

“雷锋帽”潮爆 专卖网店一天收入三万



随着雷锋在天安门广场骑摩托的照片被出版界公开,这个当年喜欢拍照片,穿皮夹克还戴手表的“潮男”雷锋在人们心目中变得更加立体而亲切了。在时尚嗅觉敏锐的年轻人中间,一股“雷锋热”又悄然兴起:搪瓷水杯、背包等一批印有雷锋头像的产品颇受追捧,但这其中最“火”的还属雷锋帽。由于供不应求,几家大型电子网购网站几乎所有款式的“雷锋帽”都打出了售罄的字样。

过去的雷锋帽主要是冬季军装里的棉帽,也称为“毡绒帽”。色彩多为军绿色,当时的帽子上还有一颗闪亮的红色五角星。而网上在售雷锋帽告别了军绿色的单一色

调,材质上也不只有全棉、灯心绒、帆布、尼龙、pc材料这样的传统材料,更有兔毛、狐狸毛、水貂这样的高档材质。雷锋帽的价格因质地款式不同,售价从15元—2000元不等。

记者随后在淘宝网上搜索“雷锋帽”,发现有近500家店铺在销售雷锋帽。一家网店店主周先生告诉记者,往年冬季他们一天能卖200顶左右,最高时可以达到一天400多顶,这个销量算非常理想的。

“旺季时,销售额可以达到一天3—4万元左右,而现在因为气温逐渐回暖,销量有所下降,但即使这样一天也能卖出1.5万元左右。”周先生说,“购买雷锋帽的主

力军基本都是80后。这么多人戴着雷锋帽,其实也算是对雷锋同志不一样的怀念。”

一购物网站近期发布的销售数据则显示,近来雷锋帽的销量直线上升,比平时增长了近120%,远远超出其他同类型产品。而在其他一些购物网站上,五颜六色的各式雷锋帽甚至无一例外全被贴上“售罄”的字样。除了雷锋帽,记者还在一些购物网站上看到“雷锋搪瓷杯”、“雷锋包”等一些带有明显时代印记的商品同样受到年轻人的热捧。据淘宝一位店主介绍,今年以来,雷锋有关的文化衫、钱包、布贴、火柴盒,都卖得比较火。

(摘自《扬子晚报》)

亿万富豪 8大共性 处女座最多

在对全球657名白手起家的超级富豪进行研究之后,《福布斯》杂志总结出了亿万富豪的8大共同特性,不过,这项研究的科学性十分值得商榷。

一、父母数学很棒

《福布斯》杂志发现,亿万富豪中有相当一部分的父母具有较高的数学天赋,而数学才能是可以遗传的。

在美国超级富豪的父母们所从事的职业当中,最常见的是工程师、会计和小企业主。比如,比尔·盖茨的父亲是美国十大商务律师事务所的创办人之一,早在上世纪七十年代就成为百万富翁,而盖茨的母亲则是银行董事。

二、9月出生者最多

另一个有趣的现象是秋天出生的美国亿万富豪要比其他任何一个季节出生的都多。在进入《福布斯》全球富豪排行榜的380位白手起家的美国亿万富豪中,有42人出生于9月。与此同时,12月出生的美国亿万富豪相对要少很多。

三、大学退学后创业

在美国380名白手起家的亿万富豪当中,有20%以上的人从未上过大学或没有完成大学学业。在那些注定要成为科技创业者的亿万富豪当中,这一现象尤其明显。其中最著名的有比尔·盖茨、史蒂夫·乔布斯、迈克尔·戴尔、拉里·埃里森、西奥多·瓦伊特和马克·扎克伯格。

四、顶级商学院毕业

金融业的亿万富豪是学历最高的群体之一:有超过55%的人拥有研究生学历。其中,有近90%获得工商管理硕士学位的人都毕业于哈佛大学、哥伦比亚大学或宾夕法尼亚大学的沃顿商学院。能源投资者乔治·凯泽和对冲基金巨头肯·格里芬都有哈佛MBA学位而且均为亿万身家。

