

高端定制:个性决定“钱”景

扯块布料做衣服,买块木头做家具。这是许多人对上个世纪的回忆。在大规模工业化生产的今天,琳琅满目的工业化成品摆在了大家面前,随意挑选看似轻松,但选择一件适合自己的就没那么轻松了,有时难免让人产生一种有钱没处花的感慨。于是现在出现了一种时新的消费方式——高端定制,你只要有了想法,他们会帮你实现。

定制类型:纯实木家具

“经世檀的家具采用传统的手雕、斗榫结构制作,家具内部没有使用一颗钉子等金属物。你看表面这么光滑,它不是漆,而是我们上的蜂蜡。这表面都是我们用刮磨这种工艺用手工一寸一寸刮平的。”谈到家具制作中世代传下来的老手艺,向安的眼神里流露出了些许的兴奋。“我们家做家具已经是传了三代的手艺了,爷爷辈最拿手的技艺就是做雕花木床。我从小跟着爸爸做上门功夫,耳濡目

染对这行有了一份情结。”

一天,向安和朋友罗胜一起聊天,罗胜聊到经常有人请他帮着装修房子。“做装修何不把家具一起做了,就做实木家具。”向安的提议马上得到罗胜的附和,两人一拍即合。经过三个月的市场调查,把广东、福建、浙江这些沿海的红木家具厂都跑了一遍。经世檀今年10月1日开业了。

“一个钢琴家来买家具,我们可以帮他把沙发设计成钢琴的样子。”和过去的木匠做上门功夫不同,经世檀是把传统工艺、现代设计和定制服务相融合。“去市面上买家具,不能和环境浑然一体,或者和想要的家的意境不搭,我们就能给他重新设计和制作,让家具和室内环境和谐统一起来。这也是定制家具者的初衷。”

70多岁的胡爹爹来经世檀定制家具,希望百年之后他的儿女看到家具,依然能够记起他,记起一家人在一起的幸福时光。一座豪宅旺三代,为什么一件家具就不能传百年呢?罗胜说,“我想穿越到100年后,去看看

那时候经世檀的家具是不是还在被人们使用,是不是还一样的结实。经世檀取名时想的是,我们的家具不单纯是家具,更是用来传承的一种文化。”

定制类型:中高端服饰

7年前,当李昕遥还在上大学时就注册了自己的品牌。去年,觉得时机成熟,成立了自己的设计工作室。

“我会根据顾客的身材和人体色彩,设计出专属于她的服装。”李昕遥很注重色彩,她将人体色彩和人体风格融入到自己的服装设计中。客人去她的工作室定制衣服,一般要经过以下几个步骤,首先是设计师目测,根据客人的肤色确定服装颜色,然后选择设计款式,由工厂打板制衣,再让顾客试样衣出成衣,最后进行服装细节上的调整,整个过程要历经15到30天左右。

“我最看重长沙的生活节奏,不紧不慢,而且长沙人更愿意享受生



活。”昕遥说相比大城市的高端定制,自己的服装定制价位要低一些,更加迎合长沙的消费市场。记者发现,昕遥工作室设计的衣服与一般的高端定制不同,大多是正装或者休闲装,少见礼服。“我们的衣服以平民化为主,力求打造出平价中的奢华。”李昕遥解释,“从长远来看,只有走平价路线,才能牢牢抓住消费者。”李昕遥认为很多客人选择高端定制其实买的是服务,是一种VIP客户的心理需求,把高端定制和平时的穿衣打扮相

结合,这样的市场前景很可观。

“在高端定制这一行里,很多同行做的是高级的裁缝铺子,他们准备100多套衣服供顾客选择,再对选择好的衣服进行微调,从短期来看更赚钱,但失去了高端定制的水准和意义。”未来,李昕遥想开一家自己品牌的成衣店,因为高端定制损耗很大,利润很低,并不赚钱,只有大批量的生产才有钱赚,“未来我希望通过成衣来养高端定制。”

(摘自《三湘都市报》何梦青/文)

