

农村创业金点子

创业,不一定非要在大城市中才能取得成功,在小城市,甚至在农村,创业商机可能会更多。

生态养猪

生态养猪,这种养猪模式主要适宜于 300-1000 头左右的适度规模生猪养殖场、养殖大户及养殖小区。中科院博士周传社和他的几位师兄、师弟,共同研发了一种全新的生态养猪模式:利用生物发酵原理处理粪尿,从而解决农村粪污随意排放引起的环境污染问题。

流动修理

如今农村的 VCD、电视机、洗衣机、电冰箱、各种农具都有一定的拥有量。但如果这些东西坏了,往往要跑很远的路送到修理部去修理,对农民朋友来说,实在不方便。若办一个流动修理部,开一部小型人货两用车,带上一一些维修工具和零部件上门服务,一定会大受欢迎。

绿色咸鸭蛋

农村有很多散养的鸭子,但销售情况一般,鸭蛋也很便宜。而村里有很多红土,用红土做成鸭蛋,容易出油黄,口感也好。可以利用好本土资源做咸鸭蛋的生意。买村民的零散的鸭蛋,雇佣有经验的村民帮忙腌制,同时定制包装盒,设计商标,就可以创业了。同时还可以开发更多的农副产 品,进行包装销售,让地道的绿色农副产品走上餐桌。

乡村网吧

随着信息业的高度发展,许多农民已开始利用互联网来推销自己的产品,足不出户便使客商云集。开通互联网,能定期为农民发布供货、价格、产业等方面的信息,可大大促进农产品的快速流通。如今上网冲浪的人不在少数,上网学习、娱乐、寻找信息已成为各地农民文化生活中的重要内容。因此,农村开网吧,前景十分看好。

绿色餐桌配送中心

如今人们越来越注重饮食健康,对食用的粮食、蔬菜、肉类等提出了绿色、无污染的要求,成立一个绿色餐桌配送中心一定大受欢迎。该中心可分为农村部、城市部,农村部负责种植、养殖、清洗、包装绿色无公害蔬菜,以及养殖家禽、家畜;城市部负责接收定单,送货上门,以及为需要的家庭提供烹饪、清洗碗筷等服务。该项目投资较少,风险性小、市场前景广阔。

其他农村创业点子

- 1、种植**中高端果蔬品**。如茄子优质化培育,这种高品质茄子个头很大,比普通茄子营养价值高。种植**中高端果蔬品**,由于缺乏相关的信息,种子和农药销售网点少,投资一个农资中介项目,应该是一个不错的项目。
- 2、**毛驴养殖**。如今毛驴越来越少,而驴肉味美号称天下第一,饭店或肉食加工厂的需求定不会少,是个很不错的创业项目,筹备些资金、招

集些人员,掌握到销售渠道,就可开家毛驴养殖场了。

- 3、**种植无公害水稻**。承包几十亩水田,引进无公害水稻新品种,统一防虫治病,统一施洒有机肥,分户跟踪管理。该品种水稻每亩最高产量 1100 斤,包装好的大米市场价在每斤 5 元左右,比普通大米价格贵了一倍还多。
- 4、**养殖虫子鸡**。虫子鸡可不一般,不仅鸡肉营养鲜美,就连喂鸡的黄粉虫也浑身是宝。创办养殖户、合作社,带动农户,实行饲料、鸡苗、疫苗统一配置。还可养殖山地鸡、万源黑鸡等,营养价值高受顾客欢迎,销路才不会差。据了解,一只万源黑鸡的纯利润在 10 元左右,如果养上 2 万只,一年的收入就是 20 万元,甚是可观。农村发展养殖业要找准适合自己发展的产业,在发展的过程中一定要注重种养殖技术,确保产业的效益,才能达到增收的效果。
- 5、**科技书店**。现在的农村大都搞多种经营,农民们也广寻致富门路。通俗易懂的农村科技致富书籍能为

他们提供致富信息及相关知识,越来越受农民朋友们的欢迎。倘若能够因地制宜地提供一些适合实用的科技书刊供农民们选购或租借,一定会有可观的收入。

- 6、**上门照相**。农村中需照相的人越来越多,但不少农村还缺少照相馆,尤其是老弱病残者,照相就更难。专门下乡照相,上门服务,不失为一条较好的生财之路。
- 7、**家具调剂**。城市中有不少人将那些看起来还不错的旧家具,以低价卖掉,重新购买新家具。而这些旧家具,在某些乡村却很时尚、很抢手,投资者不妨把在城里收购的旧家具运到那些地方出售,生意必将十分红火。
- 8、**送肥到田**。如今正在大力提倡生态、无公害种植,因此,将城里大量的人粪尿送到农村田间,必将大受农民欢迎。经营者不仅可在需肥的农民那里得到一笔可观的劳务费用,还可在城里的某些单位或用户那里获得一笔粪便清理费,真可谓一举多得。

