

B4 财富情报·创富智典 | CHUANGFUZHIDIAN



2011年,对于中国的文化产业无疑是个“丰收年”:电影票房突破120亿元;动漫产业产值达到100亿元;而在资本市场上,文化传媒类上市公司——凤凰传媒上市,募集资金44.79亿元。

小小剪纸竟然剪出4个亿

在这些恢弘磅礴的数字背后,那些微小的身影何在?那些正经历着艰难转企改制的地方小剧团的演员们,那些在公园里天桥下也快乐演出的民间艺人们,还有那些每天都枯坐一处一刀一剪兢兢业业的手艺人,对于他们,这个席卷而来的文化产业热潮又意味着什么?

“80后”的花会情缘

凌晨5点,北京的天还是一抹黑,孙倩已经起床开始化妆,40分钟后,顶着浓艳的戏装,孙倩出发赶往集合地点。

平时是同仁堂制药厂的一名统计员,演出时穿上行头就是北京市“群英同乐小车圣会”的一名“80后”演员。小车会有2500年历史的民间花会的重要会档之一。

孙倩通常扮演的角色是坐车的“娘娘”,演出时她需要操纵重达30斤的道具,但从小练习的她对此得心应手,并乐在其中,“我对花会的热爱源于家族传承,打从爷爷那辈起就玩这个,从小我父亲和他的伙伴们聚会练习的时候就带着我。”

2011年,“群英同乐小车圣会”演出40余场,其演出非常灵活,既有大型文艺表演,也有农村的节日庆祝活动,甚至公司开业、婚礼接亲都会请他们增添喜庆。“最频繁的时候,一个月的每个星期都有演出。”

孙倩介绍,小车会每年演出的收入情况还不错,每年都会组织所有会员外出旅游两次。每年的春节是他们演出场次最集中的时候,也是他们一年最忙的时候,今年他们已经确定的场次有20场。

小剪纸大财富

记者拨通河北蔚县周永明剪纸有限公司董事长周广的电话时,他刚刚给厂里的工人们放了假,他的声音透着浓重的疲惫并不时地咳嗽,春节期间繁重的订单任务把他累病了。“去年一年我们的剪纸销售量在几十万套,收入过百万元,春节期间的剪纸对于我们来说,属于低档产品,比较简单粗糙,但要求量大,也挺熬人。”

周广自幼跟随父亲周光明(其父是民间剪纸大师王老赏的弟子)学习剪纸艺术,至今已有40余年。他1985年开办剪纸厂,是蔚县第一家私人剪纸厂,当时只是兄弟几人合办的家庭式小作坊,如今,已经发展成有38间工作室、106名工人的大厂。

回忆近30年的创业经历,周广说他从未为销售渠道发过愁,“我从来没有出去拉订单、跑渠道,我的客户遍布全国各地,也有美国、日本的客人,但都是他们找上门来的。”

除了周广这样的剪纸世家,在蔚县越来越多的人开始转向剪纸产业,周占胜就是其中之一。

2008年,周占胜放弃了跑煤炭运输,捡起了祖传手艺,加入到剪纸产业中,现在,周占胜有了一个不大不小的剪纸厂,平常有10名工人,订单多时,还会再雇人。现在不光是国内的客商会登门拜访,他的剪纸还销售到了国外,意大利一家公司专门代理了他的剪纸。(摘自《中国文化报》)

大一时给同学带云南民族饰品的一次经历,让昆明小伙苏建益发现了商机,从学校角落十平方米的小店到店面选址商业街,从借来10万元启动资金到现在企业资产达2000万,苏建益变成了真正的大老板。

“马锅头”带云南工艺品闯天下

给同学带纪念品“开窍”

2002年,苏建益考取了吉林长春的一所高校,主修社会学。他是土生土长的昆明人,之所以选择到长春求学,用他的话说就是想出去闯闯。

“带点家乡的特产给兄弟们开开眼吧!”大一下学期,在同学的一再要求下,苏建益将云南独有的东巴文字、蜡染、葫芦丝等带到了长春,“当时带了四五十件工艺品去学校,发给朋友之后,还剩下半左右,朋友们就出主意让我卖掉。”于是苏建益贴出了自己制作的宣传广告,在广告上写出所贩卖的物品、宿舍号和联系电话。可几个月下来,询问者寥寥无几。转机出现在大四的“甩卖季”,苏



建益带着二三十件工艺品“混在”了大四学长们的甩卖队伍中,“当时卖的效果很好,不仅收回了成本,还赚

了200多元路费。”看着自己赚来的“第一桶金”,苏建益不禁自问:“我能否开拓个市场呢?”

