

土特产店：乡情引发赚钱商机

如今出门在外求学就业的人越来越多，繁忙的工作让人一年也难得有几次机会回家看看。家乡的土特产就成了他们一解思乡之情的最好寄托。还有很多抱有吃遍天南海北特产心思的“好吃一族”也是各地土特产的忠实顾客。由此，土特产专卖店应运而生……

“年”味让土特产俏销

每到外地旅游、出差，过年回家探亲，该带些什么礼物？相信大家一下子便想到了特产食品，尤其是各种可口的小食，一来有特色，二来可以跟同事或亲人一起分享，其乐融融。想起北京的果脯、四川的灯影牛肉、海南的椰子糖……不禁让人垂涎三尺，并且怀念起那里的无限风光。当然特产更重要的是能让很多人产生对家乡的感觉和回味。所以，真正的土特产宣扬对家乡的情结，也是打动消费者的一张最佳的感情牌。

春节是中国人合家团聚的佳节，身在外地的游子们纷纷回家过大年。

同样，中国人过年有拜年的习惯，注重礼尚往来。回家团聚，走亲访友，外出旅游，总要带一些地方特色产品送给亲人朋友。节前，从外地回家的游子不免会带一些当地特产回家，让人朋友尝尝新鲜。节后，回家过年的游子返乡也不免会带一些家乡特产去拜望领导、同事和朋友等。

经营特产生意有“经”

特产生意自然有钱赚，但是，不是说只要卖特产就一定能赚钱，关键在于零售户是否善于经营。

一、选址原则：开进超市或家乡人聚集之地

比如你开的是一家湖南口味的特产店，其主要的顾客是来自于湖南湖北一带的人，所以在选择店址的时候要尤其注意是湖南人聚集的地方。可以把店开在湘菜馆附近，因为凡是来这里消费的客人毕竟是对此口味感兴趣，所以你的湖南特产店也会跟着“沾光”的。另外也可以开在一些湖南老乡聚集的社区附近。

如果找不到这种湖南人集中的地方，那就要用大的人流量和车流量来弥补了。开在繁荣商圈、兴旺市场固然是好，但考虑到进驻大商场的费用太高，小本投资可能无力承担，不妨考虑把特产店开进超市。

二、营销技巧：差异竞争品种齐



全“免费食用”

1、与超市“大路货”分开。开特产店最重要的是卖的货品应与超市里卖的“大路货”分开来，比如黑龙江土特产店里经营东北蘑菇、黑木耳、酒类、豆制品等，这些商品在许多超市里几乎都可以买到，这样就不能形成差异化竞争。

2、经营特产品种齐全。有关专家分析说，有许多土特产店频繁转手，因为很多做单一产品的专卖店只能做一季，而同时又必须承受高昂的商铺租金和人工成本。因此对于土特产来说，应该打破固有的单一的概念。比如东北特产店内经营的土特产可

以从蔬菜到水果、从糖果到酒类、从熟食到山珍，这些都是深受东北人喜爱的食品。

3、“免费食用”促销得力。比如开湖南特产店的，在生意开张的前一个月里，可以用切碎的酱板鸭、臭豆腐与蒸熟的湘西腊味做成店里的招牌“免费食品”，这几种产品最大的好处就是“香飘百米”。很多经过的顾客都会闻着味道前来看个究竟。

4、开家南北特产超市。把各个优秀的土特产整合起来，也不失为一个有益的尝试。

三、效益分析：投入8万每月净赚9000多

每亩可种植3500棵，每亩单产茎秆可达5000~10000公斤，一亩甜芦粟总收入2000多元。

以一家20平方米的特产店为例，前期投入大约为8万元。其中，店面租金每月1万元，交一押二共3万元；装修及店内设备费3万元；首次进货2万元。而每月的开销大致包括：租金1万元；水电费约800元；两名员工工资3000元；加上税收等，每月大概支出1.5万元。由于店内产品较有特色，经营土特产品的毛利率在35%~40%之间，一般20平方米的土特产小店每月营业额可达6万元，毛利润就是2.4万元，扣除每月开支1.5万元，每月净赚9000多元。

