

汪春梅从嫁妆中发现商机走上创业路

汪春梅坐在码放整齐的 700 多张羊毛毡间,神情淡定地讲述两年来悲喜交加的创业经历,自觉不自觉地,还会伸手摩挲身边堆放的毡子。“纯羊毛做成的毡子,具有非常出色的隔潮、保温和阻燃功效,非常适合大连的气候,对腰腿部的防寒保暖很有效果。”确立创业项目开始,汪春梅一直坚信这个产品会有良好的市场前景。

嫁妆成了创业项目

2008 年,汪春梅和丈夫结婚前夕,父亲从老家内蒙古赤峰市不辞劳苦地给她搬来一床羊毛毡。“在赤峰,羊毛毡是一件非常普通的东西。”当时,汪春梅没放在心上,把毡子铺在客房床上。偶尔一个夏季晚上,她心血来潮在客房住了一宿,发现客房的床远不像主卧那么干燥舒适,而是有一种潮乎乎的感觉。

汪春梅想起小时候看亲戚做羊

毛毡的情形:“一张人工手擀羊毛毡用纯羊绒和羊毛混制而成,经过近 10 道传统手工艺制作,至少需要 8 天时间。牧民的蒙古包都是用羊毛毡制成的,隔潮保温,大连夏潮冬冷的气候特点正需要这样的毡子。”她立即有了创业的念头。

随后,汪春梅一边做市场调查,一边预销售。她走访了大连市内和周边的各种批发零售市场,发现“羊毛毡制作和销售简直就是一个市场空白。”汪春梅说:“从小在羊毛毡上睡大的,没想到现在又成了我的一个创业项目。”

知青退伍军人最认可

市场是空白的,大连消费者对羊毛毡的认识也是空白的。“因为空白的认知,才有机会形成了空白的市场。”回忆起这两年多来的创业经历,汪春梅说:“当初发现这个市场机遇是异常的兴奋。现在发现,再好的蛋

糕,要是牙口不好,也不容易吃到啊。”

消费者教育成了汪春梅最大的成本投入。客户接触多了,汪春梅发现一个现象:“如果遇到了解羊毛毡的客户,几乎不用费多少力气推销。尤其是一些在东北和内蒙古农村下过乡的,或者退伍军人,他们对羊毛毡的好处很了解。”2009 年,汪春梅在会展中心做产品展示时,就遇到过几位老知青,他们摸着毡子念叨:“多少年没见了啊!”

向零散客户推销的难度太大,为了节省成本,汪春梅把主要精力转移到企业、学校等规模性销售上。现在,她已经跟地铁建设项目和多家养老院达成了合作协议。

三度申请资助终获认可

今年 3 月,汪春梅终于获得了 YBC 创业基金的创业资助。从一开始创业,汪春梅就向大连 YBC 创



扶持中心提交了资助申请,可是一连 2 次,都没有获得通过。“当初确实市场前景不明朗,评委们对毡子的了解也比普通市民多不了多少。”

经过两年多扎实市场开发,羊毛

毡的前景也逐渐得到了 YBC 创业扶持中心评委们的认可。除了专业导师一对一创业指导外,还获得了 5 万元的创业扶持资金。

(摘自《新商报》)



开个性“嫁衣”店月赚上万

在长沙“新世界百货”旁边的一栋商务楼里,反复调研并看好长沙婚纱市场的刘娟,决定开始赚取无铺创业的“第一桶金”。两个月过去了,凭着准确的市场定位和良好的性价比,她亲自命名的“念奴娇”婚纱专卖店售出 60 多套婚纱,月营业额接近 3 万元,在女性“婚友”圈子里已小有名气。

小店印象: 高端为主兼顾大众化

没有临街铺面的繁华,坐落于写字楼深处的“念奴娇”店堂不过 120 平方米。一台电脑、几张玻璃会谈桌椅,一字排开的衣架挂满不同款式的各色婚纱,加上点缀角落的大叶滴水观音和墙饰挂件,让整个小店看上去很清爽。“最贵的”不一定是最好的,“最适合的”才是最好的!个性温文婉约的刘娟说,“量身定制”是自己婚纱店受欢迎的一大卖点。“每个来买婚纱的顾客,都能得到最适合自己体形、肤色的礼服。”