大二上学期,他背着家里人将4000多元学杂费全部用来买云南的工艺美术品带到长春。“我当时很有信心能赚到钱,想着等赚了钱再交学费。”但计划赶不上变化,一到学校就得知不允许张贴广告或在宿舍卖东西。无奈之下,苏建益只能在学校的一个偏僻角落,以每个月600元的价格租下10平米左右的空间,小店就算正式营业了。

平均每月3000多元的营业额、百分之六七的利润让苏建益的信心越来越足。不久,苏建益雇了一个店员,真正当起了小老板。

“进军”商业街销量大增

苏建益开店的事情不久就被同乡说漏了嘴,本想着小店会被父母强行“叫停”,谁知却得到了父母的默许,大三上学期苏建益带着2万元出发了。

他放弃了位置偏僻的小店,选择了在学校最繁华的位置,租下每年租金1.3万元的店面销售民族饰品,每个月有将近1万元的营业额。可在校园里的店面毕竟辐射范围小,时间一长,销量开始下降,此时的苏建益果断出手,进军长春繁华商业街。

年租金7万元,对于大三还没有毕业的苏建益来说“太难了”。幸亏一位看好他的老师出资5万,一位好友

入股2万,苏建益又向朋友借了2万,加上自己之前赚到的不到2万元钱,苏建益在商业街开店了。

经过十多天的前期准备,苏建益的云南民族饰品店开业了,“每个月大约有2.3万元的收入。”苏建益说。

但开店不到三个月,苏建益就遇到了第一个竞争对手:一家藏饰店在他店面旁边开了起来。但他马上转变了经营思路,“两家都有商品就压低价格,更多的时候靠产品差异化经营,员工经过培训,赋予每件产品以文化底蕴,还提供良好的售后服务。”这样经营了几个月,竟有人来咨询加盟连锁的事宜。此后,每个月都会有新的店面加盟。

(摘自《生活新报》王学勇/文)

清洗电动车 月入能过万

花10元、20元洗一下你的私家车,大家可能觉得很平常,但是花10元钱洗一下你的电动车,你愿意吗?荣茶,一个80后,他不仅让顾客愿意埋单,自己现在的月收入也已过万元。



创业一度血本无归

荣茶2006年毕业于重庆工商大学,作为一名体育专业的学生,毕业后他曾顺利成为了云南大学的一名高校老师。不过,这份工作没有干多久,他就辞职了。

“先在云南艺术学院附近开了一家酒吧,但是只开了三个多月。”回忆当时,荣茶连声感慨,当时好高骛远,不切实际,“将一切想得大简单。”开酒吧没成功,他又辗转了很多的行业,但是都不顺利。

“混到了2007年1月份,进入山寨机市场,迎来了转机。”2007年的时候,山寨机市场处于巅峰时期,山寨手机凭借低价和时尚外形,成功在低端市场抢得先机,荣茶涉足山寨手机的时机,非常适宜。两年的时间,仅仅依靠在小西门专营山寨

手机批发,荣茶挣到了50多万元。不过,敏锐的荣茶已经感觉到了山寨手机市场的黄昏将近,果断抽离山寨机市场。

带着靠山寨机市场掘得的第一桶金,转战上海,准备搭乘电子商务的汹涌潮流,办起了一家购物网站。但是,荣茶的网站仅运营不到半年,就赔上了全部成本,最终血本无归。

发现“一个空白市场”

短短四个月,两年的积蓄灰飞烟灭,荣茶一度感到绝望。

2009年6月底的一天,荣茶独自一人上街散心。注视着马路上来来往往的电动车,新旧不一,垢垢各异,瞬间,他突然疑问:“家家都有电动车,住20楼高的电动车用户,洗电动车怎么办?”

