

毕业生卖“变 3”玩具发财 三周赚 10 万元

大黄蜂、擎天柱、威震天、红蜘蛛……《变形金刚 3》席卷全球，票房已在本周攻破 10 亿美元大关。当影迷感叹好莱坞造梦和敛财能力时，就在北京一间很不起眼的出租屋内，变形金刚迷小杨，将自己的电影周边产品生意做得风生水起。

一毕业就把玩具当事业

小杨是河南人，他说自己是个典型的农村孩子。高考时以优异的成绩考入中国人民大学，专业是经济，让全家人都有一种光宗耀祖的感觉。

但随着毕业季临近，他的人生

观开始慢慢改变。从河南到北京，在人才爆棚、竞争激烈的大环境中，小杨对残酷的就业压力产生厌倦。他渐渐开始向往那种无忧无虑的生活，希望将兴趣和事业结合在一起。做什么呢？卖玩具！“其实，这并不是突发奇想，我前期做了很多铺垫的准备工作。”

作为一名典型的 85 后，变形金刚在小杨的童年回忆中占据了重要地位。当他发现在《变形金刚 1、2》上映后，随之而来的那股风起云涌的怀旧潮时，“经济系的头脑”立刻得到反馈——这是商机。

于是，在大约两年前，刚刚毕业的小杨和两位同学一起，租了一间不足十平方米的地下室，在淘宝上建起了一家叫“北京影饰聚”的小店，就此走上了一条白手起家之路。

很久很久没出过门

小杨的生意慢慢走向正轨，他搬进了三义庙社区的一个一居室出租屋，网店也建设得越来越漂亮。

大多数时候，小杨的工作状态都是坐在电脑前，不停地与买家交流。每天早上八九点钟起床，半夜一二点睡觉，一日三餐全部在电脑桌前解决，每周七天，周而复始。他说，自己前一阵陪几个朋友去了趟颐和园，突然间感觉很不适应，“好多人啊，很长时间没见到这么多人了。”

国内电影产品缺失是遗憾

在《变形金刚 3》上映后，小杨的生意出现了突飞猛进的变化。在过去的短短 20 天时间内，他卖出了四十万元的货，利润达到 10 万元。小杨喜不自禁地透露，这其实是他创业两年来第一笔正式收入，此前



都只是能收回成本。

经过“变 3”带来的突变，小杨已经可以自豪地宣称，自己是国内同类商家中的前排标兵了。因为业务繁忙，小杨的出租屋里几乎没有下脚的地方，到处是大黄蜂、擎天柱、巴斯光年这些电影玩具。

“看出来了吧，都是国外电影周

边产品，我一直很遗憾，没有一件中国电影产品能卖得好的。”小杨说，这几年，国内大片上映也不少，而且有不少也拿到了客观的票房，有些口碑也不错，但电影周边产品这一块基本都是缺失的，非常可惜。

看影讯备货摸市场脉搏

蓝精灵是小杨最近大量进货的目标。记者采访他的时候，《蓝精灵》还没在国内上映。“《蓝精灵》的情况和《变形金刚》很像，都是曾经的经典，现在重新包装回归，我相信市场会很不错。”

距离小杨住处不远，小杨的第一家实体店面正在装修。“很小的店面，一个月租金 3500 元，还是有些压力的。”小杨希望实体店的开业，能让他的事业更上一层楼。

（摘自《北京晚报》孙毅 / 文）

5 小伙创业目标：私人飞机业的阿里巴巴

杭州下沙 5 个 20 岁出头的小伙子，两个刚毕业两年，三个还是浙江经贸职业技术学院的在校生，把创业的目光盯在私人飞机上，准备在这个领域大干一番。他们的目标是：成为通用航空业的阿里巴巴！

想吃私人飞机这只“螃蟹”

先介绍一下这 5 个敢想敢做的小伙子。黄拓，法人代表兼董事长。李鹏和何浩森，负责网络技术、搭建互联网平台。陈志勇，市场信息化收集、网站推广和内容更新。周鑫科，一切对外联络事宜。

他们信誓旦旦地说，他们做的就是飞机，绝对不是飞机模型，更不是飞机票。他们也不是心血来潮，而是经过仔细的市场调研，和专业人士进行过多次讨论，又经过好几个月学习相关知识，才坚定不移地打算吃私人飞机这只“大螃蟹”。