“歪门邪道”创业也能发大财

【宠物石】

暴发户:加里·达尔(Gary Dahl)
估计收益:仅第一年上半年营利1500万美元

达尔原来是一位广告业务员,主要销售的是稻草床上用的石头,每个售价是3.95美元,利润大概是3美元。

他把这些石头当作“没有麻烦”的宠物来销售,并附上宠物培训手册和纸箱做成的宠物盒。这些石头投入市场后迅速走红,成为历史上最流行的代表。

【黄色的笑脸】

暴发户:伯纳德和穆雷(Bernard and Murray Spain)
估计收益:5亿美元

送外卖的小伙在给你送餐时外面都会套一个白色塑料袋。袋子的外面印了一个傻乎乎的笑脸,咧嘴朝着你笑,旁边还写着祝你“天天好心情!”。你把食物从口袋里拿出来,放在电视机前,这时你又在沃尔玛海岛上广告上发现了一个同样傻乎乎的笑脸,它为了做成大店想用这种方法来招揽客户。

1963年,查理比尔的父亲哈维为他的公关公司客户国家互惠人寿保险首次设计了一张笑脸。这张售给客户的简单草图虽然只为他赚了几十美元,但这是比尔的唯一一笔设计收入。

那么谁因为这个简单的标志而成了百万富翁呢?伯纳德和穆雷西班牙(Bernard and Murray Spain)这对兄弟,是他们不经意间发现了这张笑脸的未来市场潜力。当时兄弟俩想开一家奇特商品商店,于是购买了这张笑脸的商标合法权,包括那句用滥了的口号“天天有个好心情”。兄弟俩人开始把商标用在所有商品上,很快,黄色的笑脸风靡全国,接着受到了全世界的追捧。

【iFart放屁应用程序】

暴发户:乔·康(Joel Comm)
估计收益:40万美元

这个想法对你来说有点不靠谱。在乔·康(JoelComm)肮脏的脑袋里,突然想为iPhone手机设计一个放屁垫应用程序。更疯狂的是,他认为人们会购买这个应用程序。iFart放屁应用程序的零售价是99美分。绝对让人发疯的是,乔·康(JoelComm)竟然赚了大钱。乔告诉媒体,他的程序下载次数超过了60万次,净赚大概40万美元。

【荒诞的爬墙玩具】

暴发户:肯哈谷达(Ken Hakuta)

估计收益:8000万美元
肯哈谷达(KenHakuta)应该额外给他的妈妈一个热烈的拥抱和亲吻,因为她让自己的儿子成了百万富翁。当年她从中国带给肯哈一个礼物,这个荒诞的爬墙玩具在美国是第一次看到。肯哈完全被这个古怪的玩具迷住了,把它扔到墙上竟然还能沿着墙爬下来。

对企业家来说,一个好的想法能够带来很多发财的机会。虽然成功的机会渺茫,但这些想法让人们充满激情,比困在办公室里听老板唠叨强多了,更别提有些想法还让一些人发了大财呢。

谷达花了10万美元买下了玩具的专利,随后开始在华盛顿地区推销。仅仅在几个月时间内,他就卖出了2.3亿个玩具,这让肯哈德净资产达到了8000万美元。

【我可以有芝士汉堡“网站”】

暴发户:埃里克中川(Eric Nakagawa),别名:芝士汉堡。卡里(Kari Unebasami),别名:豆腐汉堡

估计收益:2000万美元

创意是要在一些看起来傻乎乎的动物图片上加一些可笑的标题,于是选用了一张肥猫图片。但这个想法最后让埃里克和卡里成了百万富翁。他们最初的目的是把这张又短又粗的蠢猫图片放在网上与人分享,这样更多喜欢这张图片的人都能看到。网站的域名来自他们给这张动物图片写的标题,“我可以有芝士汉堡吗?”接着,他们在网站上放了更多的要芝士汉堡的肥猫图片,很快粉丝们把他们自己设计的作品也放到了网站上。