围绕着电动车如何清洗,荣茶很快就展开了丰富的联想。昆明有多少辆电动车?清洗电动车是否必要?有没有专门的电动车清洗店?开一个专门清洗电动车的店面有没有商机?一连串疑问在荣茶脑中急速翻转。

初步判断,荣茶坚信清洗电动车有广阔的市场。为了印证自己的猜想,荣茶在7月份进行了走访、考察,了解市场上电动车清洗的需求情况。荣茶发现,无论是电动车专卖商场还是电动车修理店,均无开展清洗电动车专项服务。这意味着电动车清洗服务这一行业,完全是空白的市场。

一步一个脚印

“昆明市2009年有120万辆电

动车,而且每年都在以20万辆的数量增长。只要能开店,面对的就是一个170万名顾客的市场。”无人涉足的电动车清洗服务已经让荣茶有些迫不及待了。于是,2009年9月,靠着多方筹来的2万元,荣茶在北京路上开了第一家电动车清洗店,取名“绿洁电动车清洁保养站”。经过荣茶认真考量,价格定位5元每次。

开业以后生意非常火爆,但问题随即接踵而至。开店前期,荣茶只顾着尽早将店面开起来,对于如何清洗电动车,简单地认为可以模仿清洗汽车一样,采用水枪高压冲洗。实际情况是,很多顾客开着电动车进店,洗完车后电动车就开不走了。车身洗干净了,电机也进水了,被洗坏了!

在洗坏了10多辆电动车后,荣茶叫停了用水枪洗车。洗坏的电动车,荣茶均义务维修更换或者赔付受损部件。“最高赔了1000多元。”

为了琢磨电动车的清洗技术,荣茶关了店门,找来了三辆电动车,对电动车部件进行一一拆分,熟悉每一个部位的清洗方法,制定安全而有效的电动车清洗方案。最终摸索出了电动车的专属清洗方法和步骤。而那三辆用做“实验模特”的电动车,最后都被拆坏了。

拥有成熟的技术,合适的店面,没有对手的市场,重装上阵的绿洁保养站,生意更加火爆,并且迅速在第二个月开启了第二家连锁店。“市场需求出乎意料,很多人排着队来洗车,每个店的月收入能达到上万元。”

(摘自《耐车网》)

有这样一种非常优雅的生意:弹着琴,喝着茶,交着朋友,赚着钱!这就是古琴馆。

古琴馆:弹着琴喝着茶赚着钱

古琴馆最好“闹中取静”

如果不是有朋友带路,想找到王女士的古琴馆是一件非常难的事情。

王女士的古琴馆是一个“闹中取静”的地方,位于沈阳市奉天街茶城附近的一个高档楼盘内。因为刚刚从热闹的茶城过来,进入古琴馆,记者有一种突然进入世外桃源的感觉,幽静的小路、古典的家具,再加上古琴的美妙声音,整个人顿时静了下来。

王女士说:“古琴馆的选址非常特殊,是一个要热闹,也要安静的地方。我的琴馆选址的时候费了很多功夫,几乎走遍了沈阳最热闹的地方,也走遍了最偏僻的地方,最后我发现了这个地方。热闹,这里有茶城,有奉天街;安静,这里是全封闭的高档楼盘。”

对于自己为什么经营古琴馆,王女士讲述了自己的故事,她说:“我自己曾经做过茶叶生意,有了一些积蓄,虽然不是大富大贵,但是衣食无忧。我就想找一个优雅的生意,歇歇自己的心。2008年,奥运会开幕式上全世界都听到了中国古琴的声



音。自此之后,我感觉古琴从远古的高阁上向我们姗姗走来,它变得不再高处不胜寒,变得不再曲高和寡。我就决定开个古琴馆,让大家有个歇心的地方,如今的工作太累了,大家的心都累。”

