后的价格优势比较明显，果然吸引来成批新顾客。

男对女、女对男巧促销

小陈在推销方面也下了功夫，采取了“女推男品”、“男推女品”的推销手法。就是主要向女顾客推销适合男性使用的产品，向男顾客推销适合女性使用的产品。这是因为光顾小店的年轻一族一般都是替自己的男女朋友挑选商品，买后自用或替其他家庭成员购买的情况反而不多。

风险：中国内地环保产品市场仍处在曲高和寡的状态；产品单价低，利润率不高，影响生意前景。

潜力：欧美国家此类环保风尚商店均越开越红火。

选址建议：合富置业专家认为，铺面租金最好在1万~1.5万元每月之间，不应超过2万元。暂时不建议开在铺面租金过高的商场中。

(文/图 井楠)

