



找对货路小铺也可开成大门店

刚开始只是投资了两三万元的服装小铺,由于老板找对了货路,加上悉心经营,只用了三年多时间,发展成现在年营业额为数十万元的时尚门店。老板张晓向记者讲述了她的创业经历。

2006年,张晓只身从江西来到番禺,并在一家制衣厂工作。慢慢地,她不满于现状,想创一番事业,并把目光瞄向了服装业。“我平时就很喜欢逛街,对各种衣服也算是略知一二,再加上朋友都夸我挑衣服有眼光,我决定尝试下海卖服装了。”一身典型韩版装扮的张晓谈起了自己的创业初衷。

于是张晓东拼西凑,把自己的积蓄和借回来的钱在一个广场附近开了一家服装小铺,专卖韩式服装。这家小店的装修加入了不少时尚元素,比如旋转式的小楼梯、卡通饰品等。由于服装店的周围有许多商业大厦,白领阶层经常来周围逛街,也吸引了不少大学生的光顾。小店因此尽享地利人和之便,第一天开张的营业额就达到2000元。这让张晓很是惊讶,“这比我每天上班赚钱快得多了,看来入这行并不难啊。”挖到第一桶金的她觉得似乎找到了窍门。

也许很多卖服装的都觉得,最难的就是找货源,张晓也一样,她说,没有人会告诉你货在哪里,为了寻找物美价廉的货品,我开始就像个无头苍蝇。

刚开始,听说别人都是广州十三巷或者虎门等地进货,张晓就一个人辗转奔波于几地之间,很是辛苦。“辛苦不说,货也不好,真是一度都想放弃了。”张晓说,“特别是到广州进货的时候,一开始找错了地方,跑到一个不起眼的服装批发市场。寻来寻去也没找到多少合适的东西,很受打击”。

打击还不止这一个。生意红火了一段时间后,有顾客告诉张晓,别的小店也有同样的衣服,她这的衣服没有新意。听到这些,张晓当时就懵了,“做生意最怕‘撞货’,否则东西再好,价格再合理,也无法在茫茫服装商海中,赢得一片天。”

随着韩剧的热播,哈韩风开始兴起,韩剧女主角的潇洒、可爱的装扮,惹得年轻女孩们垂涎三尺。细心的张晓也从周围女孩穿衣风格的变化上嗅到了风向标的转换。

张晓通过朋友联系了韩国一家服装批发店的品牌代理商。刚开始是先进了几件,谁知一回来就被老顾客“抢走”了,她没想到反响会这么好,随即就与这个代理商达成了合作意向。现在,她是先在网上根据图片选定服装款式,将订单直接发到韩国,再由生通快递负责运货,下单后10天左右到货。运费则按照件数来算,不论衣物多重,每件都是15元。适应了这一行业游戏规则张晓很快就如鱼得水,营业额不断攀升。

“卖韩版服装的旺季在秋冬季节,通常一件毛衣或外套都要在500元以上,大衣会达到八九百元一件,但是卖得特别好,常常要补货。”张晓说。一个旺季下来,扣除房租水电工商税务等费用每月4000多元,张晓的小店月盈利约2万元。现在,小店的顾客群不断扩大,口碑慢慢就上来了,常常会有顾客主动过来要求订货。

(摘自《番禺日报》简单/文)



马春彪:创业不言下岗

如今在吉林省四平市,提起神农大药房无人不知无人不晓,但几乎没人知道,神农大药房创办者、38岁的马春彪的十年创业之路却那么艰辛。

就从四平仪表厂下了岗。为了找工作,他四处求人,结果处处碰壁,几个月下来,他的体重竟然掉了10多斤。为了生计,马春彪修过自行车,开过出租车,那个时候,他最大的梦想就是填饱肚子。后来,经人介绍,马春彪当上了药品经销员,一干就是三年。

