

经济不景气情况下的创业项目

【人工除草与经营草坪】

我国近年来人造草坪行业发展迅速，目前年产值已经超过 100 亿元。全国在 20 年间建成高尔夫球场 300 多座，运动场 3000 多个，从业人员发展到数十万人，20 余所高校开设了草坪管理课程。在我国京、沪、穗等地设置办事处的美、荷、澳等国外的草坪企业，每年从我国获利数以亿计。

【商业情报处】

在当地浏览率较高的信息港申请建立一个叫“商业情报网”的网页，与一些网站建立链接，并将“商业情报网”的内容登录到各家搜索引擎上，多方位打出为金融、保险、证券以及企业融资、改制、经营提供“特供情报”的广告。

【报刊资料查询中心】

报刊查询业负责一切顾客有关查询所需文章资料的请求或委托，

按照一定的劳动强度收费。报刊查询中心首先储备各类主要刊物和报纸，分类收藏。查询资料听起来简单，其实是一项浩大的工程，实行系统化管理。工作人员对报刊进行查询，列简介，简化查询手续。中心业务流程如下：第一，建立会员制；第二，与广播电台、电视台、出版界、文摘报刊和其他各新闻媒体、企事业单位建立长期业务关系；第三，用专人专递或传真交所查资料。为了增加收入，中心还可以兼营图书、报刊批发或零售业务，集团化作业，不断发展壮大。

【造型设计师】

“造型设计”没有年龄、性别、资格、文化水平的限制，但更适合女性。初期的学习过程，对每一位学习者，都是一段辛苦且漫长的过程。从洗头、修涂指甲、吹发、剪发……到整体的搭配，其间所花的心血是上

班族所不能体会的。但是经过艰苦努力和经验积累，今后的收获就会非常丰硕哦！

【成人模型店】

1) 前期投资：15—30 万元；2) 投资形式：非加盟；3) 店面面积：40—60 平方米左右；4) 店面租金：因地段而异，可控制在 1 万元/月；5) 投资选址：交通方便、消费层次较高的社区或商业区及学校附近；6) 消费群体：爱好模型的男性，从初中生到白领；7) 投资回收期：1 年。

【全身美容沙龙】

一般而言，全身美容沙龙除了一向的发型和化妆之外，还包括美容、瘦身、除毛、修甲等，总之就是要如何使皮肤、肢体变得更健康美丽。而这些相关的知识，还应包括医学、营养学、体育、美容、指压和瑜珈等。美容项目全套以 10 次为一个疗程，瘦身则为 12—14 次，脱毛为 10—12



小时，费用则因项目而有所不同。店铺的经营可分硬件及软件两方面。硬件方面：装潢、设备、机器、制服等，要具有特色而且有弹性；软

件方面：培育出优秀美容师。该行业只要经营得法，也是开拓者能获得利润的绝佳途径。

（摘自《世界创业实验室》）

博个性消费欢心 情境结合的礼品经济

目前，国内人际交往间的礼尚往来，涵盖面越来越宽泛，甚至于每天都有新的种类面世。由情景和时宜相结合催生出来的个性礼品开枝散叶，供需链已然形成。据专家预测，随着人们消费观念的转变，创意礼品在国内还将获得进一步的发展。

“定情信物”，健康与时尚结合

《黄帝内经》中有言“一日三篲，发须稠密”。当这两句话结合在一起的时候你会不自然地想到什么呢？那自然就是香薰梳了。

按中国古代传统，代表爱情的“定情信物”是木梳。我国古时候，送梳子有订下终身、欲与你白头偕老的意思。一把精致而散发着淡淡木香的木梳，不仅能作为爱情的见证，而且具有科学的保健价值。

新人新品位引领创意礼品

在国内，向来注重结婚回礼这一环节。自古以来，中国人信奉民以食为天，常用食物来表现吉祥如意，所以传统的回礼多以喜糖、喜饼为主，通过分享甜食来分享新婚的喜悦之情。

但随着社会经济水平的发展，人们更加强调文化内涵的追求，如今的婚礼礼物，注重展现独特的个人品位和优雅的文化价值，特别是结合了创意和寓意的礼品越来越受到欢迎。一些精致的定制小餐具、高级手绢、刺绣、香水、酒水都出现在了婚礼的现场。婚礼仪式临近结束之时，新人会为亲朋好友分发事先准备好的礼物，以表达对来宾的感谢。

