

岁末年初小众市场“潜伏”大商机



定制时代

琳琅满目的服装,总会让人心动。但当营业员歉意地说“对不起,没有适合你的尺码”时,胖人朋友无异于兜头挨了一盆冷水。肥胖已成了中国的一个医学难题,肥胖的人数直线上升,特别是女性,这是一个极其广阔的市场。那开一家胖人服装店怎么办呢?

一、市场分析

不久以前,南京就出现了一家专门为胖人服务的“胖人服装店”,虽然店面比较偏僻,但是开张至今,生意特别火爆。上百位体态“发福”的消费者摸到这家不太为人注意的服装店,把店堂营业员都忙得转不过身来。其实,肥胖已成了中国的一个医学难题,肥胖的人数直线上升,特别是女性,这是一个极其广阔的市场。

二、实施方案

- 1、店面的选址:租一间 30—50 平方米左右的房子。
- 2、店面的装修:店面作一个简单装修,把 50 米的房一分为二,前面作为招徕顾客、接受订单的门面房,后面作为加工衣物的厂房。
- 3、购置设备:缝纫机及有关的其他设备。
- 4、准备材料:很多人认为胖人能穿的,不是颜色灰暗,就是款式陈旧。一位服装设计师认为,其实用柔软凉爽的麻、丝等面料同样可以做衣服给胖人穿,只是没有人大规模开发这块市场。
- 5、广告宣传:可印刷一批传单在人流量多的地方发放。
- 6、建立自己的顾客档案,定期与老顾客们联络,提供一些额外的服务,从而建立固定的消费群体。
- 7、也可以自己开门面承接业务,然后把业务转包给当地一些有实力的、值得信赖的服装厂,这样可以减少人员及设备的费用,利润为更可观。

六、风险分析

胖人服务店虽然瞄准市场空白,满足消费者需求。但除了经营本身,服装设计的“艰辛”也不可小觑。

为胖人提供既合适又显瘦的服装,确实是个市场“金果子”,但让“金点子”结出“金果子”并非易事。因为开胖人服装店是个高投入,高风险,吃力不讨好的活儿,因为针对的是一个比较特殊的人群,所以正规的厂家不容易买到,必须要根据顾客的体型量身定做合适的服装,但看起来又比较显瘦的服装,本来就是一个考验设计师本事的活儿。而且,服装要有型,要透气,完全用普通的面料也不能达到要求,还需定织定染,“调”出适合胖人穿的颜色来;另外,给胖人做服装用料多,做一件特大号的短袖衫,用料就是普通服装的好几倍;再加上胖人体态各异,无法在流水线上统一生产,生产上的投入远远大于普通服装厂家。

(摘自《慧聪网》)



定配年夜饭消除“年夜烦”

12 月是预定年夜饭最热闹的时候。到饭店订年夜饭,表面看有好几张菜单供选择;预定年夜饭外卖礼包,也总是宣称“丰俭由人、随意组合”,可实际上年夜饭的定制模式仍处于“被定”阶段,消费者一旦“定”了某饭店的年夜饭或外卖套餐,总会被附上着急翻台、就餐时间受限等“附加条款”。年年预定年夜饭为此烦心,市民期盼年夜饭市场尽快实现真正的个性化定制。

喜欢尝鲜的家庭主妇“小雨”向记者介绍了她去年预定厨师上门烧年夜饭的经验,供“后来者”参考。因为过年时厨师很紧俏,所以最好提前 2 个月预定;作为消费者,预定时就要搞清楚所有的费用,一般来说套餐的

早餐店、休闲饮品店和中式特色小吃店

餐饮行业专家分析,现阶段做餐饮最具赚钱潜力的项目,当属早餐店、休闲饮品店和中式特色小吃店。早餐店与休闲饮品店具有本低利丰、回收快的优势,平均投资成本在 2 万—10 万元,平均净利 25%—35%,一般 6—9 个月可收回投资,因此是许多创业者首先应考虑的选择。