五、曾就职于高盛

在美国金融业亿万富翁中,至少有11人的早期职业生涯是在高盛度过的。其中,最著名的当属爱德华·兰伯特、大卫·特普尔、丹尼尔·奥克、汤姆·斯蒂尔以及理查德·佩里。

六、加入神秘骷髅会

设在耶鲁大学里的“骷髅会”是美国最神秘也是最有权势的同学会。“骷髅会”所在地。一些当前以及曾经的亿万富翁都曾以“骷髅会”会员身份完成耶鲁大学学业。曾加盟“骷髅会”的亿万富豪包括投资大亨兰伯特、黑石联合创始人施瓦茨曼等。

七、曾经“很受伤”

有几位亿万富豪在其职业生涯早期曾遭遇过苦难挫折。制药业大亨柯克的第一次商业冒险最终以失败告终,对于这次经历,他感到遗憾但也心存感激。柯克早在2007年便对《福布斯》杂志表示:“早期的失败虽然不是成功的充分条件,但却是一个必要条件。”

八、在巴斯投行打工

巴斯兄弟公司上世纪八十年代成为年轻天才投资者的圣地。私募股权巨头大卫·邦德曼和吉姆·库尔特都曾在巴斯家族的投资部门效力。

其他曾在巴斯兄弟工作的亿万富豪包括房地产大亨汤姆·巴拉克等。

(摘自《人民网》)

创富奇招：跟专家对着干

上世纪70年代中后期,麦当劳、肯德基等西式快餐连锁店刚刚在中国香港站稳脚跟,当时对于它们在中国市场发展前景的讨论我至今记忆犹新。那时候,中国还处于改革开放的前夜。

尽管香港的国际化程度比较高,但麦当劳、肯德基在进入市场初期还是一波三折,发展缓慢。很多“专家”也对它们在大中华区的长期发展潜力表示怀疑。那些日子,关于洋快餐在中国大陆发展的讨论还是以怀疑为主,仅有少数人持乐观的态度。

否定派关注的显著困难包括:中国消费者不喜欢洋快餐、不吃奶制品(比如吉士汉堡中的奶酪)、承受不起价格,而最大的问题就是政府会不会批准洋快餐进入中国经营。

在当时的意识形态下,洋快餐不仅被视为商业活动,更被认为是好萊塢式的精神污染。显而易见的公众健康问题就更不用说了。

回忆一下三十多年前还盛行的这种态度很有好处,因为此后洋快餐在中国的发展只能用“壮观”二字形容。

这个故事告诉我们什么道理呢?世事难料!

截止到2011年底,麦当劳在中国大陆共有1464家店面,已宣布年内即将开业的店面还有250家。但是与日本3298家麦当劳相比,未来还有很大的拓展空间。

麦当劳总部设在美国的伊利诺伊州,去年全球总收入为270亿美元。这个数字无论怎么分解,都意味着数不尽的汉堡和薯条。

但是,在争夺中国消费者的青睞上,最终还是鸡翅打败了汉堡。

位于肯塔基州的百盛餐饮集团才是中国快餐业的老大,旗下品牌包括肯德基、必胜客,甚至连小肥羊火锅连锁店也被它收入了帐下。

想想这些很多专家依然预言不可能、也永远不会发生的事情,会对我们大有帮助。

具有创新思维,有资源、有热情去把想法付诸实施的企业家不妨反其道而行之,挑战这些所谓的顶级专家,往往能从中获得丰厚的回报。

(摘自《财富中文网》)



Say 拜拜商机：帮人离婚净利达45%

每年的情人节都是各婚介公司和婚恋网站热炒的题材。与之形成对比的是,有一类公司正悄然红火,越来越多的日本人举办“离婚典礼”,一些荷兰人住进了“伤心酒店”,这是怎样的一盘生意呢?