家居礼品温情又温馨

据有关机构调研数据表明：一线城市，以北上广为例外来人口已占全市人口的 40% 左右；二三线城市比例也在 25% 以上。

远离父母漂泊在异乡的人群，更加注重父母的感受。中老年人随着年龄的增长，身体机能运转的减缓睡眠质量的下降。例如足浴，家居类用品，具有提高睡眠质量的功效的产品成为了孝敬父母的主流礼品。依格玛、怡莲、金号、堂皇、洁丽雅等家纺企业都以高品质定制产品盛装出席，大大丰富了买家的选择。

90 后不送大礼送创意

现在的学生阶层以 90 后为主体，他们是时尚一族，也很具消费意愿。目前，90 后已经成为增长非常迅猛的消费群体，创造的销售额大幅增长，新奇、乐趣、个性、创意十足的各式礼品都是他们的最爱。

近年来，参与深圳礼品家居展的观众随展品种类的丰富而趋于多元化，一部分创业热情高涨的年轻人积极投身礼品市场，他们多以创意家居、电子电器等锁定 90 后消费者。

（摘自《商界招商网》）

趣味网店：“瓶”创意赚钱

“酒逢知己千杯少”，是一句酒客间常用的劝酒话，当下商务活动日益频繁，酒文化日盛。哪个宴席上没点儿好酒？好酒的包装往往十分精致，有一些时尚女孩特别喜欢将特色瓶子带回家去，取“平安”之意。

本期创业主角孙静妍就有这样的习惯，时间长了，自己的小屋里珍藏了很多漂亮的酒瓶——格鲁吉亚红酒的陶瓷瓶子、酷悦香槟的玻璃花朵瓶子，甚至红花郎酒的红色瓷瓶……于是，她在学设计的男朋友的启发下，在网上开了一家“酒觥知己”的创意小铺，专门赚那些“老少文青”的钱。

营销模式：
怀旧创意 + 绿色环保
绿色——特色酒瓶环保旅程

孙静妍在一些大学网站的 BBS、好友 QQ 空间首先发布了征集令：“让你的特色酒瓶经历一次环保情感之旅吧，把你的落寞、喜悦都让我们传递给别人，一起分享忧伤与青春的情绪，希望大家把那些有个性的旧酒瓶捐出来，同时希望大家把酒瓶背后的故事写出来。”这段征集令赢得了很多网友的热烈响应。其实，她这是借鉴了 QQ 漂流瓶的做法，让大家的“情绪”漂泊，又迎合了绿色环保的生活理念。

怀旧——谁没有酒逢知己时

孙静妍将这些收集到的酒瓶和故事，做成新的工艺品，即使最普通的红酒瓶子，也在男朋友的创意下，变得十分有情趣。比如有一件工艺品，就是用最普通的红酒瓶子做的，将原来的酒标去掉，画上了小桥流水的场景，命名为“人生若只如初见”。原来这是一个刚刚失恋的北京女孩的故事，她和初恋男友在乌镇相遇，回北京后，两个人相爱了。在他们相爱一年的纪念日那天，男朋友送了她一瓶香格里拉红酒，不过也是这一天，他们分手了。她在捐赠瓶子时说：“分手的原因就是男孩要



出国，不能带我出去，但是很在意我，很无奈。”

孙静妍记录下了这个故事，小桥流水的创意也出来了，那是两个断肠人最初相识的地方，之后又写了个短小的故事。这件工艺品在网店一展示，时尚女孩争相购买，看来谁都有“酒逢知己时”啊。这是利用人们内心怀旧的情绪，做出的一种创意，大赚了繁忙的都市男女的怀旧钱。

创意——与往事干杯，畅快

“杯中漂浮美人鱼的泪，美酒加咖啡也别有一番滋味。生活的真谛须慢慢体会，会微笑着与往事干杯。”与往事干杯，这是一种让人心

灵沉静的情绪，一些工作强度非常大的白领特别喜欢这些旧瓶子制作的工艺品。

经常在孙静妍网店消费的金融业白领张叶就特别钟情于这种工艺品。“有内涵，不空洞，不可复制。每个旧酒瓶都有一个令人感人的故事，买来送给朋友，显得别具匠心，独一无二。”她显得非常兴奋。

