

“歪”门“斜”道赚大钱

偶然的一次赚钱机会，仔细经营，深入发掘，就能找到必然的“钱”景。

细节里的商机

“林家货铺”有点生不逢时。刚开张一个月，距离不到 500 米处，同类型的超市“世纪百货连锁超市”也跟着开门营业了。

有商人的地方就有商业竞争，“林家货铺”的老板林大伟不怕竞争，但他明白鸡蛋碰不过石头。这个“世纪百货连锁超市”就是摆在他面前的大石头。

其实，“林家货铺”与“世纪百货连锁超市”的表面实力相当，两家店面大小一样，经营的货品大同小异，都是油盐酱醋、针头线脑等日常生活必需品，但背景却天壤之别。“世纪百货连锁超市”的后台老板，是经营着房地产、旅游、百货等旗下有 15 家连锁超市的世纪集团；“林家货铺”的老板林大伟，仅仅是个身价不到百万的小商人。背景不同，直接区别在于进货渠道，“世纪百货连锁超市”的货品都是通过集团统一采购，很多商品从厂家直接进货，占尽价格优势；而林大伟单打独斗，无法匹敌。

同类超市的竞争，更多的是价

格竞争。在这个 3000 户左右的居民社区，林大伟苦苦支撑，勉强维持生计。

林大伟曾经做过几家零售公司的采购，他很清楚，只有直接联系上厂家，“林家货铺”才有竞争实力。2002 年 10 月，当全国秋季糖酒会在长沙举行时，林大伟便抓住机会，连续几天往会场跑，希望能与外地厂家直接搭上关系。

这是糖酒会的最后一天，会展呈现出空前的热闹，参展单位都在做撤退准备，很多展台前都在打折销售展品，一些老太太都提着篮子前来淘便宜货。在一家红酒摊位前，闹哄哄围了一大堆人，市场价 58 元的酒，现场打折，才卖 35 元。林大伟的超市里也销售这种酒，他的进货价都要 48 元呢。这么大的差价，商家肯定在亏本销售！林大伟脑筋一转，他立刻找到该展位的负责人打探虚实。

酒厂的刘经理是个爽快人，在林大伟“热情”攻势下，两人边吸烟边聊开了。从刘经理的口中得知，这批酒果然以低于出厂价的价格在倾销。对于外地来的参展单位，展品运输费用在展览开支中占很大比例，与其卖不完打包发回厂，还不如低价处理掉。“但是这种零售很烦琐，不但销售人员累，顾客还一再压

价！”刘经理显得很无奈。

林大伟感觉机会来了，在数以百计的参展单位中，像这样的大甩卖正如火如荼，何不乘此机会大肆采购呢？林大伟立马很仗义地跟刘经理达成协议，以每瓶 34 元的价格包销他们剩下的所有酒水。刘经理大喜过望，立刻宣布停止销售。清点货物，还剩下 58 件酒，每件 6 瓶，林大伟算了一笔账，就算不零售，转手批发给其他零售商，也将从中获利 4800 余元呢。

刘经理接过林大伟的货款，收拾展台，轻装离开展厅。林大伟则把眼光瞄向了下旁边的奶糖展区……

一时间，“林家货铺”货物充盈。让林大伟最为满意的是，“‘林家货铺’价格更优惠”的消息在小区住户中悄悄传播。

曲线“救国”

这是一个偶然的赚钱机会，但到了林大伟这里，他便想把这种偶然变成赚钱的“必然”。每年无数的展会，无数的参展单位，每次都有许多剩余参展产品要处理，如果挖掘其中的机遇，自己的“林家货铺”不就有抵御竞争对手的后台吗？

接下来召开的是食品博览会。这次，林大伟有的放矢。一天时间下



来，林大伟不但与 15 家企业达成购买剩余展品的协议，还与 4 家企业达成了地区总经销的意向。

林大伟更满意的大手笔却是，借“包销余货”的方式获得厂家的支持，好几类产品的地区经销权顺利纳入囊中。

“林家货铺”逐渐具备了跟“世纪百货连锁超市”不相上下的价格优势，甚至很多产品独家经销，其名声逐渐远播，进出“林家货铺”的顾客日益增加，甚至其他社区的住户也专门跑到这里来购物。

（摘自《总裁网》）

五招选出最佳创业项目

一、要选择适合自己的项目。俗话说：“隔行如隔山”。应尽量选择与自己的专业、经验、兴趣、特长能挂得上钩的项目。

二、要看准所选项目或产品的市场前景。所发展项目要有直观的利润。有些产品需求很大，但成本高、利润低，忙活一阵只赚个吆喝的大有人在。

三、要从实际出发，不贪大求全。当你瞄准某个项目时最好适量介入，以较少的投资来了解认识市场，等到自认为有把握时，再大量投入，放手一搏。不要嫌投入太少而利润小。“船小好调头”，即使出现失误，也有挽回的机会。