他们反问，10 年前，你相信现在几乎人人上网、用手机、开私家车吗？那为什么不能相信，不久以后私人飞机会像上述那些一样呢？

“做通用航空业的阿里巴巴”

说起来，他们正在做的事相当专业，也确实是目前国内比较空白的一个领域。专业词语叫通用航空，指除军事、警务、海关缉私飞行和公共航空运输飞行以外的航空活动。通俗点就是私人飞机，比如赵本山就有一架。

黄拓说，去年 11 月，他看到一个新闻，说国家将要逐步开放低空领域，之后出台的十二五规划里也明确写到了提速通用航空发展。他上网查了一下，发现这几乎就是一片空白领域，直觉告诉他，这是个创业机会。于是，黄拓立即在学校网上发帖，找寻志同道合的人一起来做。结果提起“通用航空”，没几个人懂，说卖私人飞机，人家更当你开玩笑。

黄拓说，其实他们做的类似于阿里巴巴，通过互联网搭好平台，把和私人飞机有关的一切都串起来，像二手飞机、航材、租赁服务、飞行员培训等等，从上到下，涉及整个产业链。

时间是唯一优势

黄拓好不容易聚齐了其他 4 位和他同样信心坚定的伙伴。其实他们本来不止 5 个人，但一听说要筹钱集资而且工资还得自己想办法另赚，一个个都走了。

创业最忌讳的就是光想不做，5 个人决定先做起来，边做边学。小伙子们心里有谱，因为时间才是他们唯一的优势，趁着现在别人都不敢打飞机主意的时候，他们整天废寝忘食地干。没人是航空专业的，没关系，找专业的；通过网上翻资料，看书，向专业的通用航空企业了解咨询。几个月下来，只要说起飞机，他们个个都说得头头是道，绝对顶半个专家。

有人曾找上门想买飞机

“他们这个项目是我见过的最有想象力的大学生创业项目。”浙江经贸职业技术学院招生就业处的邱老师提起黄拓他们的项目就赞不绝口。他连连说，几个学生能把这么大一个行业，还是一个新兴行业，理得那么顺，又在短短几个月时间里把网站建好，公司注册好，商业计划书做好，非常不错。

那“倒腾”私人飞机是不是真有点呢？黄拓说，他们已经和不少风险投资商接触过了，曾有风投愿意用 300 万元买断他们的网站。

现在，尽管上线才半年，黄拓他们的网站在业界已经小有名气，很多航展、私人飞机展、通用航空的业内论坛，都有他们参与其中。就算是卖二手飞机这个被很多人认为很不靠谱的事，在网站建起来没多久后，也真有人找上门来让他们帮忙选购。虽然最后和欧洲卖家没谈妥而没成交，可这番经历让小伙子们信心更坚定了。

（摘自《钱江晚报》朱杨健 张斯琪 / 文）

摆地摊起家 23 岁特困生成百万富豪

至今，李海洋还记得高三暑假的那场雨。那天，打完第三份工，已是清晨 3 点多。“当时雨下得特别大。”他回忆说，豆大的雨点打在脸上，“疼！”路面的积水没过了自行车的脚蹬子，自行车就像是惊涛骇浪中的一条小船，李海洋哭了，“在空无一人的大街上我大喊，一定要做个有钱人”。

那是 2008 年的夏天。仅仅 3 年后，这位曾经的特困生已经成为石家庄博强人力资源咨询有限公司的总经理，公司注册资金 100 万元，拥有一家冷饮店、一家饭店和两家通信产品店，快递业务也做得红红火火。