(世界创业实验室)

创意手工瞄准宅童项目新颖赚得多

暑期过大半,炎炎夏日却让不少孩子成了标准“宅童”。“孩子天天宅在家里看电视、上网,真担心会影响成长。”最近,家长兰小菊向记者倾诉了自己的苦恼。她表示,如果有一个室内场所,既能让孩子和小伙伴玩耍,又能学习知识,学技能就太好了。记者了解到,重庆已经有人看到这一商机,开了专门教孩子做手工的手工坊,仅 7 月份的营业额就已经达到约 3 万元。不过,外地有做得更好的商家,单店月营业额已达 8 万元。

开手工坊培养动手能力

150 平方米的门店内,温度适宜,四周摆放着各式各样的创意手工艺品,几个学生和家長正在里面画胶画、捏橡皮、做陶艺……近日,记者来到南坪步行街一家手工坊,3 个小孩正在认真地做手工。

“开手工坊的初衷是希望锻炼女儿的动手能力。”该店经理陈宏告诉记者,自己喜欢做手工,重庆可以提供材料、教授手工技能的商铺却并不多。女儿 5 岁时,她希望通过做手工培养女儿的创造力和耐心,没想到女儿对折纸、做软陶等非常有兴趣。那为什么不开家创意手工艺坊,让喜欢做手工的成年人和孩子都能坐下来享受制作的乐趣呢?2006 年,经过一番市场调查,陈宏开了这家创意手工艺坊。

“我好多同学都喜欢做手工。”正在手工坊里画胶画的 4 岁小男孩说,来这里还能和小朋友一起玩,可以交到新朋友。“在家呆着很无聊,不如来这做手工。”正在店里陪女儿捏陶泥的家长王女士告诉记者,在这里还可以锻炼女儿的动手、动脑能力,做出成品后,女儿很有成就感。不过王女士表示,女儿今年 6 岁多,太复杂的手工做不了,店内可以选择的项目还是少了一些。

生意不错但利润不高

“根据不同年龄段、手工能力强弱以及家长希望锻炼哪方面的能力,我们推荐的手工项目也不同。”陈宏告诉记者,目前店内的手工项目有 20 余个,卡通雕塑、果冻蜡烛、不织布、彩泥画等都很受家长和孩子们的欢迎,而收费则分为会员和非会员两种,非会员单项收费 15~50 元不等,会员实行预收费,可以享受 7 折~8.5 折的优惠。陈宏表示,虽然暑假期间有不少夏令营、培训班,但多数孩子平时学习负担较重,假期更愿意选择轻松有趣的项目,暑期期间不少家长都将小孩带到这里做手工。

(摘自《重庆商报》姜涛 严薇/文)

5 万元开家特色凉席店

■采访地点:沈阳太原街附近一楼商铺
经营行业:凉席、工艺品等竹制品
店面面积:20 多平方米
入伏后,天气闷热难耐,许多怕热的市民早早换上了凉席薄毯,希望藉此过个凉爽的夏日。这不,赶在五一前新店开张的创业者小吕,就抓住了夏季的“热”商机,开了一家特色凉席店,果然这个夏季,他的生意狠狠地“火”了一把。

【对话店主】
小店立项“抓”特色

夏季一到,街边遍地凉席店,从十几块钱的草凉席到上百块钱的竹凉席,都不乏有人关注。为了区别于市面上的“大陆货”,店主小吕想到了开家特色凉席店。何为特色?小吕略带神秘地说,“你走进店内就知道了”。

小吕的店面大概有 20 多平方米,是靠近商业区的门市房,门脸不算大,但进入店里却是别样的风情。在店的四周墙上,小吕挑选了几张类似挂毯的手工凉席作为装饰,图案有少数民族的妙龄少女,有一望无际的辽阔草原,还有海天一色的沙滩浪漫场景,既凉爽美观又十分别致。仔细看,每个凉席的画面都代表一种意境、一份文化,因此价格亦是不菲:普通低档的草席售价在 40~80 元之间,好一些的亚草、亚麻或竹炭凉席价钱都在 100 元

到 400 元之间。小吕说,买货的人大多是时尚的年青人,“价高点无所谓,他们就喜欢这种与众不同的感觉。”

【马上算账】
应季月入达万余元

小吕说,开这种店最好选在商业街,当然中、高档的居民住宅小区也是可以的。“至于资金,前期投入不会太大,有个二三万元用于支付首个季度的房租、员工工资和装修费用,再留二三万元进货就足够了。进货不用太多,特色凉席的利润还是蛮高的。小吕说,以一个售价在 120 元的中档凉席为例,纯利润差不多能达到 60 元。如果以每天平均销售 10 张计算,则每月的纯利润都会在 18000 元(60×10×30)左右,再减去每月的固定支出 7500 元,收益率还是相当不错的。