精英人群是古琴的知音

那么到底什么人在消费古琴呢?王女士说:“古琴是一种小众文化,是精英人群消费的,目前我这里

有100多个学员,从银行的高管到大学生,从私企老板到富商的妻子,都是我的目标人群。其实,古琴并非高不可攀、深不可测。以后,每一个中学生都会知道古琴,就像知道长城,知道李白、杜甫一样。”

古琴是否难学呢?记者采访一位学员李先生,他说:“古琴其实很好学,而且可以养生。从唐代开始,古琴有了自己专用的记谱法。古琴的弹奏法、记谱法、琴史、琴律、美学等方面早已形成独立完整的体系,

被称作‘琴学’。”

“以茶养琴,以琴会友”

自古,古琴与茶道就是连接在一起的。在王女士的琴馆内,有一个小型的茶区。

王女士说:“我的琴馆不专门经营茶叶,茶叶都是会员制,而且是定制的,我根据会员的要求和口味,专门从茶叶产地直接拿茶,茶叶只是配套的服务。但是我可以负责地说,我的茶叶都是高档茶,是在茶城里面找不到的,只有少数人能喝到。”

古琴是种很好的投资品

古琴馆不仅教授古琴课程,还给人定制高档茶叶,更有一个特殊的生意经。

王女士说:“开琴馆之前,我购买了一批古琴,是为学员准备的,如果有学员想购买,我也可以割爱。但是让我没有想到的是,这批古琴如今都升值了,虽然我的古琴馆目前还不赚钱,但是古琴本身却是升值了几倍。”

(摘自《时代商报》)杨博/文

投资10万 开个花草茶馆

投资最好在10万元左右

店主杨女士开店前是个全职主妇,但是开个花草茶馆一直是她的梦想。她认为这类小店不必投资太大,控制在10万元左右最好。

她选择的地段是新社区集中的地区,白领和中产人士很多,很喜欢到这类地方进行消费。杨女士说,她的房租并不太贵,150平方米的临街门市每个月才3000元,她预先支付了一年的租金,大概是36000元。装修并没有消耗太多,以装饰为主,花了1万元。桌椅和茶具也都不是特别高档的,但是非常精致实用。目前雇佣了2个服务员,一年需要支付她们36000元的工资。

杨女士的小店已经开业一年,她给记者简单计算了一下收益:平均每天有30位顾客光临,按每人每次消费20元计算,一年的收入为:20元×30人×30天×12个月=216000元,减去投资费用及各种支出,第一年盈利95500元。

花草茶馆布置要有格调

杨女士认为,花草茶馆应为目标顾客营造一处工作之余的休闲场所——轻松舒适,既是约见朋友的地方,又是缓解工作压力的好去处。因此,茶馆宜选择在交通便利、空气清新、周围环境清静远离喧嚣的地段,力求使花草茶馆成为都市人时尚的休闲方式。

杨女士的茶馆的布置设计营造出了自然格调,成为展示传播花草茶文化的窗口。茶馆里经常播放一些各地民歌,使整个茶馆内洋溢着浓浓的朴素气息。让你一进入店内,就被一种浪漫气息包围,泡一壶花草茶,看那轻盈的花瓣在水中摇曳,馥郁的香气如阳光般溢出。

经营者最好学点养生知识

杨女士表示,想经营花草茶馆,还必须学习一些养生知识,因为巧妙合理的搭配不仅可以调和出层次丰富的口感,还能够潜移默化地起到保健或治疗的作用。

杨女士说,花草茶的内涵也是一种“花语”,要“听”懂才能找到属于自己的那一种,才能真正享受大自然的这一馈赠。如果经营者对这些了解不够透彻,就很难为顾客提供贴心的服务,就很难形成回头客流。

经营者要广开经营渠道

杨女士不仅开了这样一家小店,还在淘宝上开了网络商店,除了店内、网上零售,茶馆也供应花茶给餐馆、咖啡厅、美容院等。除此之外,她还经常赞助一些活动,重点是希望能推广花草茶的保健作用。这样的多种方式经营,让她的小店客源较广,知名度越来越高。

(摘自《辽宁日报》)王雪/文