“目前我代理了台湾一家婚纱品牌,产品主要以高端为主,但也同时和广州方面的厂家配套销售大众化婚纱”。她介绍说,根据不同新娘的消费层次,这里卖的婚纱分为小家碧玉型(售价 300—800 元),大家闺秀型(售价 800—1500 元),华贵公主型(售价 1500—3000 元)。从简约到时尚,各款式基本能满足新人的不同的需求和偏好。

“价格实惠是我的另一大优势。同样的款式和面料做工,我这里的价格比一些大商店便宜一半。”刘娟解释说,由于采取无铺开店模式,价格自然便宜。

创业动机: 把浪漫和创业结合起来

“发现婚纱市场商机纯属偶然,但最终决定开店则花了一年时间考察”。

刘娟说,早在去年,不少白领朋友就向她抱怨,在长沙买不到自己满意的婚纱。原来,现在结婚租婚纱的传统已逐渐被淘汰,特别是 80 年代以后的结婚新人普遍热衷为自己购买一套。这无意中让她萌生了开婚纱店的念头。

“租吧,价格虽相对便宜,但卫生令人担忧,个性亮点也没法张扬;买吧,且不谈价格贵,首要的就是其为一次性用品,喜宴当天穿过以后再没有机会穿它。”针对目前婚纱消费市场的矛盾,刘娟先在网搜索了关于婚纱厂家的有关资料,然后先后前往广州、苏州等城市实地调研,加上认识在广州开服装厂的朋友。在“天时地利人和”等因素具备之后,刘娟最后决定投资 20 多万元当起了婚纱店老板。

无铺创业降低成本

“长沙目前基本还没有专门的婚纱专卖店,其中无疑大有商机”。刘娟说,目前一些大的婚纱影楼可以定制婚纱,大的商店也有婚嫁礼服出售,但价格明显偏高。其中,房租等营业成本高是重要原因。“像我目前的这样的营业面积,在繁华临街铺面月租要 4 万元,而在写字楼只要 1 万元左右”。无铺创业使得营业成本大大降低,婚纱价格也自然比其他地方更有比较优势。

如何让人知道深处写字楼的婚纱店呢?刘娟首先亲自设计了精美的小店业务宣传册,并通过广告公司印制了数千张。每到周末或者节假日,就召集一些勤工俭学的大学生上街发“广告册”。据说,宣传效果还不错。此外,她用各种能想到的办法推介自己的小店——在百度网以及一些知名的婚嫁论坛上,都留下了“念奴娇”的信息。刘娟表示,她还有更长远的规划,如想通过与婚庆行业、影楼等的合作,扩大经营。同时,她还在“淘宝”网上开店,几乎每天都能引来新顾客。

(摘自《大众致富指南》)

盒子店只售创意产品 月利润 6 万

重庆每年两次的创意集市总是很受年轻人欢迎,可一次创意集市只有两三天,其他时间想买创意产品怎么办?设计师的原创作品又拿到哪里去卖?近日记者了解到,有人在杨家坪开了一家创意盒子店,集中销售创意产品。该店的“80 后”老板郭硕告诉记者,他已经在重庆和成都各开了两家创意盒子店,目前单店平均月利润高达 6 万元,接下来还打算再开店。

特色:盒子店只卖创意产品

“这个玩偶是《植物大战僵尸》里的”、“这个笔记本的封面是我们小时候的课本”……记者在这家创意盒子店看到,三三两两的顾客被货架上五花八门的创意产品深深吸引。

通过店员,记者联系上了该店老板郭硕。郭硕告诉记者,他和朋友开的这家创意盒子店是连锁店,成都有两家,9 月底会再开一家;重庆有两家,一家在杨家坪,一家在江北,准备再在沙坪坝开一家。店内经营印刷品、玩偶、首饰、家居用品、文具、玩具等,虽然品种繁杂,但有一个共同点——创意产品。

“我们采用两种供货方式。一种是合作设计师发货,我们代卖;一种是我们的设计部根据城市特色设计适合这个城市的产品。”郭硕说,他们还可根据顾客需求定制商品,但在店里销售的必须是创意产品。

问及经营方式,郭硕告诉记者,每个门店都由若干空盒子组成,这些盒子就相当于柜台,一部分盒子用于出售内部设计师设计的创

意产品,另一部分则出租给外面的设计者,由他们代为销售原创作品。

郭硕告诉记者,店里的创意商品零售价在 2~400 元之间,几十元上下的产品最热销。由于年轻消费者特别喜欢个性十足的创意商品,所以店里生意不错。除去店铺租金、水电费、人工费等支出,单店平均月利润在 6 万元左右。