1997年,马春彪和妻子借了5000元钱,开了一间不到16平方米的小药店,从此走上了创业之路。为了能多卖点药,他骑着破自行车,奔波于市内的大街小巷,起早贪黑上门送药。夏天一身汗,冬天一身霜,艰辛

的努力换来了顾客信任,也换来了经营规模的不断扩大。几年下来,凭着“药真价实、办店为民”的经营理念,马春彪的药店经营越来越好了,可是,他渐渐发现,由于当地药店不多,百姓买药很不方便,夜间购药就更不容易了,因此,他决定开办连锁药店。

2003年,8家神农大药房的连锁药店陆续在四平市各黄金地段开业,这为马春彪占领本地市场获得了先机。

2006年,马春彪决定在当地建一所医院。他联系了另外一家公司共同出资1.1亿元,于当年底创建了四平市神农医院。

马春彪经常对员工说:“我不要你们把患者当上帝,因为谁都不知道上帝是什么模样,我只要你们把患者当亲戚,你们就知道怎么做了”,质朴的方式蕴涵了马春彪成功的秘密。从开店的第一天起,马春彪就立下一条

誓言:穷死也不卖假药,累死也不占便宜。他的员工胸前的“为人民服务”的徽章,如今已经成为神农医药一道亮丽的风景线,并时刻提醒员工牢记神农是一支为百姓服务的队伍。

“我来自于民间,也要服务于民间”,多年来,马春彪热心公益事业,先后为希望工程、残疾任何员工捐款500多万元,并为劳动模范、军、警各界人士免费体检达4000多人,他还为四平市低保户专门开设了平价药品专柜,零利润销售奉献120多万元,同时安置了下岗职工500多人。从2007年开始,马春彪开始整合医院的医疗资源,借助专家的技术力量,为村民免费提供学习和实践场所,在此期间的食宿一律免费,为提高村医的医治水平做出了贡献。“人下岗了,思想不能下岗”,这是马春彪的座右铭,正是凭着这个意念,马春彪一步步创业,走上了成功之路。

(摘自《新华网》马扬 周宁/文)



内蒙古特产只做派送不用店铺

受益于社区促销,他既快速获得了客户群又减少了运营成本;近两年时间过去,他的天美华乳特产公司已经进入了稳步发展的阶段。

不是所有小本创富都需要实体店,网络经营是一个新潮选择,而建仓库后做电话订购的生意是另外一个选择。内蒙古小伙子李继元先生成功选择了后者,有滋有味做起了内蒙古特产的社区派送生意。

创业缘起:广交会激发创业灵感

2008年,阿元因工作需要参加广交会,无意间看到了来自家乡内蒙古的特色产品,围观的人里三层外三层。阿元于是就想:既然广州有这么多人感兴趣,不如下海做特产生意吧。

当年只有23岁的阿元着手联系生意。在老乡与亲戚的提点下,他先回到了家乡的草原地区,一家一家试吃各类产品。“那半个月,光是奶酪就试吃了上百种,回到家一闻到牛奶味就难受。”经过反复比较与斟酌,阿元挑选了十种口味比较大众化、同类产品中属于中高档的特产。

挫折:放弃进驻超市的计划

回广州后,他的计划还是遭遇了始料未及的挫折——阿元本来想直接给华润万家、家乐福这样的大型超市供货;然而去超市了解后,才知道进驻一家大型超市的成本远在2万元以上,包括标签、押金等等相关费用。而阿元首次进货的成本也不过15万元,两相对比下来,十分不划算。“最重要的是,只进驻一两家超市还是没有人知道我的产品,进驻10家以上,投入又实在太大。”

超市进不去,那就只有开实体店了。然而,阿元没有想到:在广州选址开店远比在内蒙古小县城里开店复杂,租金则是出奇地高。

收费再贵也得进

生意做开后,他注册了公司,高价租赁了仓库,并聘用了3位员工,专跑送货与促销,周末促销场次多时,还临时雇用几个学生。“社区的进场费也不一而足,有的一个周末要收近千元,有的只要一两百元。但还不能放弃前者,因为前者一般是房价高昂的顶级社区,居民都是富裕阶层,正是我的目标客户群。”