四、要尽量选择潜力较大的项目来发展。选择项目不要人云亦云，尽挑一些目前最流行最赚钱的行业。没有经过任何评估，就一头栽入。要知道，这些行业往往市场已饱和，就算还有一点空间，利润也不如早期大。

五、要周密考察和科学取舍。对获取的信息要善分析，没有经过实地考察和对现有用户经营情况进行了了解的，千万不要轻易投资。重考察，一看看信息发布者的公司实力和信誉，最好向当地工商管理等部门了解情况；二要看项目成熟度，有无设备，服务情况如何，能不能马上生产上市等；三要看目前此项目的实际实施者在全国有多少，经营情况如何等。

（摘自《北国商报》王雪／文）

如何正确使用创业资金

借贷创业，也许是很简单的事，但也是危险的事，因为用别人的钱来创业，容易过于放纵，轻率不实在，容易导致经营风险，创业难成。所以即使要借钱创业，也要有自己的资金，特别是小本生意，最好有过半的资金是自己的，只有这样，才会对自己负责。而且，创业不一定就一次成功，一旦失败，陷入债务危机，对于以后的创业就会造成不利的影响。

重视创业成本

一般的人很容易忽视创业成本的问题，有可能会导导致将来出现种种财务危机。虽然我们满腔创业热忱，如果缺少理性思考和周详的计划，认为赚钱很容易，在运作上低估了成本，可能会给自己的企业带来很大危险，比如资金周转不灵。所以，我们一定要认真地计算出创业成本，要按照认真执行，不能随意改动。也不要把创业成本计算得过大，因为创业初期赚钱较难，成本太大，使得收回成本的机会减少，打击创业者的信心。

例如：我们在计算成本的时候，创业地点租金定为一个月为 1000 元，但在实际找时，发现一个理想的地方，但租金要 1350 元，也许你会觉得才贵了 350 元，不算什么，很容易掉进陷阱。创业时一定要考虑到在开始一段时间很可能没有生意，如果每个月多 350 元租金很快就会成为沉重的负担。所以，在计算成本时一定要慎重。只有能成功控制住创业成本的人才会有收获。

重视现金流

另外，还有许多减少现金流出的办法。可以购买便宜的办公用品，设法寻找租金较低的房子，还可以减少人员数量和工作时间。也可以推迟雇佣员工的时间，到需要人手时再招。

在增加现金流入方面，除了想方设法提高销售之外，还可通过提高顾客的付款速度来实现。例如，让顾客 10 天内付款而不是 30 天内付款，这样就可以提前 20 天收回资金，加快资金周转率。

为了避免发生资金周转困难的现象，最好珍惜手上的现金，如果不是非常必要，像房屋、设备等这种有折旧年限的资产就不要花巨资购买，这就是为什么有些创业者，明知房地产即将升值，在创业之初也宁可租用办公室而不买写字楼。不要为了表明自己有实力而大量购买不必要的资产，尽量留出多些现金作为创业的储备力。

定出合理利润率

另外，在宣传上的费用一定要慎重，宣传虽有必要，但企业真正成功并不是靠吹出来的。所以在创业之初不要花大量的钱搞宣传，以至拖垮企业，要知道宣传费用产生实际效益是要花很长时间的，所以。宣传只要到位就行，不能影响到资金的流转。

创业者通常容易在计算毛利上犯两个极端的错误：第一就是对自己的产品没有信心，害怕与人竞争，将毛利定得很低，很可能出现商品卖光却无利可图的现象。另一种就是由于不了解市场规律，希望赚得越多越好，将利润定得很高，导致商品卖不出去，形成积压。因此要恰当地掌握好收支平衡点，对自己的资金支出与收入有较清醒的认识，这样才能合理定出利润率，使自己创业成功的机会大大增加。

（摘自《慧聪网》）

创投“下注”谨防六种误区

创业板的推出造就的财富效应，促使中国创投行业越发火爆，甚至有人说是 PE 满天飞，VC 满地跑。但正如我们看到的情况，创业投资行业，也是鱼龙混杂，泥沙俱下。而如何在众多的创业企业中修炼出一双慧眼，警惕各种陷阱，而选择并成功地投资真正的创新企业，本文试图对目前创业投资中存在的一些误区进行粗浅的分析，以期启迪思维，共享智慧。