从摆地摊儿到打的收款

一个偶然的机会，李海洋从一同打工的同乡那里得知，给手机贴膜“挺挣钱”。于是他不上课时就到邻近的河北经贸大学门口摆起地摊儿。每次摆



摊儿 100 元左右的收益，确实确实改善了他的生活条件。

就在这时，他得知通讯运营商的“手机情侣卡”在异地恋大学生中颇受追捧。这种外地通讯运营商提供的手机通话服务，只要交一定的月租，国内异地通话在一定时间内可免费。

于是，他迅速在各个学校组建了“手机情侣卡”的销售队伍，“从那时起，我开始打的去送货、收款”，每次都“满载而归”。

一元钱结交成功人士

李海洋的创业之路并非一直顺风顺水。“情侣卡”销售火爆时，通讯运营商却突然叫停了该项服务。他一次次和通讯运营商沟通，一次次拨打有关部门的投诉电话，“投诉电话我拨打了不下一万次。”他强调，这可不是“概数”，而是货真价实的“确数”。“情侣卡”的业务奇迹般恢复了，但这次“打击”却导致他的营销团队解散，于是李海洋下定决心组建自己的公司。

资金是首先要面临的一大难题，这时一位成功的企业家给了李海洋巨大的支持，“他说从我的故事中，看到了他当年的影子”。认识这位企业家纯属偶然。一次，李海洋坐公交车，一个中年人手拿一张百元大钞询问谁能帮他换零钱投币，其他人无动于衷，李海洋则热心地替他投了一元钱。简单交谈后，这位中年人给了李海洋一张名片，原来这是一位成功人士，“我们至今保持联系”。

开田园自助饭馆一年狂赚 13 万

随着人们生活、休闲方式以及消费观念的转变，目前很多与农村有关的商机逐渐显现出来，有些精明的农村人或者城里人在“农”字上做文章，已经开拓出了一片创业的新天地。

现在一提到创业，往往让人想到农村人到城市先打工后创业，最终走上成功之路；或者是城市下岗职工开店办厂，由小到大，最终富甲一方。

而农村人一般不会想到利用农村特有的资源创业，而是一味“外面的世界很精彩”，不惜千山万水而进城寻找打工和创业门路；而城里人看到农村人都外出打工，觉得农村不会有什么商机，更是想不到去农村创业。正是在这种情况下，农村许多良好的创业资源成了被遗忘和忽略的角落。

其实，随着人们生活、休闲方式以及消费观念的转变，目前很多与农村有关的商机逐渐显现出来，有些精明的农村人或者城里人在“农”字上做文章，已经开拓出了一片创业的新天地。这不，刘振平就开了一家田园自助饭店，一年可以赚到 13 万元。

创业灵感

刘振平原来是城里一家饭店的小老板，虽说饭店处在城市的黄金位置，但如今顾客们越来越挑剔，加上市场竞争也很激烈，他的饭店只能做到保本经营，一年下来留不下什么钱。

有一次，一位客人带着一只家养老

母鸡来到饭店，说是老家的朋友捎来的，想借饭馆的炉灶，由他们自己按照家乡的做法把鸡炖一下。因为这位客人是饭店的常客，刘振平便腾出炉灶，并找来各种调料，让客人自己把鸡做了。看到几个客人津津有味地吃着自己动手做的黄焖老母鸡，刘振平突发了一个灵感，现代人吃饭越来越挑剔了，自己动手做出的饭菜可能更合个人口味，何不

在郊区开一家田园自助饭店？之后，他把自己的想法和几个朋友一说，大家都说一定能行，于是他将饭馆迅速转让了出去，开始筹建他的田园自助饭店。

成功源自特色

几经考察，他选中了郊区一处靠山的果园，当时正是春暖花开，果园里遍地是野菜，这些野菜可以供客人自采自做。他又从当地村民家中买来了很多自己家养的鸡鸭和家兔，放养在果园里，供客人自选。

一切准备就绪后，他的饭店正式开张了。为了吸引顾客，他联合当地报纸的美食版，专门推出了“下乡踏青，挖野菜，吃家鸡，放松心情”自助饭店体验活动。一开始先由部分免费体验者来现场体验，客人们首先自己挖来野菜，并现场点自己想吃的家禽和野味，由专门的厨师配合洗菜、配菜以及家禽的宰杀，然后客人自己动手，点火烹饪，很快便作出符合客人口味的野味佳肴。大家不仅挖野菜放松了心情，

还吃到了自己亲手做的绿色食品，均满意而去。

然后，刘振平再让这些体验者在报纸上“现身说法”，向大家介绍自助饭店吃野味的乐趣……随着活动的深入，这种新颖的就餐和休闲方式渐渐被大家接受，刘振平的生意也越来越红火。因为在郊区租赁经营场地成本很低，请配菜师也比请做高档菜的厨师省了不少钱，一年下来，刘老板纯盈利 13 万元！