【经营心得】
不断增项应对季节性

对于经营季节性消费品,小吕当然自然知道“节气一过,生意全无”的道理。为此,他在开业之初,就做好了为过季提前增项的准备。像一些进价不高的竹制工艺品,小挂件、小摆件,都是小吕的上货目标。拿小吕的话说,这些小物品,进价不高,通常在几元到二十几元之间,但因为造型新颖,具有一定的文化特色,卖价往往要翻上 1

二线内衣中小城市谋出路

内衣、尤其是文胸行业和户外行业并列被服装业内人士公认为是未来服装产业新的“掘金点”和增长点。

从当前的市场格局看,一批中档文胸品牌在国内广大的二三线、三四线城市如地级市、县级市加速抢占市场,表现活跃,成为当前国内文胸产业发展的一个新特点。

这一批活跃的品牌,包括了奥丝蓝黛、霞黛芳、赏心、爱莎、雪妮芳、黄金身段、彩婷、汾芳王、紫罗兰等,它们多都出于广东汕头这一全国知名的内衣产业集群地。

资料显示,“中国针织内衣名镇”汕头谷饶镇目前从事针织内衣生产经营的各类市场主体共 3000 多家,其中企业 1080 家,家庭作坊约 2800 多户,从业人员约 7.5 万人,年产文胸约 2 亿件。

事实上,大约是在五六年前,各大零售市场上还鲜见这些品牌的身影,那时它们的流通渠道还主要是各大批发市场。但近 5 年来,这一批二三线品牌的品牌意识、市场意识、营销意识大为增强,一时间在市场上活跃起来。它们的发展,走的是一条不同于一线内衣品牌的差异化路线。

首先,是价格上的差异。目前活跃在北京、上海以及各大

省会城市的一线文胸品牌,主要为欧迪芬、黛安芬、华歌尔、爱慕、安利芳等,这些品牌定位中高端,价格约处于 200—600 元之间,主流价格区间为三四百元。而奥丝蓝黛、霞黛芳这一批二三线文胸品牌,吊牌价格定位于中档,约处于 60 元—150 元的价格区间,主流吊牌零售价格为 100 元左右。若遇上打折促销,五六十元、六七十元就能买到。

其次,也是更为重要的一点是,销售渠道和拓展区域上的差异。

欧迪芬、黛安芬等这些一线文胸品牌,其主要销售渠道为百货店专柜,分布在北京、上海这样的战略型城市以及各大重点省会城市、重要城市的主流中高档百货店当中,如百盛、大洋百货、北京的西单商场、君太百货等。各大城市、各大百货店当中的内衣专区一般都被这几大品牌占领,这也使得各家百货店的内衣专区看上去都大同小异。

这些一线内衣品牌,主要锁定一线重点城市,通过在这些主要城市的主流百货店当中设立专柜,树立了良好的品牌形象,也锁定了城市当中的一批忠实的中高端顾客群。因此,多年来这几大品牌各自有着相对稳定的市场占有率,且占有率不断提升。

倍到 3 倍。这些都可以为小吕的特色凉席店带来较可观的收入。

【经营点拨】
走出去“毛遂自荐”

小店走上了正轨,头脑灵光的小吕又开始关注多渠道经营。有一次,他去南方上货时发现,一些经济型的家庭旅店大都有凉席铺,对此小吕深受启发,上货归来后,他专门招了一个业务员开辟酒店销售业务。不出小吕所料,他的特色产品加上业务员“巧舌如簧”的推销,还真有一家经济型酒店采购了 50 张凉席。小吕笑着说,做生意,就要动脑筋,不开源,光守店,是守不来更多财富的。

【风险提示】
控制资金的分配比

小本生意,注定了资金的局限性。经营者不能一味地追求货物的琳琅满目,而让自己的腰包陷入被动中。压货是避免不了的,但千万不要超过流动资金的 75%,一旦超过这个警戒线,很可能要承担意想不到的后果。

其次,进来的货源要严格把关,不能因为价格问题而丢失质量和信誉。如遇顾客的退换货要求,经营者要积极配合,分清责任,以负责任的心和优质的服务来吸引顾客的二次上门。(摘自《时代商报》孙颖/文)

而奥丝蓝黛、霞黛芳这一批二三线文胸品牌,它们把销售扩张的“主战场”锁定为广大的二三线城市,尤其是地级市、县级市等三四线城市。

但更为普遍的一种情况是,中小城市的店铺一般都为代理商开设,这些代理商同时代理多个文胸内衣品牌,开设面积不大、约为十几、二十几平方米的文胸集合店,把多个品牌集中在一起销售,每个品牌往往只占一个陈列柜。尤其值得一说的是,近两三年间,这类店铺数和内衣集合店数量越来越多,对于市场的抢占和争夺越来越激烈。