突破困境:从社区促销做起

2009年初一天周末,他返回租住公寓的天河某社区,再次发现了里三层、外三层聚集的人群;阿元挤进去一看,原来是某儿童食品商家在做社区促销,而大家试吃之后,感觉不错,就争先购买食品。阿元犹如醍醐灌顶:社区消费力这么强,我不如从社区促销做起,只做派送家庭的生意。

想到做到,他立即联系各小区物管中心,最早的促销活动就从自己的小区开始做起,一个周末只交200元的进场费。果然,由于内蒙特产奶味浓厚、老少皆宜,促销第一天就卖出去了几千元产品,阿元立即有了信心,临时招募了促销人员,下一个周末在几家小区同时开展试吃促销活动,派发了大量的送货名片,两周下来,订货电话纷至沓来,很快卖出去了几万元的产品。之后,阿元与天河、海珠人口众多的社区建立了固定联系,平均每2个月光顾一次。

(摘自《广州日报》井楠/文)

走个性路线 开间小咖啡吧也能赚钱

钟灵是个时尚的女白领,在一家大公司做文员,工作不是太忙,她经常和闺中好友去泡咖啡厅,打发大把的时光。但是时间长了,她发现很多咖啡厅产品样式单一,价格昂贵,所以她萌生了自己开个小咖啡吧的想法,那些与她一样喜欢浪漫咖啡的朋友,就能在自己的小店小聚了。

省租金:选址避开繁华地带

在选址问题上,钟灵首先咨询了很多加盟商,大多数加盟商都建议在繁华的商业街开店。可是,沈阳这些繁华的商业街的门面房租金都非常昂贵,只是租金这一块,可能就得吃掉她一半资金。她思来想去决定另辟蹊径——钟灵结婚的时候,妈妈送了她一个门市房,在怒江北街上,30平方米,高5米那种,可以做成上下两层。她经过考察发现,这个门市周围有很多高校老师、大学生来往,她觉得如果做个格调好的咖啡吧,应该有市场,而这样她可以节省每年6万元左右的租金。

经过规划,钟灵把招牌品种放在了一楼,还招了一个西点小店在一楼,而二楼则作为独立营业地点。这里每杯咖啡的定价为15元左右,同时,还出售西点、小吃。而咖啡收入约占营业额的60%。据介绍,她的小店目前每天大约接待顾客30人次,人均消费25元左右,利润率为40%左右。

选择加盟,启动资金约10万

在经营模式上,钟灵选择了加盟模式,这样可以节约店员等费用,基本她一个人经营咖啡吧,就可以搞定。

她选择了一个自己比较喜欢的加盟商,不是大牌,却很很有特色。她透露自己的启动资金不到10万元,具体包括:2万元的加盟费,5000元的保证金,2万左右的装修费(咖啡吧对于环境要求比较高)、设备费约1万元(包括厨房设施如咖啡机、磨粉机、水处理设备、音响、空调、收银系统等)、家具约8000元(如吧台、沙发、桌椅等)、推广费用约5000元。此外,还需预留部分流动资金维持店面运转,此部分资金为1万—2万元。



走温馨路线,聚集同路人

因为钟灵是个咖啡文化的拥趸,所以,她很了解到咖啡厅消费的人的需求,不仅在产品上要求高质,而且注重文化内涵,她还给每个顾客做了一个卡片,一面写“我想一个人清静一下”,一面写“Hi,如果你也和我一样对xxx感兴趣,不妨坐我边上”,这样可以让大家在这里找到自己喜欢的舒服感受。