创业:创意集市引发灵感

郭硕告诉记者,他老家在北京,他在北京开过书吧、漫画吧、游戏吧、饭馆,生意都不好。2007 年创意集市在北京出现,许多热爱设计的人把自己的原创作品拿到集市交流售卖。“当时我就觉得这个有戏。”郭硕说,他试着制作一些创意商品到商场售卖,很受欢迎,有的一上架就被抢购一空。渐渐地,郭硕发现这种类似“跳蚤市场”的活动难以满足顾客需要。

“我身边很多朋友都在做设计,但这些私家东西一般是送人或在网上卖。在网上卖,销量并不高;自己开店销售自己的产品,成本和风险都太大了。如果能有一家专卖这些创意产品的实体店代为销售,让设



计师专心设计就好了。”郭硕产生

开一家创意店的想法。

市场:重庆创意资源丰富

2009 年,郭硕来到重庆,发现重庆没有创意专卖店。回到北京后,他和两位好友一番商议,决定在重庆合伙开创意盒子店。随后,郭硕联系了做设计的朋友,还四处寻找创意设计师。2010 年,郭硕在杨家坪租下一个 160 平方米的商铺,开了重庆第一家创意盒子店。“各种费用算下来,起步资金花了 10 余万元。”郭硕说。

开创意专卖店需要具备哪些条件?郭硕告诉记者,首先要热爱创意产业,对创意持续感兴趣;其次要具备创新思维,对潮流文化有独到的见解;最关键的则是要解决货源问题,建立更多销售口岸。“开创意商店不像做其他生意,需要有设计师供货,或有一支固定的创意设计队伍,才能确保市场持续运营。”郭硕说。

在重庆发展了几年,郭硕非常看好重庆的市场拓展。“目前在重庆,除我之外,还没发现开创意专卖店的,而搞创意设计的却有 10 余家。”郭硕说,重庆物流方便,杨家坪离川美又近,川美很多老师和学生都有特别出彩的创意和作品,能有效利用和挖掘这些设计资源,对开创意盒子店有很大帮助。

(摘自《重庆商报》谭词发/文)

陪人逛街购物办培训月入过万

只要陪人逛街每月就可以赚钱,据说赚得多的,月入过万也不稀奇。这样的美差听起来似乎有点不可思议,不过的确已在国内发达的城市兴起了,而且追其溯源,其在国外已有几十年的历史了。

陪购物:只买对的不选贵的

聊到如何陪同购物,赵清兰说,并不是见到客户后就直奔商场,“首先还是要为客户做一个基础的色彩诊断和风格测试,在聊天的过程中,还要善于发现她的喜好,了解她的需求。”赵清兰说,要成为一名优秀的陪同购物,必须集色彩师、服装师、心理师、整体造型师于一身。

“之后,还要到客户家里整理衣橱,看看她现在已经有什么,还差些什么,做到心中有数。”赵清兰说,虽然她的客户一般都是具备足够经济实力的年轻白领或家庭主妇,但她从来不会背弃自己的职业守则:“为了避免有提成嫌疑,我一般都带客户到商场买衣服,除非客户自己要求逛

个体店;我推荐的衣服都在 1000 元以内,冬装会稍微贵点;我不推荐一味地崇尚奢侈品牌,也会在陪同过程中正确地引导客户。”

办培训:深受创业老板欢迎

除了陪同购物外,赵清兰还要腾出时间来为企业讲课。“我接触比较多的是房地产企业,他们一般会在周末举办一些时尚沙龙,邀请自己的 VIP 客户听讲座。”赵清兰说,在这类讲座中,她通常或讲一些生活中的装扮小技巧,譬如如何打出漂亮的丝巾,多样化的职场装扮等。

“现场还能看到不少男士的身影,他们很多都是公司的老总,通过时尚培训提升自己的品位。”赵清兰说,此外,一些服装店、饰品店的老板还会主动找上门来参加色彩培训班,“很多高端品牌都会有自己的培训班,但大多讲的是销售技巧,色彩培训班更适合服装店、饰品店的创业者,他们如果学好了搭配,销量肯定直线上升。”

谈发展:自己要开一家服装店

现在,赵清兰正计划在江北开一家属于自己的服装店,“很多客户都建议我自己开一家服装店,因为有时陪同购物会发现,市面上没有我想要的东西。”赵清兰说,一次她陪同一位客人去购物,客户家里有一件橙色的上衣,她想挑选一条浅黄色的裤子配出拼色的感觉,结果逛了半天也没找到合适的,最后不得已买了一条黑色的裤子。