（摘自《创富指南》）

三个有“钱”景的创业项目

卡通贴布店

在广州正佳广场负一层的潮流商铺中，“尚美卡通贴纸”算得上独一无二时尚的生意。每当顾客有DIY需求，老板邹丽萍就会用特殊的复印机打印样本，2分钟内完成任务。就这样，消费者的姓名、喜爱的图案甚至是自己的照片印刷到几厘米见方的布料底版上，可以随意缝制贴到衣服或生活用品上。由于生意新奇、顾客广泛，开业后三个半月，收益节节上扬。

【项目介绍】

在用塑料、棉布甚至合成树脂做成的布料底板上，印刷着各种卡通、个性、色彩绚丽的图案。不同尺寸、类型的贴布都有，还有卡通的动物、植物造型。其用处远不止文具方面，而是可以广泛贴到衣服、生活日用品上，防水又防热，很难褪色。卡通贴布贴在衣服、包包上，既可作装饰又显

得个性。

【经营潜力】

新潮生意，刚刚在国内市场起步，竞争还比较少。该类生意的目标客户群比较广泛，学生、儿童、白领都有各类需求，投资者可充分调动起购买力。

【选址建议】

该类生意最重要的就是人流量，应开在时尚潮流前线，比如商场、广场、公园、学校附近。还可与人合租经营。

【进货建议】

不能光凭自己的喜好，进货要敢于“流俗”，顾及各种消费者的喜好，可加大实用性产品的进货量。可在珠三角地区的工厂集中进货。

【经营风险】

该类生意经营单一，货物流量

甜芦粟

【品种介绍】

甜芦粟不是甘蔗的变种，却是高粱的一个变种。它和普通高粱一样，每亩地能结出150~500千克的粮食，它的精华主要在富含糖分的茎秆，它的茎秆汁多味甜，肉质松脆，食用方便。因此人们已经不把它当成粮食作物种植，而是当成水果来赚钱。其品种有青壳、黄壳、黑穗、红穗等近10种。

【经济价值】

甜芦粟结出的粮食可以赚钱，它的茎秆含有氨基酸、蛋白质、钙铁磷等多种营养成分，含糖量是14%，可以说是天然的糖棒，而且在清甜中透出青草的香气，是市场上受欢迎的水果。它还可以用来榨汁、制糖、酿酒、制酒精燃料、造纸和饲料等。甜芦粟

【经营销售】

1、甜芦粟碳水化合物成分较多，保鲜期只有一天，但包装后在0℃~5℃下可以保鲜20天。

2、为了方便食用，每截甜芦粟的长度为21厘米。

3、精致包装后可进入农产品超市、大型水果市场销售。

4、可与当地的饭店、酒店合作，作为餐后水果特供。

5、与本地的蔬菜导游、合作社、农委合作，举办各种推广活动。

清真食品专卖

清真食品是指按照回族等少数民族的饮食习惯，屠宰、加工、制作的符合清真要求的饮食、副食品、食品，国内的许多清真食品厂家，过去主要是出口穆斯林国家，国内市场没有尝试开发，但现在随着人们的饮食观念

发生变化，健康的清真食品也逐渐受到青睐。

【成功案例】

河南阎新建的清真食品店里，摆放着鸡蛋、方便面、米线、油茶、牛肉干等清真食品。据他介绍，2009年7月开店之前，为了搜罗各种清真食品，他找到19个清真食品厂家，有100多种清真食品，“就连进口的清真食品在我的店里也能见到，现在主要配货到河南省内及广州、浙江宁波等南方地区。”阎新建说，清真食品市场消费很稳定，有巨大的发展潜力。从开业至今的销售情况来看，小店盈利不错，而且回头客很稳定。