第一种现象：某些创投基金对前期的财务和法律尽职调查的重要性重视不够，导致对企业投资后发现重大法律和财务瑕疵，甚至是虚假业绩，而难以退出和脱身。

由于中国资本市场市盈率的居高不下，PRE-IPO 的项目在引入战略投资者的时候也能以十几倍甚至二三十倍的市盈率达成投融资协议，具有一定的上市可能性的

企业也能以一个较高的市盈率引进战略投资。但其实很多企业在历史上存在这样那样的瑕疵，如原始出资的瑕疵、实收资本代持的瑕疵、实际控制人变动的瑕疵、偷税漏税等重大违规违法的瑕疵；更有甚者，为了吸引投资者的巨额资金，不惜造假欺骗，道德风险的案例屡屡发生。

第二种现象：PE、VC 在被投资企业的规范性、合法性、完整性与未来的商业前景、获利能力、商业模式之间，经常会出现重视后者而轻视前者的情况。这样做的后果是：被投资企业后期规范难度大，形成上市时的重大瑕疵，甚至是致命性问题，企业无法上市，只能转为以投资回报为主。

我们经常能够看到很多企业，其原始发展过程中有浓郁的中国民营企业特色，现金收支是企业收支的主要形式，主要经营活动缺少

轨迹记录和可验证性，部分收入在账面记录，部分收入形成账外收入，少缴或不缴税款。这些情况在公司引入保荐人、申报会计师、律师的时候才发现问题的严重性，甚至对上市造成致命的障碍，而这个时候却已经悔之晚矣。

第三种现象：创投完成投资后对被投资企业的管理，行使股东的权利以及除财务之外的资源支持方面不够，仅是财务投资人，而没有能做到战略投资人（这儿的战略，更多包括了在公司管制、内部控制、管理规范、市场资源等多方面的支持）。

第四种现象：创投重视市盈率指标，轻视如净资产、流动比率、速动比率等财务指标的合理性；评价被投资企业的状况，没有形成适应不同行业的指标体系，凭借感觉和感性认识较多，理性和科学性评价不足。

第五种现象：创投对一些新兴的行业及新型的商业模式如何进行会计计量和确认缺少足够的专业认识，而仅从现金流等指标去分析判断，导致企业后期经营成果并不能如愿，或难以达到上市条件。

第六种现象：创投对于被投资企业未来上市地的选择，决定了投资企业的架构和模式调整，而由于时间推移，市场情况的变化，如在后期变更上市地，转身和掉头的成本非常大，这种情况在医药生产行业等需要国家行政许可及管理要求严格的行业表现尤其明显。

市场是变化多端的，企业的业态也是多种多样，对于财务及财务指标的重视及科学的分析利用，虽然不一定能帮助创业投资企业选择出最优质的投资对象，但一定可以避免盲目而狂热的投资，降低投资失败的风险。

（摘自《价值中国》）

项目点评：难赚钱的 8 个生意

1、有机蔬菜店持续盈利难
案例：南京新街口一家有机蔬菜店的霍老板称，自己的店有时候一个月下来，赚的钱还不足以支付房租。随着消费观念的转变，人们对天然、健康的有机食品需求增多，有机蔬菜店火了一段时间。但 2009 年的调查发现，大多有机蔬菜店不到半年，生意就会冷清下来。

点评：据广州食品协会专家分析，由于有机蔬菜一般成本较高，因此此价格比普通蔬菜贵三到五倍，这使一些消费者在尝过新鲜之后便失去了兴趣，很难培养较忠诚的客户群。除此之外，经营有机食品最大的风险在于保质期通常较短，进货成本和平衡销量一旦控制不好，就很容易造成亏损。

2、数码影印馆难做长
案例：一张彩色图像，2—3 分钟就能印制到瓷盘、瓷杯、衣服、小饰品、钥匙等多种材质上，为消费者打造真彩金属像、个性饰品像、布艺印像、个性印像杯等。这样的数码影印店在 2009 年可谓火爆一时。但是 2009 年末，各地数码影印馆的生意就已经大不如前，不少店面已经濒临倒闭。

点评：据西安青年创业中心的于主任称，相对而言，像数码影印馆这类生意服务比较单一，往往是刚进入市场的半年左右时间异常火爆，年轻人对其都非常感兴趣。但时间一长，

试过的也就不愿意再试，再加上竞争激烈，想盈利就很难了。对于此类生意，投资者应增加其盈利点，并时刻关注市场变化，随时了解最新趋势，做好阶段性更换项目的准备。

3、× 元服装店竞争过于激烈
案例：19 元裤装店、10 元服装店……这些低价服装专卖店的加盟广告，近年来在各大卫视台“滚动播出”。在如此强大的“忽悠”攻势下，2009 年加盟这类服装店的投资者确实不少，挣钱的也有一定数量。但是随着其遍布各地区的大街小巷，人们的热情感却大减。以广州当地为例，80% 的店已经倒闭。广州市北京路的王老板，从 2008 年末开始的一年多时间里，更换了 4 个品牌的该类服装店，但是没有一家能撑到 3 个月以上的。