目前网站每月的点击率是3500万次,每天的订阅人数是8000人。

【Slinky(机灵鬼)】

暴发户:理查德·詹姆斯(RichardJames)
估计收益:2.5亿美元

理查德·詹姆斯(RichardJames)出身于海军工程师,他的这个灵光一现的发明源于他的笨拙。他工作时,一个张力弹簧掉在了地上,他就看着弹簧在地板上滑动。就这样机灵鬼玩具诞生了。

1945年,詹姆斯首次在费城玩



具城参加玩具推销会。他在向观众展示玩具的时候非常紧张,于是请他的一个朋友到台上来帮他推销。在短短的90分钟中,玩具首批就售出了400个,这完全出乎他的预料。在随后的销售中,第一季度的销售额达到了10亿美元,虽然每个玩具的价格只有1美元,但这让发明者从此过上了舒适的生活。

【麻袋片】

暴发户:全明星产品公司(All-star Products)总裁斯科特鲍伦

估计收益:2亿美元

这件服装的设计超级简单,就像前后颠倒穿反了的浴袍,这种东西穿上会非常可笑,不可能获得专利。但是这种麻袋片在第一年上市后就售出了2000万件。我们算了算,他大概赚了2亿美元(售出200万个麻袋片×19.95美元每2件=1卡车的钱)

【百万美元主页】

暴发户:亚历克斯·图(Alex-Tew)

估计收益:100万美元

这个网站曾经被批评得体无完肤,但是很搞笑所以值得提一下。21岁的英国男孩制作了一个网站,以1美元的价格销售1毫米的像素。还有,他的故事很令人感动,足以温暖公众的心:他要用挣来的钱支付读大学本科的学费。男孩在他的网站上无耻地称:“我是卖像素的恶棍,但我很骄傲!”这引得广告纷至沓来。网站在一年多的时间里售出了所有像素。

【豆豆娃】

暴发户:HTy华纳

估计收益:30—60亿美元

用豆子装满袋子,再给袋子装两只毛茸茸的耳朵,然后给它起个可爱的名字,比如:帕蒂鸭嘴兽或飞溅的鲸鱼。结果怎么样呢?这个玩具帝国豆豆宝宝比孩之宝(Hasbro)和美泰玩具(Mattel)的规模加起来还要大。

华纳靠这种方式建立起自己的玩具王国非常令人敬佩。你可以把这种设计叫做诡计,但Ty收集了所有时期最疯狂的时尚玩具。他现在坐拥数十亿美元资产。

(摘自《青年创业网》)

手工布鞋店:靠怀旧赚钱

“最爱穿的鞋是妈妈纳的千层底呀,站得稳走得正踏踏实实闯天下……”每当听到这首《中国娃》时,很多人的眼前就不由得浮现出老祖母在油灯下做鞋的情景。如今所处的工业时代,大规模的流水线制造代替了手工生产,鞋子也一样。人们穿上了皮鞋、运动鞋,手工制作的布鞋渐渐被遗弃成为记忆。不过还有一些人,充满怀旧情怀,喜欢那“妈妈纳的千层底”的舒适,因此,布鞋店应运而生,在沈阳市皇姑塔湾街就有一个这样的小店,生意相当红火。

□ 关注项目:怀旧布鞋店

□ 面积:35平方米左右

小投资,初期投入7万

店主张广鹏,今年40岁,她说经营布鞋店的好处就是投资小,现在开皮鞋店、运动鞋店,豪华的装修费、巨额的品牌使用费,投资规模少则几十万,多则上百万,让她这样的小本创业者望而却步。而她开的小布鞋店投资仅仅7万左右。

她选择的是一处30平方米门市房,房租2.5万元/年,装修花了5000元,第一次进货费用2万元。由于规模不大,只有退休在家的母亲帮忙打理,没有雇人,因此没有人工费。此外,她留了2万元左右的流动资金,用以及时补货。她认为这是典型的低投入高产出项目,经营一年以来,每个月的平均利润率为45%,利润率相当高,资金回笼也比较快。