【经营建议】

一、经营者可以采用实体店与网店相结合的方式，这样可以拓宽销售渠道，也能发展更大的客户群。

二、经营者要尽量丰富清真食品的种类，要了解清真食品的文化，这样才能更好地宣传产品。

（摘自《城乡致富》）

开甜品店 满足口腹之欲好赚钱

在广州，许多酒楼饭店在晚餐过后都奉上甜品，如绿豆糖水，新鲜热腾腾，香味扑鼻。甜品是一张美食通行证，是男女老幼皆欢喜的美食。看开在大街小巷的甜品店，光顾者总是络绎不绝，可知甜品早已攻陷人心了。

【盈利前景】

甜食店（南方也称作“甜品店”）提供的品种，都是一些制作简便的甜热食或冻食，如绿豆糖水、红豆糖水、芝麻糊、西米羹（露）等。

做饮食业的人都很清楚，甜品的成本很低，价格则随机应变，在居民区开店应低些，因为要做熟客生意，不能太狠。在商业区开店可以将价格调高一些，因为人们购物时往往舍得花钱满足口腹之欲。甜品的毛利率维持在40%—50%不困难，每碗甜食的纯利在1—2元之间。一间15平方米的甜食店，每月盈利可达到4500—7000元。

【开张成本】

桌椅、碗勺、厨具、原材料、消毒碗柜和预付店租等开支相加，估计开张所需成本约需6000—8000元。资金有限者可以自己充当伙计，或叫父母、亲戚帮忙。记住，消毒柜这个设备绝不能省，应将它摆放在店里最显眼的地方，因为它是卫生工作必需的。顾客看见消毒碗柜，也能产生一种安全感。全套设备购置约需3000元。在总的成本支出中，电器、房租、厨具的支出占了大部分，而甜品所用的原材料多是豆类、糖块和一些农副产物，价格低廉，1000元左右即能应付数十天的消耗。

【店面布置】

只要人多的地点即可。最好设在商业区、大型市场附近、电影院旁、工业区宿舍群、办公楼集中地等。客运站、码头和大酒楼附近则不宜，因这些地段店租高，且人们来去匆匆、腹中不饥，无意光顾甜食店。

最基本要做到清洁光亮，窗明几净。用大笔金钱装修店面绝对没有必要，顾客食用甜品时，很少关注门面的豪华，他们更关心食物的口味、营养与卫生。只要甜品质量过关，店面整洁美观，就不愁没生意。甜品店比其他小店更应该注意选购高雅脱俗的碗碟，使顾客一看餐具就产生舒心的感觉，认为这个店够品位，值得再次捧场。店里应摆设可以容纳15人的



桌椅，面积约在10平方米以上。

【价格品种】

价格方面，最好是适应大众化的价位，每碗甜食的价格约在2—5元之间，加不加糕点、鸡蛋、饼子由顾客自行决定，不要搞“拉郎配”，否则容易引起不满。

品种方面，不可贪大求全，如果你一个人既当老板又当伙计，那么七八个品种就够你忙得团团转。如果有一人帮忙收款、做杂务，则十几个品种就已经足够。如果有帮工三四人，那么品种应在20种以上。

【经营策略】

价钱便宜，品种繁多固然很重要，但是更关键的还是味道。凡是与吃有关的行业，都注意顾客的口味，吸引回头客的最佳方法是具有自己的特殊风味。有时候把快要卖光的甜食再烹调一次的话，店主必须自己先尝尝原味是否已经走失，如果口感不佳，干脆倒掉，以免卖坏招牌，因为甜品的成本实在有限，不要因小失大。煮煮甜品时，应抱着宁精勿滥的原则，卖完之后再行适量烹制，以保持产品时常新鲜，因为甜品最忌隔夜。

如果有意“抬升”顾客的消费额，可以将几个品种组成一个“套餐”出售，如红豆汤加蛋糕、绿豆汤加甜饼或加草莓为一组。另外，甜品也讲究季节性，冬夏种类应略有变化，酌情增减。