点评：据广州服装协会负责人称，其实这些机构批发给投资者的商品价格多数都在 30 元以上，质量也不尽如人意。时间一长，价格的优势也就对消费者没什么吸引力。加上该项目极易引发追风，这也就大大分流了目标顾客。

4、名品化妆品折扣店市场鱼龙混杂

案例：名品化妆品折扣店是投资者通过向盟主进货的形式销售各种名牌化妆品。根据化妆品品类不同，通常以正品市场价 1—7 折的优惠价格出售。目前国内同类加盟机

构不少于 300 家。2009 年，有 60% 的化妆品零售店开业不到一年就倒闭。天津一家化妆品折扣店的张女士，由于没有良好的进货渠道，折扣店开了半年就赔了 20 多万元。

点评：据广州美容美发行业协会负责人称，超低价的化妆品大多是未通过海关的水货，甚至是小作坊出品的假货，厂家发的大都是些杂牌化妆品，各类名牌化妆品是没有太多折扣的，根本就没有什么利润可言。

从长远看，投资名品化妆品折扣店还是有一定市场需求的。但是目前盟主鱼龙混杂，投资者想要投资一定要对加盟商在业内的口碑进行考察，同时投资者还需了解自己所处的市场需求及竞争情况。

5、情侣创意生活馆有些过时了
案例：情侣创意生活馆中小到情侣配饰，大到情侣居家生活用品，所有的东西都是巧妙且富有创意地结合在一起，使其成双成对，而售价却是成倍地增长。2009 年不少小投资者看到其门槛低和利润大的优点，争相加盟，尤其以二三线城市为甚。但是很多加盟店在开业初期就出现亏损状况，大多数加盟店生意惨淡，重庆的一家加盟店甚至开张一个月就要转让。

点评：据陕西省人才服务中心负责人称，该生意虽然有一定的创意性，开业初期往往能受到不少情侣们

的欢迎。但是相比其高出普通饰品几倍的价格，却不足以令消费者接受。

6、青少年白发治疗中心中小投资缺乏竞争力

案例：青少年白发治疗中心，主要是由于目前“少白头”越来越多而出现的。因为主要靠药物治疗，所以该项目多以家庭作坊形式出现。投资者不需要购买仪器，也不需要太大的场地，只要引进一些药物就可以操作。2009 年在各地开店情况十分火爆，尤以二三线城市为主。以郑州为例，仅三个月时间就涌现出近百家，但是大部分治疗中心的生意却不尽如意，很多药物和产品出售不出去，只能砸在投资者手里。

点评：据北京医药行业协会称，青少年白发主要是与头发中微量元素、饮食习惯、精神压力等方面有关，没有药物可以达到根治效果，而这些青少年白发治疗中心所谓的重要偏方都只能是辅助治疗，不可能达到根治效果。目前这种治疗中心多是家庭作坊形式的，而北京、上海、河北等多个省市的正规医院，均已开展了治疗青少年白发的业务。这些小作坊式的治疗中心显然是无法与大医院相竞争的，因此想要从中获利很难。

7、咖啡书屋低门槛加盟，高难度经营

案例：咖啡书屋是集书店、出租店、图书馆、音像店、报刊吧、话吧和饮料吧等于一身的综合性休闲场

所。2008 年，休闲书吧在国内逐渐兴起，2009 年相关招商广告急剧增多，目前国内同类加盟机构不少于 200 家。由于加盟门槛低，很多小本创业的投资者争相加盟，但是成功率却不高，40% 的店开业不到三个月就关闭。

点评：据郑州就业指导中心讲师介绍，咖啡书屋选址一般都在学校附近。但是目前各大高校都有自己的图书馆，这就为经营造成相当大的难度。如果开在中小学附近，那么要考虑一个问题，就是书出租出去一定会有还不回来的情况。

8、个人形象管理培训叫好不叫座

案例：个人形象管理培训主要包括基础理论的指导（个人形象装扮基础法则）、实操操练、创业指导三部分。2008 年初，以加盟招商的形式进入市场后，受到了各界关注，一年的时间迅速火遍全国。2009 年，北京涌现出个人形象培训机构达 100 余家，但据业内人士透露，70% 以上的店已经不靠培训盈利，大多以其他副业维持运营。

点评：据权威部门调查显示，有 76% 的消费者表示对个人形象管理培训感兴趣，其中有 82% 是正在找工作的高校毕业生或者待业人员。但是，在这其中愿意花上少则几百元多则上千元的只有 11.8%。

（摘自《城乡致富》）