服务多元化的便利店

随着中国经济的平稳发展和生活节奏的加快,目前我国的上海、北京和深圳等少数发达都市中服务多元化的便利店行业已发展迅速,甚至一些便利店日营业额已高达万元以上。

费用中包括了厨师的人工费,但却不包括交通费,应事先征询清楚;有些套餐上的菜肴可以更换,但可能要加收额外的服务费用;“厨师上门”对家庭烹饪用具的要求并不高,只需要家常的即可,因为厨师之前已做了大量准备工作,对一些不可能在家中完成的菜品进行了预制,而冷菜更是提前准备好的。

不过现在上门提供定制年夜饭的厨师并不多,更多的消费者定不到这样的个性服务。不少年轻的家庭主妇更喜欢早一点在网上预定好制作年夜饭的原材料,新疆葡萄干、广东腊肠、东北木耳、浙江山核桃、湖南熏鱼、舟山海鲜……荤素食材、干货点心、零食小吃、水果酒水均有,只要鼠标一点定制好,来自天南地北的食材,就会被送上门来。

定制服装,“特需”市场潜力大

不用吸气,无需收腹,拉链轻轻一拉,衣服就上身了……近日,在位于大沽路的万商羽绒旗舰店,一位“胖姐”经历了一段轻松的购衣体验。这件专为“胖姐”定制的中长款茄红色羽绒服,胸围 118 厘米,下摆 132 厘米,背长 74 厘米,穿上去手臂不紧绷,腰身也显了出来;领口的抽绳处理收放自如,怕冷时拉上拉链挡风,胜过戴围巾,热时拉下拉链,变成时尚的燕子领。因太胖一直不敢穿羽绒服的她,终于在定制柜台找到了满意

的羽绒服。

如今漫步中城街头,会发现羊绒衫、羽绒服、大衣、旗袍甚至皮鞋定制店相比前几年明显多了起来;一些设计师时装店、专业商场也纷纷开出定制专柜……究其原因,“定”字底下有商机。

由于圣诞节、新年元旦、春节等节假日期临近,眼下正是定制服装的集中交货期。有些市民特地为参加单位“尾牙会”定制了唐装,不少在沪工作的老外赶在回国过圣诞前来取定制的服装。

大商场里看中的时装,没有合适尺寸怎么办?聪明的经营者不失时机地推出了定制服务。在打浦路日月光广场一家 ID 设计师时装店内,现场陈列的时装大多数只有 1 件,穿得合适的消费者可买走;如果看中样式却没尺寸,可以按样定做。“现在越来越多的顾客追求个性化,谁也不想与人撞衫。”营业员表示,定制服装可以彰显个性,受到不少时尚人士的喜爱。开业一年多来,他们尝试推出设计师时装定制服务,渐渐成为店铺一大特色,“定制生意”越做越大。

定做礼品送亲朋 网上网下都红火

为宝宝 DIY 一份新年成长相册,把女朋友的照片“印”上 U 盘、巧克力盒,自己做个蛋糕送给亲友……新年将至,定制潮席卷礼品市场,以“定

成本低回收快的 4 个创业项目

长,适合资金较充足的创业者长期发展。

健康食品店,则分成天然健康饮品店和讲求养生、食疗的健康食品餐饮店,后者开店成本较高,平均约在 40 万—60 万元间。而健康饮品店的投资门槛则相对较低,开店成本平均约 10 万—15 万元,不仅较易入行,且目前毛利可高达 60%,一旦成功,将是健康概念行业中赚钱速度最快的。

服饰加工、批发及零售

服装与纺织是每年为中国提供 9%以上 GDP 和 25%以上外汇收入的一个支柱产业,中国纺织服装出口额占世界纺织服装出口总额的 1/5。“佛靠金装、人靠衣装”,今天的中国人“爱美之心人皆有之”,因此在全国各

制”为卖点的个性化服务模式正在迅速成长。

不仅在创意园区,以定制为特色的店铺,也开始在大型商场中占领一席之地。大悦城有家很特别的定制蛋糕店,只允许女性进入,进入店铺必须换拖鞋,系围裙,老师手把手教学员制作比萨、蛋糕、面包等西式料理。用电子打蛋器打泡沫、筛入面粉、搅拌后放入烤箱、制作焦糖沙司和奶油、卷蛋糕,一盒自制栗子蛋糕完工了。店铺负责人介绍,预约已排到两周以后,绝大部分学员把自制蛋糕当作送给男朋友的新年礼物。