【经营提示】

普通的糖水、甜食虽然具有悠久的历史，但因其甜度稍浓，令许多减肥女性视甜食为洪水猛兽。她们认为，糖水、甜食容易令人发胖，故此光顾甜品店的年轻女性已不多见，反而男士和老年人、孩子更多些。如果换一个角度，推出有药膳作用的糖水和甜品，相信那些对糖水避之惟恐不及的女孩们也会主动上门光顾。

药膳滋补甜品店的地点选择、店面布置、开张成本、经营策略与普通的甜品屋相差不多，但盈利水平稍高一些，而价格品种也稍有区别。顾名思义，药膳滋补甜品具有健体防病之功效，品种以具备药补的糖水、羹糊为主，如补脑的核桃糊、润肠养颜的黑芝麻糊、润肺止咳的杏仁豆腐、治疗因肠胃虚冷而引起腹痛的花生汤圆。

总计种类在15种左右，最好在20种以上。另外，春夏秋冬换季时节，可适当推出应季新品种，如春夏末初可推银耳（白木耳）水果羹作为吸引顾客的“招牌”。（摘自《28商机》）

婴童鞋市场 投资潜力大



据有关资料显示，2009年之后，中国的婴童产业增产率高达30%。中国现有16岁以下的儿童3.8亿，约占中国总人口的1/4，而且每年大约有2700万新生儿出生。中国的婴童用品市场每年至少拥有380亿元的市场规模。

业内专家称童鞋市场是一个相对特殊的产业，也是一个极具潜力的产业。童鞋相对其他的儿童产品而言，成本小、利润大，并且儿童不断长大的脚就是商家滚滚而来的财源。如广东广州、四会、中山、清远、东莞等地的婴童鞋不仅在国内销售，还出口到欧美等地。

据有关数据统计，婴童产品每年有近380多亿的市场容量。现在人们的生活水平越来越高，父母对于子女的生活投入也越来越大，儿童消费呈现出明显的个性化，购买主动化的趋势，所以，童鞋的市场发展空间将逐年增加。

由于儿童市场的巨大消费潜力，国内的童鞋产品销售市场上童鞋不但种类越来越多而且时尚性强。但同时，为了迎合潮流和时尚的需要，许多童鞋在设计上忽视了穿着的舒适性和功能性。

据调查，虽然约98%的新生儿有着健康的双脚。但很大一部分在成年后会出现脚型的偏差。我国约有1/3的人患有不同程度的扁平足，而且绝大多数是由于后天穿鞋不当所致，其中很多是在孩童时代造成的。这最主要的原因是在孩童时代穿的鞋子不利于脚型发育，不合脚的鞋无法将宝宝的脚固定。

虽然中国童鞋的销售渠道还处于初级阶段，层次比较低，但中国童鞋行业已开始踏入品牌竞争领域，竞争的激烈可想而知。

（摘自《中国加盟网》）

家纺走俏 礼品市场

根据国家有关部门资料显示，我国每年有100万对新人结婚，以每对新人在家用纺织品上消费2000元计算，则每年仅此市场就有200亿元的市场容量。再加上近年来，国内房地产市场发展迅速，居民住房条件的改善，促使家用纺织品行业的进一步发展。旅游业的发展，使涉外单位在配套的卧具、装饰用品的使用上，有了新的增长需求。

家纺产品涉足礼品行业，比工艺品、电子产品、水晶礼品、箱包礼品要晚得多，但家纺产品礼品化之后，却很快成为炙手可热的新宠，短短几年时间，家纺礼品销售额已提升到礼品公司销售额的20%—30%左右。

家纺礼品从原来的单一品种——蚕丝被拓展为多种原料、多种款式几十个品种。特别是家纺礼品的创新性，已远远走在了大市场家纺的前端。礼品家纺大体分为巾、床、厨、帘、艺、毯、帕、线、袋、绒等产品系列。而在礼品家纺中，更为常见的主要是件套类、被子类、毯类、垫子类及巾类产品。可以预见，随着人们生活水平的进一步提高，家纺产品将走俏市场。

（摘自《中国服装品牌网》）