小米是个典型的咖啡客,但也遭遇了大咖啡厅消费太高的问题,后来她发现了这个温暖的咖啡吧,就成了这里的常客。“尤其是冬天,这个小屋子朝南,坐在冬日暖阳里,喝杯店主特制的咖啡,别提多美了!”常客小丁则说:“当我一个人寂寞无聊的时候,就到这里看看书,和同样无聊的人随便聊聊,就会很开心。”

80后女生开移动小书店 一晚收入抵实体店一月

主人原创的明信片挂满车四周,敞开的后备箱,在灯光照耀下,密密麻麻地摆满各式各样的书……晚上7点,重庆观音桥商圈,这辆停在路边停车位的橘红色小车,吸引不少市民驻足围观。

“这是在做什么?”路过的市民,第一句话大多都会这样问。“这是我们的移动售书车,今天是在重庆城巡回售书的第一站,欢迎大家来挑选你们喜欢的书和明信片。”答话的这个女孩是书店老板之一“Alcor”,一位刚刚从德国留学回来的80后女孩。

“想试验一下巡回售书”

“如果你看到一辆橘红色的小车停在路边,敞开着车尾箱,那就是我们的移动书店。我们把书店开在喜欢的任何地方,不用你来找我,我们在路上相遇。”“Alcor”的搭档“宝娃”在自己的微博上,正式启动为期一月的巡回售书活动。

“晚上7点,‘宝娃’和‘Alcor’将自己精心挑选的原创新明信片一张张挂满小车四周,后备箱则放上自己书店的店标。当打开随身携带的电池灯,

这辆橘红色小车瞬时变身成一个小小小的书店。

因为后备箱空间有限,所有的书都是她们精心从书店内挑选而来的。“宝娃”说,这是她们书店巡回售书的第一站,也是她们在重庆试验流动售书的第一步。

一晚售出近千元图书和明信片

移动书店刚一开张,就引来不少市民驻足围观,加上获悉此事赶来的网友,书店很快就围满了人。

书店的明信片,全部是来自世界各地的风光和人文,它们都出自“Alcor”之手,“我从2008年开始在德国留学以来,就用相机记录下每个地方

的美丽风景和可爱的人,书店开张后,我就将这些照片整理出来,全部制作成明信片,放在店里出售,这次出来,我也带上了它们。”

“Alcor”曾在国外留学,顾客们在挑选时,总会问起她拍摄照片的心境。“这样的交流机会,让我很开心。”不时也有顾客希望“宝娃”能给他们推荐些好书。“这些书都是我从各地的小书店里淘回来的,很多都是已经绝版的图书。”“宝娃”说。

从晚上7点到10点,“宝娃”和“Alcor”卖出近千元的图书和明信片,“宝娃”说,这比她们实体店一个月的售书额还要多,“第一次的成功给了我们信心,下个星期的周末,我们会去到沙坪坝,继续我们的巡回售



“我们的城市不能没有个性书店”

近日,曾闻名全国的“光合作用”书店宣布倒闭。这则消息刺痛了爱书的“宝娃”和“Alcor”,“虽然独立的小书店举步维艰,但我们不希望自己的家乡没有个性书店。”

书店的老板之一“宝娃”去年还是一家国有企业的出纳。为了开书店,她毅然辞去工作,“我们都爱读书,梦想就是有一家属于自己的小书店。”

书店从筹备到开始,经历一年的时间,其间,“宝娃”和“Alcor”到全国各地乃至国外,亲手淘回各种各样的好书,“每次我们旅行回来,行李箱里都是一箱箱的书,最多的一次,我们平邮寄回来的书,光是邮费就用了100多元。”

今年9月,“宝娃”和“Alcor”的书店正式开业,在开业两个月时,光合作用书店宣布倒闭,“难道独立书店真的就这么难存活吗?因为位置比较偏,所以我们决定用车带上书在闹市区开移动书店。”“宝娃”说,在重庆的巡回售书结束后,她们还会开着车去到其他城市。

(摘自《重庆晨报》)