与实体店相比,网上的定制生意更是五花八门。孝心签送给妈妈,当妈妈想念你的时候抽一支“给我捶捶背”“陪我逛逛街”的签;会叫的烟灰缸送给爸爸,督促他戒烟;情书拼图送给女朋友,爱情如拼图,寻找最适合自己的那一块;“吵架公约”刻在竹筒上送给老婆,时刻铭记……记者在淘宝上搜“定制礼品”共搜到 7000 多家店铺,一些质量好、创意佳的定制礼品店已开始打品牌效应。一个湖南籍小伙在网上开了一家定制礼品坊,号称要做“中国专属礼品定制第一坊”,生意做得风生水起,一个定制红木笔套装一个月就卖到 3000 多件,网友好评如潮。有专家认为,为消费群体量身定制并强调个性化的产品策略,的确已成为一个逐渐壮大的新趋向。

(摘自《新民晚报》薛慧卿/文)

城市服饰行业里都蕴含了巨大的商机。

从个人投资创业的角度而言,在服饰行业创业,一是可以办服饰加工厂或工作室,进行服装加工,其最关键的一点就是设计必须要能跟上潮流,否则不会有很强的竞争力。二是可以做服装的市场销售,批发或零售皆可。

对于资金少的创业者而言,开家服装零售店以完成原始资金的积累,是迈向成功的第一步。而有一定资金量的创业者,可以开销售小公司做服装生产商的销售代理,或进入服装批发市场。

(摘自《商机网》)



你有很大的利润。

(摘自《创智网》)

2012 年无本创业干这些

小本创业和无本创业一直都是备受青睐的,只是人们总会掉入一些创业陷阱中,致使自己的创业梦想破灭。其实无本创业并不是不可能的是,看看这些项目,对于 2012 年的创业者们来说,是有很大帮助的。

项目一:办报纸

这不是我们所说的传统意义上的报纸,而是一份专门为某个人服务

的报纸,就好像现在的很多家长为孩子定做台历一样,制作一份属于你自己的报纸,是每个人都向往的,这个并不是梦想,谁都可以成为新闻焦点,这个项目也是无本的好项目。

项目二:彩绘

这里的彩绘与其他有所不同,不是人们认为的人体彩绘或者是陶瓷等的彩绘,而是利用废弃物进行的彩绘。

在北京有这样一个创业者,利用垃圾桶里的冰棍棒,进行彩绘,让原本废弃的东西成为了一个一个的艺术品,这也是创业的升值空间。

项目三:开手机电影吧

手机已经越来越离不开人们的生活,手机的功能也开始增多,不再只是接打电话的功用,甚至很多人都开始用它来上网聊天,或者冲浪,开一家手机电影吧出售点卡服务,会让

盘点几个低成本创业的途径

很多人都渴望创业,但苦于没有资金。想要创业,就必须考虑如何能低成本创业,那么,如何进行低成本的创业呢?

首先必须要有心理准备,要有吃苦和百折不挠的精神、要勤奋,要有正确的方向和方法,要有良好的规划和人生设计。要充分利用现有的资源,要发挥自己的主观能动性,要发挥自己的优势,扬长避短、要善于借

势。下面列举几个低成本创业的途径:

【智能型行业】

这些行业里,有特殊知识或技能的人可以低成本创业,不需要大的资金投入,只需要智力投资,包括特有专长、某方面的专长,如管理能力、行销才能、专利等等。这方面的例子很多,如著名作家、律师、高级工程师、职业经理人、发明家等等。实际上,个人的智能和专长就是一种资源。

【劳动密集型服务行业】

这些行业主要依靠出卖劳动力,资本方面的投入非常少。如搬家公司、家政服务等等。

【整合资源】

能充分挖掘和利用、整合资源和信息的人,其实就是一些善于借势的人。这里的重点是利用别人的资源,成就自己的事业。如风险投资,就是一些人的智力资源和别人的资本资源的结合。这里的智力资源范围很