此外,近两年一个新的现象也值得注意,那就是小部分二三线内衣品牌在继续大力拓展三四线城市的基础上,也开始进军一线城市,如奥丝蓝黛、赏心等品牌开始进军、渗透北京市场。

可以预见,未来 5—10 年内,随着中国城镇化进程的进一步加快,随着广大的中小城市成为中国经济增长的重要支撑,随着三四线城市女性消费群体对于文胸品牌化消费意识的进一步觉醒,奥丝蓝黛、霞黛芳等二三线内衣品牌必将步入更快的扩张、发展期,迎来属于它们的“黄金时期”。(摘自《服装网》)

在北京垃圾围城里去淘金吧

与城市摊大饼式的扩张同步,北京城的垃圾包围圈也在不断扩大,从最早的在四环路形成围困,到去年的垃圾七环,垃圾围城的窘境一直与之相伴。

摄影师王久良拍摄的《垃圾围城》系列,为公众勾画出了北京城少为人知的七环垃圾带。“在垃圾场周边一走,到处都是金钱流动的声音,垃圾场背后,都是有利益的。”实地踏访了北京周边 400 多座垃圾场的王久良感慨说。

【如何淘金】
寻找足够容量的深坑是经营野垃圾场的第一步。据小张湾村村民介绍,这里原本都是平原,哪有什么深坑,还不都是抽沙抽的。在最高峰的时候,曾有 3 台抽沙机不停在现在垃圾场位置抽沙,最终形成了一个近 300 亩的大坑。

卖完沙之后,开始进入了回收垃圾回填环节。想承包废坑回收垃圾,必须获得当地村里的支持。据小张湾村村民介绍,村里的四个垃圾坑,都归村委会—王姓负责人主管,承包者为本村—刘姓村民,“前几年都是外地人来承包,有几个河南、四川的老板在附近的村承包,都挣了几十万。”

野垃圾场的形成大多循着“卖沙—形成深坑—出租—回收垃圾”的链条演变。相对于正规垃圾场防尘、防渗漏、防污染等众多的处理措施,野垃圾场直接填埋的方式,成本要低不少。不过,承包大坑回收垃圾,重点不在倒垃圾本身,更大的油水还在废品回收。

垃圾场经营者会根据垃圾含金量决定收费多少,据王久良介绍,“你车里要有很多好东西,不但不收你钱,还可能倒贴你钱,完全看这些垃圾值不值钱。”一些高档小区,则有人定点承包,“这些小区的垃圾含金量高,根本进不了环卫系统,像六里屯、使馆区、酒吧街等地方的,都被人直接拉走了。”

进入垃圾场之后,再由垃圾场承包者和拾荒者进行分成。王久良在前期调查中发现,包场的老板可能挣得多一点,“一般都是三七开,捡的东西卖 100 块钱,给老板 70,拾荒者拿 30。”

【垃圾分类待解】
位于北京市朝阳区东三环附近的劲松一区垃圾清理站内,设有专门的餐厨垃圾箱,虽然这是附近几个垃圾清运站中唯一的餐厨垃圾回收点,不过每天送过来的餐厨垃圾并不多。

据该清理站内的工作人员介绍,大饭店的餐厨垃圾根本不会往这边送,有专人上门去收;附近几个小区里,虽然设有垃圾分类箱,标有“餐厨垃圾、可回收垃圾、其他垃圾”等标志,但大多是混着丢,“最终都归到了其他垃圾里,餐厨垃圾顶多是附近的几个小饭店送过来一些。”

这些油水丰厚的餐厨垃圾,是垃圾回收者眼中的香饽饽。在北京市通州区宋庄镇的就有一处处置餐厨垃圾的非法填埋场,收购者从城里运回泔水,筛选出能喂猪的材料后,其余的就直接倾倒在在了填埋场。垃圾分类曾被认为是垃圾减量化的前提,不过这一倡导多年的行为并未得到很好的执行。即便是在北京一些较早推行垃圾分类示范的小区里,源头的垃圾分类效果也并不理想。

据上述垃圾清理站内的工作人员介绍,除了餐厨垃圾外,社区垃圾清理站里像塑料、纸张、金属等可回收的垃圾数量也少得可怜。虽然居民并未在源头实现垃圾分类,但在运送到垃圾清理站之前,已经历了拾荒大军们的数次分拣。

已于 5 月底提交北京市人大审议的《北京市生活垃圾管理条例(草案)》,提出了建立生活垃圾收费制度,有望为垃圾减量化提供契机。

(摘自《经济观察报》刘金松/文)