选址灵活,居民区最好

这家小店附近几个小区居住的多为中等收入人群,退休的中老年人比较多,这些人都非常喜欢穿着舒服的布鞋。这个地址同时辐射周围的几个大型社区,消费人群有一定的购买力,有一定的文化素质,客源相对稳定。这是小店自开业就保持一定销售量的主要原因。

经营策略:
时尚人也爱传统千层底

张广鹏本来以为买这些布鞋的主要是中老年人,开店后她发现,时尚的年轻人也是店里的主要消费人群。这些年轻人,酷爱千层底,说这是“酷”的表现。男孩子看好的都是传统的圆口鞋:黑布面、布纳千层底或聚氨酯底,看上去少年老成的样子。女孩子看好的一般是绣花鞋,素雅的碎花、红艳的牡丹都绣在了布鞋上面。买布鞋的人个性很强,他们的穿着理念不是“穿流行”而是“穿个性”。

卖的就是“传统人情味”

专家黄禹涵认为,在产品过剩、信息过剩的市场背景下,人们做出购买决定的时候,情感因素的重要性是“商品”本身的两倍。布鞋,拥有几千年历史,加之,其伴随我们长大,谁没有童年脚穿布鞋的美好回忆。当看到记忆深处的事物突然展现于眼前,情感一涌而出,掏钱购买,情不自禁。在众多鞋品中,只有布鞋的情感购买值永远最高,布鞋生意自然红火。

张广鹏似乎深谙其道:到过春节的时候,她总是大打感情牌,让顾客感觉到布鞋是上好送礼佳品,无论送谁都显得很合适,有情有礼有节。

风险提示:
样式要多,拓展营销渠道

布鞋毕竟市场狭窄,所以要努力开拓渠道,店铺专卖、宾馆及酒楼陈列销售、单位礼品赠送、企业商务礼品赠送、礼品公司批发零售、大型商场零售、旅游景点特色产品销售、社区现场促销(零售),都可以作为销售渠道,这样才能为赚钱提供全方位保障。

另外,尽可能多一些样式,满足男女老少的不同需求。不过,为了减少资金压力,每个单品,不要进太多,每种不要超过5双。

(摘自《时代商报》王雪/文)



10大另类创业点子成就数位富翁

为了帮大家扩展思路,今天介绍10个“最笨”的网上创业点子,可这10个看起来很笨的点子却都成功了。

(1)百万美元网站

相信很多人都知道这个点子,把网页分割成100万个像素,每个像素卖一块钱,当然都得买10×10以上的才能看得到,很多人买更多的像素。

在这个网站诞生之前,恐怕对大多数人来说,这个主意听着真够蠢的,谁跟你买呀?可是这位发明这个概念的21岁年轻人已经变成百万富翁了,他的100万个像素在很短时间内全部卖光。

(2)圣诞老人的信

假装你是从南极写信,假装你是圣诞老人,给小孩写信并送个圣诞礼物。当然这些孩子的家长要付费,10块钱一封。听着和开玩笑似的,可是已经卖了20万封。

(3)狗用的风镜

做些给狗们戴的风镜,然后在网上卖。这事听起来也挺玄,可是人家也成了百万富翁了,还开了很多真正的店铺呢。

(4)激光修道士

修道士开了一个网站,卖打印机墨盒之类的耗材。是真正的修道士运营这个网站,这就是他们的特色。2005年他们的销售额是250万美金。

(5)天线球

卖汽车天线上装饰用的小球小玩具之类的东西,现在还有人用这个东西吗?如今这个天线球还在网上卖着。当初看起来够呛的创意,可是却诞生了又一个百万富翁。

(6)健身扑克牌

出一套扑克牌,每张牌上印上一套健身方法,然后在网上卖,一副牌18.95美金。可是一位健身教练员去年在网上卖了470万美金这种扑克牌。

(7)和艾滋病患者约会

跟一个艾滋病带源者约会,这个主意怎么样?如果你不是艾滋病患者,可能想都不敢想。但如果你是一名艾滋病患者,可能听起来这个主意就不一样了。这个目标市场找得可真够精准,够另类的。