“拼色其实就是两个颜色乱撞,可以任意搭配,但如果了解色彩,就会知道哪两个颜色拼在一起最好看,像橙色就是由红色和黄色组成的,那么搭配这两个色系,一定比搭配蓝色、绿色好看。”赵清兰说,自己开店,不仅为客户和自己节约了时间成本,效果也会更好。“当然,如果客户要求到其它地方购物,我也很乐意一同前往,我们这行一般都是老顾客光顾,客户满意度最重要。”

创意项目 电梯报站广告机

2010 年 3 月的某天,马鹏远坐在公交车去市里的路上,下车前听到了“XXX 冰箱提醒您慧谷时空到了”。这就是临沂的公交报站语音广告,他凭着对新事物的发掘精神和对媒体的敏感,他把这种广告形式在记在了脑海里。

上一个朋友的广告公司拜访时,在做电梯时,轿厢里静悄悄的。即使到了下电梯的楼层,电梯开门时也没有语音提示。这时,他突然想到了公交报站语音广告的表现形式。如果在到了 19 楼时,电梯里面提醒乘客“XXX 冰箱提醒您 19 楼到了”这种广告形式不很好嘛!

他把自己的这个想法和拜访的这个广告公司的朋友一说,两人都觉得值得好好推敲研究。

于是,两个人便开始了市场调研,一方面看城市里面具有这种报层功能的电梯数量占总电梯数量的比例;另一方面看市场上有没有电梯语音报站广告机。

经过一个多月的调查结果出来了,具有这种报站功能的电梯数量在本地(临沂)较少,而电梯语音报站广告机在网站上还真有一家,于是他们抱着试试看的态度先进了两台样机。

样机在汇款 5 天后发来了,在下面一试还真如他们想的那样,可以做电梯报站广告。可是怎么安装呢?他们又犯了难,于是他们和供货商联系,让他们来工程师给安装设备(所有路费、吃住都由他们承担)。第二天,他们和“工程师”一起吃了早餐后,便陪同“工程师”开始了设备安装。结果“工程师”安装了一天,竟然一台也没安装上。第三天,依旧如此,“工程师”也没了劲头,又是打电话请示总部总工程师;但是安装结果还是一塌糊涂。接连三天,最后这个“工程师”也没办法了,只得说要回总公司。

美丽的电梯语音广告到此也就画上了句号了呢?马鹏远和他的朋友却不这么认为,他们相信如果这个市场没有电梯语音广告的设备只有两种可能:一种是这种设备根本没有市场;一种是市场存在,这个细分的广告领域的研发还有些滞后。在进行了 2 个多月的调研后,他们否定了第一种可能。既然有这个市场需求,市场还没这种设备,为么我们不能找合作单位共同研发这个设备呢?于是,在 2010 年 6 月份他们把构思的想法和设备要实现的功能,找了一个做电梯配套近十年的厂商进行了合作。

经过了近一年测试,第三代电梯报站广告机——乐动空间站正式推出市场。第三代电梯报站广告机在内容更换模块上进行了升级,把音控模块和内容更换模块从主机上独立开来,使得广告运营商更加便捷地更换广告内容。

着眼未来,马鹏远和他的合作伙伴希望有一天乐动空间站能够在中国各地遍地开花,既能给电梯乘客带来温馨提示,也能给广告公司带来更大的收益。

(摘自《创业网》)

谈收益:三个月可收回成本

赵清兰说,色彩工作室的创业成本比较低,两、三万元启动资金即可。“如果是在色彩和彩妆工作室之间选,我建议大家选择做色彩,因为彩妆这个行业竞争压力比较大,而且在购买彩妆方面所花费的成本也较高。”

赵清兰现在的工作室处在江北观音桥附近的一座高级写字楼里,月租 3000 元,工作中需要的色布、色票、丝巾和简单的彩妆工具等,总花费不超过 2 万元,“这行主要还是对形象顾问自身素质和品位的要求比较高,所以每年至少要到外地参加一次相关培训班,费用在 1 万元左右。”赵清兰说,现在工作室只有她一个人,所以没有其余太多开支。而她陪同购物一次收费是 500 元,企业沙龙的收费是 1800 元,色彩兴趣班的价格从 1800 元到 6000 元不等。“现在每个月平均下来的收入在 1 万元左右。”

(摘自《重庆晨报》)