利润分析：
日营业额最高达 5000 元

孙静妍丝毫不掩饰这是门赚钱的生意，“今年情人节当天营业额达到了 5000 元，去掉各种费用，赚了 3000 元呢。”

确实，这是个成本很小的生意，旧酒瓶靠自己收集和网友捐赠，只是设计瓶子和写故事辛苦一些。她说：“这是个精细活，要有很好的美术功底和文学功底，很多故事粗糙，要经过很好的加工。其实赚的也是辛苦钱。”

孙静妍晒了一下最近三个月的营业额，看样子还是非常可观的，利润率达到了 60%。

风险提示：
靠创意生存，多加宣传

- 1、一定要有优秀的创意，否则不会有市场的。
- 2、征集瓶子的时候，要有艺术审美眼光，否则解决不了库存问题。
- 3、要有推广期，到高校和白领聚集地去宣传推广。
- 4、借助一些活动，比如某些餐厅的情人节活动，做营销推广。

（摘自《黄金路创业网》）

异想天开做生意

【煽情夺人】

美国一家玩具工厂通过市场调查，注意到这样一种现象：西方国家普遍出现人口负增长，一些人很想表达母爱但又对生育婴儿望而生畏；人口老龄化，不少老人的生活寂寞无聊。为此，工厂开发出一种名叫椰菜娃娃的玩偶。它构思奇特，进行了人格化设计。娃娃屁股上有接生人员的印章，还附着一张“出生证”，登记了娃娃的姓名、手印和脚印，购买时需办理“领养手续”。这种碎布做成的椰菜娃娃由于满足了人们的心理需要和情感寄托，深受儿童和成年人的喜爱。

这家工厂的高明之处体现在能从消费者的心理需要出发，推出的产品富有浓厚的人情味，终于形成了极大的市场。

【巧妙构思】

几年前的一个周末，美国一个年轻人在湖边漫步。他捡起一块圆滑的鹅卵石，一边爱不释手地玩弄着，一边慢慢地构思出发财的妙计。这个年轻人说干就干，定做了一个

精致漂亮的小木盒，下面垫上稻草，然后放进鹅卵石，并且美其名曰“宠石”。

另外还附有一本起广告作用的小册子，说“宠石”是世界上最理想的玩伴，既不吵不闹不需要喂食，也不必清理粪便。他选择圣诞节前推出包装精美的“宠石”，每件售价仅 5 美元。结果人人竞相抢购，很快成为最畅销的礼品之一。

【一举两得】

日本横滨市平成餐饮服务公司在东京地区经营着 30 多家酒馆。它为了对顾客以及所售的商品负责，与此同时也为生产者作广告宣传，一律实行在凉菜柜台前及菜单上明确标示生产者姓名和照片的做法。提供蔬菜的农民对此甚表满意，认为登了照片留了姓名，可以促使自己更加努力的生产。

菜农保证在生产过程中不使用化肥和农药，不让自己的产品出问题。经营酒店的平成餐饮服务公司无形之中名声大震，吸引了更多的消费者。

【顺应潮流】

1985 年，美国可口可乐公司总裁罗伯特·戈伊佐塔收到助手递呈的一份大胆计划，要求在可乐配方中加入另外一些佐料，使它成为一种口味更轻、更甜的可乐。在经过市场调查证明可行后，公司投资数百万美元让 20 万名顾客做了品尝试验。结果令人满意，于是戈伊佐塔签字同意生产。

然而对于有长达 99 年之久历史的可口可乐，美国人有着深厚的感情，所以新可乐投放市场不久，戈伊佐塔便受到了新闻媒体和顾客的批评。

老对手百事可乐老板冷嘲热讽，扬言百事可乐打败可口可乐指日可待。眼看着新可乐一步步地把市场让给百事，戈伊佐塔决定把原来的可乐命名为传统可乐，将传统可乐和新可乐同时出售。不久之后，可口可乐又重新占领了失去的市场，公司的市场价值由他上任时的 40 亿美元上升到 1500 亿美元。

【异想天开】

10 多年前，美国人时兴在家里大

养其鸟。不少人不愿意看见鸟在局促的笼子里关“禁闭”，宁可让它们在屋子里自由地飞翔。当然这也同时带来了新的麻烦——如何处理粪便。这时，一位商人灵机一动，开发出鸟用尿布。此种产品虽然不怎么显眼，但十分有用，能使主人不必担心鸟在客厅、餐厅或卧室里随时喷洒屎尿，再也不会弄得主客难堪了。