日本:净利润率高达45%的“离婚典礼”

在酒店、寺院举办典礼的费用是20万日元,在普通餐厅举办的费用是10万日元(约合人民币8000元),费用为5.5万日元的地点是在普通的离婚大楼。

2012年1月底,年近40岁的吉田夫妇,在日本横浜的一间酒吧举办了一场离婚典礼。他们一起握着镶有绿色青蛙头的小锤,敲碎了结婚戒指。

他们离婚的原因是,2011年的9级大地震发生在吉田夫人的老家,她放心不下娘家人,决定搬回去住。夫妻长期分居让婚姻走到尽头。

离婚仪式上也有“证婚人”,但意思是“证明离婚的人”。吉田夫妇对视着,一如七年前结婚时那样,说了一句“我愿意”,不过后半句是“我愿意离婚后成为他(她)的好朋友”。

为他们承办这一典礼的,是一位名叫寺井广树的日本“80后”。他于2009年4月在日本东京开办了一家颇具创意的“离婚公司”。其“动力”是日本居高不下的离婚率——平均每2分05秒就有一对夫妻离婚。

寺井广树在接受记者电话采访时称,创业至今近两年的时间里,一共为120多对夫妻举办了离婚典礼,日本大地震和核辐射危机发生

后,他接到的订单比之前一年多了3倍。很多人突然面对生死剧变、分居分离,精神和心理压力骤增,几近崩溃。寺井广树接到客户电话听到的第一句话往往是:“我不知道我还能跟他(她)走多远。”

寺井广树从小就充满好奇心。他说,自己7岁时参加叔叔婚礼,就曾想过:为什么人们结婚的时候有庄严隆重的典礼,离婚的时候却没有呢?

2009年4月,寺井广树遇到了正在为离婚烦恼的一位前辈。寺井广树向这位前辈提及自己创业的想法,前辈很是支持,第一例离婚仪式便诞生了。

申请举办离婚典礼的夫妻可以选择不同档次的套餐。在酒店、寺院举办典礼的费用是20万日元(约合人民币1.6万元),在普通餐厅举办的费用是10万日元(约合人民币8000元),费用为5.5万日元的地点是在普通的离婚大楼。

参照日本的结婚仪式,寺井广树设计了离婚仪式的所有流程。以普通的离婚仪式为例,男女双方坐上各自的人力拉车,慢慢前往离婚大楼。坐上不同拉车的寓意是分道扬镳,从此走向各自新的方向。宾客们则跟在拉车后面,神色凝重,犹如奔赴葬礼。

跟婚礼一样,宾客“登记入席”,每位宾客会送3000—5000日元(合人民币240元到400元)的礼金。夫妻双方各派朋友代表致辞,演讲往往以“祝你离婚快乐”做开头。参照结婚典礼上夫妻共同切蛋糕的情节,寺井广树让离婚夫妇用青蛙头小锤敲扁戒指,意味着“一锤两断”。

灰霾淘金 等待政策红利

随着即将覆盖全国地级以上城市的环境空气质量监测网络的建立,新晋的监测指标将会给不为人知的环境监测仪器行业带来巨大商机。

新国标催生新商机

2011年以来,空气质量的“国标”修订会密集召开。多个迹象表明,PM2.5纳入日常监测几成定局。过去的10月,京津冀、珠三角、长三角等地区漫天的灰霾都源于这个叫作PM2.5的家伙。

随着即将覆盖全国地级以上城市的环境空气质量监测网络的建立,新晋的监测指标将会给不为人知的环境监测仪器行业带来巨大商机。

PM2.5是指直径小于或等于2.5微米的颗粒物,主要来自燃煤电厂、机动车尾气排放和扬尘等。和PM10(可吸入颗粒物)一样,二者均可吸入肺部,携带病毒和细菌。同等质量浓度下,单位体积内的细粒子个数越多,危害越大。即PM2.5比PM10对人体危害更大。