广,如专利、如创业新点子等。

【切入低成本的行业】

尤其是一些服务型行业,还有大量的不需要大资金投入的行业,如中介公司等。还有一招就是,先不考虑创业,而是在打工过程中创造个人品牌,如一些有名的职业经理人、行销专家、发明家等,然后利用自己的无形资产和别人的有形资产结合,达到无本创业的目的。

(摘自《世界创业实验室》)

只需 5 万元的创业方案

男士内衣店

都说女人的钱好赚,大多数服装厂家和商家将主要精力投入到女性市场,男性市场一直处于被忽略的状态。国外不少厂商瞄准大陆市场的这一盲区,大力抢占市场。他们通过调查,认为现代男性承受的压力更大,再加上男性购物心理的原因,他们进商场时目标明确,不愿意浪费大量的时间寻找想要购买的物品。因此,为男性开辟集中便捷的专门场所已为不少商场所采纳,这从专门的男士内衣店的火爆可见一斑。

开男士内衣店选择品牌很关键。目前受国内男士欢迎的男士内衣主要有两类。一种是日常型的,特点是舒适、素雅、含蓄,以纯棉面料为主;另一类是造型夸张的情趣内衣。

因为针对目标顾客的特定性,男士内衣店的选址很重要。选址要点是:闹中取静,交通便捷。虽然“人气”很重要,并不一定要选择人流量特别多的主干道,太“旺”的地段反而不利于吸引顾客进门,但交通一定要便利。店面最好选择在比较成熟的商圈内,周围的年轻人相对较多的社区和公寓。面积在 15—25 平方米就可,不需太大。

婴儿纪念品专卖店

目前市场上流行的婴儿纪念品包括:胎毛笔、胎毛画、手足秀等。胎毛画是将婴儿娇憨可爱的形象和属相卡通相结合,再用其胎发经过织绣制成工艺品。手足秀是将孩子的小手小脚取印,用高分子材料灌注成立体模型,配以各种卡通图形和父母的祝福语,画面上孩子的指纹和掌纹都清晰可辨,具有很高的家庭纪念意义。

这些产品的制作工艺现已日趋成熟,根据材质的不同,价格也各异。如果选择加盟方式,这门生意对技术的要求更加简单,比较适合初次创业的经营者的。

由于一般的门店不具备直接加工制作胎毛画、胎毛笔的直接条件,顾客最关心的是所用的胎发是否会掺进别的东西,或与别人的相混,因此,一定要严格管理流程,编号、封存、存档可让顾客参与,同时承诺产品的可信度。

色彩顾问工作室

每个人都拥有与生俱来的色彩,即自然体色,如服装色彩与自然体色发生冲突,就会使皮肤呈现出健康的黄绿色或灰黄色,人看上去很疲倦,且脸部缺陷更加明显。恰当的色彩搭配,可使人显得肤色光泽、红润,充满生气。上世纪 80 年代,色彩顾问已经在国外兴起并迅速风靡。当追求生活质量成为越来越多人的目标时,如何善用色彩,美化生活,提高生活质量成为现代人不可缺少的一种生活技巧,色彩顾问也应应运而生。

目前,色彩顾问通常需考取美国 CMB 公司(Color Me Beautiful)色彩顾问资格,提供服务包括个人色彩诊断、款式风格诊断、最佳妆色指导、购物指导、衣橱整理、家居色彩设计、商品色彩搭配和布局陈列设计及着装艺术讲座。因为色彩咨询还未普及,很多人都难以接受较高的价格,色彩顾问最好将服务细化拆分,针对不同的服务收取相应的费用。

至于宣传策略,根据财力,可以选择电视广告、报纸广告等手段,但开办现场活动效果更好一些。通过实际搭配指导,让接受服务的顾客成为“活广告”。这样的传播手段更容易为目标顾客群所接受。对已经接受服务的顾客,应不断联系,可采用会员制,只要发生消费的顾客均可成为会员,可免费参加多种活动。

(摘自《青年创业网》)