创业提示

- 1、虽然名为自助饭店，但也应根据客人的需求提供配套服务，比如烹饪前期的洗菜、切菜、配菜等都由工作人员做好，顾客只是体验一下掌勺的乐趣。另外，对于一些嫌麻烦的客户，还得由厨师提供全套服务。
- 2、要按照季节特点来经营，比如春天要突出踏青，饮食以野菜为主；夏天突出避暑，以清淡爽口为主；到了冬天，田园风光可能没有了，并且冬天人们不愿意到郊区活动，所以，冬天可以暂时歇业。
- 3、以实惠做招牌，到乡下就餐不但是为了亲近自然。更主要的还是乡下物价便宜，如果到乡下吃饭比城里花钱还多，可能慢慢就会失去顾客。因此，田园自助饭店要讲究实惠，薄利多销。如果实惠了，顾客就会一传十，十传百，生意自然会越来越兴隆。

（摘自《大众商机》）



创意贺卡店 市场新商机

在这手机、电脑、互联网等现代通讯技术迅速发展的时代，贺卡作为一种比较传统的沟通方式，作为传统的表达祝福和问候的方式，虽然受到一定的冲击，却始终没有离开人们的生活。

在 798 艺术区中一街，有家名为“卡美贺卡创意商店”的店，售卖的贺卡都是店里几个合伙人创意设计的原创贺卡，贺卡内容时尚有趣又好玩，还有很强的互动性，贺卡形式也有所创新。不仅如此，制作贺卡的纸张也全是进口环保纸。创意贺卡店开店当月就实现了盈利。

立体贺卡有趣又环保

走进贺卡店，记者看到，左右两面墙上的陈列架上摆满了各种颜色的贺卡。店中央的一张高高的长条桌把店分割为两个部分，虽然让店略显拥挤了些，不过，长条桌起到了非常重要的展示和空间分割的作用，上面摆放着两折页、三折页以及 3D 的立体贺卡，以及店里一些卖的非常好的经典贺卡。

在长条桌的一角，还安排出一方小小的盖纪念戳的空间。买完贺卡，喜欢的话，顾客可以拿起三款纪念戳的任何一款或者几款，店主已经准备好了印泥，盖个纪念戳，增加一份小小的购买的乐趣。

据介绍，贺卡创意商店里贺卡主要都是店里几个合伙人的原创贺卡，有少部分是和店里有合作关系的画廊艺术家的衍生品。与普通贺卡相比，店里贺卡的最大特色就是内容的与众不同。

“贺卡本质上是一种沟通，是一种用文字进行的情感沟通。为了解年轻人的沟通方式以及情感表达，我们不断征集身边朋友同学和周围人沟通的方式，涉及包括软件编程在内的各种职

业人群。”店主之一王皇说，做贺卡之初，他们就和美国知名的贺卡公司贺曼 Hallmark 做过比较，寻找差异，结果发现自己的优势就是做内容，因为作为中国

人一定更懂得中国人沟通的方式。像店里有一款贺卡上是这样的文字：恭喜你，又老了一岁。在王皇看来，老外是很难理解这种表达方式的。

做贺卡两年多，王皇说，有十多款

的贺卡因为特别受欢迎，所以内容一直都没变。比如这款文字是“老妈最美”的贺卡。还比如一些贺卡有很强的互动性，消费者能参与到贺卡中。像店中考评系列的一款名为“综合素质试题”的贺卡，形式是考试的选择

建立连接市场的纽带

在今年 6 月开“卡美创意贺卡商店”之前，王皇和他的团队已经在贺卡这个行业摸爬滚打

了两年。王皇介绍，目前已经有包括北京、上海、大连等在内的全国 14 个城市的 150 家店在销售他们设计制作的贺卡。

之所以想要自己开店，王皇解释，主要目的是做产品展示，通过店面这一平台提高品牌的知名度，加深卡美贺卡给大家的印象；同时寻求新的商机，建立新的合作渠道。王皇强调说，他们希望这家店能够起到比带来流水更重要的作用。

（摘自《理财周刊》李玉荣 / 文）