按照2005年世卫组织更新的《空气质量准则》,越来越多的国家已将PM2.5的监测纳入空气污染指标体系。而我国现行《环境空气质量标

准》中必测项目只有PM10、二氧化硫和氮氧化物“老三项”,至今尚未将PM2.5单列为空气质量指标。

其实,早在2007年,北京等城市就开始了PM2.5的监测准备工作,迄今北京的27个监测点位中,已有数个装备PM2.5测试仪,只是官方数据属“测而不发”。

2011年5月,环保部印发了《关于开展〈城市环境空气质量评价办法(试行)〉试点监测工作的通知》,在全国26个省份各选取一个城市,试点新增监测项目。从11月1日起,我国出台了《环境空气PM10和PM2.5的测定重量法》的环境保护行业标准,开始对PM2.5测定进行了规范。这也是对1986年《大气飘尘浓度测定方法》的首次修订。这也意味着,随着PM2.5等新指标的监测全面铺开,全国330多个地级以上城市的600多个空气自动监测子站将陆续安装相关监测设备。

“空气质量监测市场前景广阔,灰霾监测将成为大气监测新的利润增长点。”环境监测仪器龙头企业河北先河环保科技有限公司(下称先河环保)总裁助理刘国云告诉记者。

如今,这一数字可能还要更乐观。一旦全国340个地级以上城市逐



寺井广树还为离婚典礼写了一首“离婚进行曲”,长度正好是2分05秒。“也就是说,每唱一首歌的工夫,日本就平均有一对夫妻离婚。”

寺井广树在接受采访时称,一场收费20万日元的离婚典礼,其净利润大约9万日元,也就是说,净利润率高达45%。

中国:亟待透明的“婚姻医院”

中国传统观念是和为贵,劝和莫劝分,所以中国的“离婚公司”主要解决夫妻问题、挽留问题情感。

2001年4月底,婚姻法修订,离婚不再需要单位领导签字盖章。在报纸上写婚恋专栏的江苏扬州人舒心,开始做一些离婚咨询的业务。3年后,他在上海市闸北区成立了号称“中国首家离婚公司”的维情商务咨询有限公司(简称维情公司)。

维情公司的成立曾被媒体热炒,个性张扬的舒心号称“和著名的婚姻法学专家、婚姻情感专家、婚姻

步实现全部自动在线监测,中国的2000多个县城,将是下一步监测仪器消费的大用户。再加上地级城市需要增加完善,省会城市需要更新换代,农村监测点需要建立,环境空气监测仪器行业很可能催生一个“大富豪”。

政策“依赖症”

空气监测,虽然这是一块价值百亿,且尚未被真正开垦的处女地,但其患有严重的政策依赖症。

据中国环境监测总站大气室技术人员回忆,2000年前后,国家从47个环境保护重点城市起步建立环境自动监测网时,全国绝大多数的城市还是靠人工监测。历时十年,环境质量自动监测系统才逐渐在全国铺开。迄今,尚未覆盖到所有县级城市,农村监测站仍多有空白。

究其原因,一则财力不足,二则全覆盖需要时间。而刘国云亦坦承,“先河的起步和壮大都与国家政策密不可分。”

上世纪八十年代,中国开始空气质量监测和预报,有意思的是,这一举措既非政府觉悟高,也非民众关注,而是迫于环境外交的压力。“刚开始时,百分百都是进口的设备,只有手工取

样的监测,直到1998年克林顿访华,才引进了美国大西比公司的城市空气质量连续监测系统。”刘国云说。

环境监测仪器行业蓄势待发

环境监测仪器行业已经蓄势待发。“我们已经在大气复合污染(灰霾)自动监测预警方面进行了储备,等待政策红利的到来。”刘国云自信满满地告诉记者。

根据2009年中国环境监测工作情况统计,当时全国的环境监测经费有55亿多,环境监测仪器有15万多台(套),其中已建和在建的环境空气质量的监测点有1400多个,其中国控监测点有661个。国控监测点已全部实现了空气质量在线自动监测,数据直接传至中国环境监测总站,并已向社会公开,在网络上实时发布监测指标的小时值。

强大的监测网络似乎已经形成。随着国家环境监测技术要求的不断提高,空气质量监测装备行业也必然会重整市场。值得注意的是,为提高监测数据质量,降低监测成本,在环境监测行业淘金的设备厂商开始尝试各种新的赢利模式。

(摘自《南方周末》)