【将错就错】

一次，一场意外的大火袭击了美国食品大王鲍洛奇经营的贝沙连锁店，十几箱香蕉被火烤得发黄，皮上还沾有许多小黑点。陷入困境的鲍洛奇并没有心灰意懒，而是突发奇想。他来了一个反弹琵琶术，在店门口贴出一则广告，上面写着：“女士们，先生们，本店新进口阿根廷香蕉，地道的南美风味。全城独此一家，进货不多，欲购从速。”就这样，被火燎过的香蕉竟然以比原价高一倍的价钱销售。

【以时定价】

日本东京一改传统的经营模式，用以时定价法将以物定价法取而代

中国家居产业 潜力巨大

记者从日前举行的首届家配经济高层论坛上获悉，中国家居产业潜力可达 3 至 4 万亿元人民币。据统计，中国居产业空间非常大，装饰、家居市场分别达到约 1 万亿元，加上创意和设计产业，将来整个家居产业潜力可达 3 至 4 万亿元人民币。

目前全国有 19 万家居品牌，全国每年超过 100 万对新人结婚。但传统家居产业的服务方式已远不能满足人们的需求。因此，具有高科技含量、高信息化水平的家居服务业应运而生，并成为当前我国经济领域一个热点，而中国家配网便是其中的佼佼者。

“新的社会需求要求设计师们善于运用环保新材料，借用计算机和互联网云技术等，满足消费者的个性需求。”中国家配网董事长孙安妮说。

在此次论坛上，中国家具行业电商领航者中国家配网正式上线投入运营。国家工业与信息化部信息化推进司副司长董宝青，商务部电子商务和信息化司副司长聂林海，中国家配网 CEO 孙安妮等正式启动电子球，标志着传统的家居行业有了电子商务。

据了解，中国家配网具有五大功能，它区别与其他虚拟经济只在线上交易的单向性特征，家配网充分利用各地家具卖场商圈的辐射能量，将家具行业特殊需求的售后物流与服务托付给当地卖场，将处于一地单打独斗的大卖场与线上区域客户对家具与配饰的选择相结合，补充卖场商品的单一性与有限性，将家具与物流、服务相结合，将产业的源头设计、线上配选、落实商圈服务等结合起来，完善了传统行业推广电商瓶颈。

中国家配网着力打造家居产业新模式使与会者产生了极大兴趣。本次会议期间，北京家居协会秘书长刘晨发表了关于“中国家具未来发展与电商时代”的讲话，表达了对中国家配网及家配经济模式的高度赞扬与期待。上海家配电子商务有限公司董事长孙安妮女士发表了题为“财富新十年，合作共赢未来”的演讲，赢得如雷的掌声，将会议推向了一次小高潮。

在全面介绍了中国家配网的新理念、新科技、新模式、新概念，并经历了家配网与卖场之间的相互了解之后，招商活动出现了踊跃签约的情况。兴利集团、百兰寝具、简欧家具、艺峰家具、佛山枫情居家具、香港大班家具等多家家居厂家同中国家配网签订了长期合作协议；众多的卖场纷纷签约加入家配联盟。

会议期间，各地家居企业对家配经济模式反响热烈，对家配产品及家配服务理念给予了高度的肯定。与会商家代表纷纷表示，与中国家配网合作，是在新的家居商业模式下的一次不可多得的机遇，是在家居行业面临产业升级和资源重新分配的环境下进行的一次彻底改变企业命运的选择。

（摘自《中国新闻网》）



之。其中午餐为每分钟 35 日元，晚餐为每分钟 50 日元。自实行计时服务以来，餐厅里高谈阔论的人没有了，不少人都是一边吃饭一边不断地看着手腕上的表。

【另辟蹊径】

在美国，一家名叫“奢朋”的蛋糕店运用了和摄影与电脑有关的新科技，可以将顾客指定的照片丝毫不差地“印”在蛋糕上。这项新业务使传统的生日蛋糕更加艳丽夺目；中间的形象逼真，周围的祝贺文字感人肺腑，边上的奶油装饰品五彩缤纷。加工这样的新式生日蛋糕每次收费不低，需 15 美元，可是慕名前来订购的顾客络绎不绝，蛋糕生意兴隆。

（摘自《慧聪网》）