

上班族当老板 有五条捷径

辞职创业，还是维持现在稳定的工作？这是很多上班族都纠结过的问题，一边是稳定的工作和收入，一边是创业当老板的诱惑，真是很难选择。

其实，如果安排合理是可以“鱼与熊掌”兼得的，沈阳市古玩商会会长孙屹通过多年工作实践，为上班族总结出了五种一边上班、一边当老板的模式。

模式一：利用主业关系干“副业”

其实，在沈阳鲁园古玩市场里有不少兼职的老板，他们有正规的工作，在古玩城里也有自己的店铺，经营古玩是他们的副业。

孙屹会长说：“我建议有创业想法的上班族，做自己副业时可以充分利用在工作中积累的资源 and 建立的人脉关系。但要注意不能将个人生意与单位生意搞混淆，将工作秩序搞颠倒，不能因为自己的创业活动影响单位的工作。主业和副业投入的精力要有所侧重，副业最好是不需要太多精力打理的生意，比如销售古玩、高档茶具都可以，但是像饭店、广告公司一类比较操心的生意就不行了。”

模式二：合伙创业省心又赚钱

在中国人的哲学思想中，合作是最佳的处事方式。寻找合适的合伙人进行创业，当然也是一种非常不错的方式。孙屹会长说：“合伙创业是非常适合上班族的，资源共享，分工明确，又省心，又可以赚钱。但是与合作伙伴一起创业之前，一定要说明注意的具体事项，也就是责、权、利一定要分清楚，最好形成书面文字，有双方签字，有见证人，以免到时候发生纠纷或分红时空口无凭。”

模式三：发挥特长兼职当老板

孙屹会长说：“对于不想冒任何风险又想尝一尝创业滋味的上班族来说，不妨先尝试一下兼职。上班族在选择兼职的时候，一定要注意与自己的特长和未来发展的方向相结合。兼职是为了缩短自主创业的距离，缩短从打工者到老板的距离，如果陷入到为兼职而兼职，为眼前的一点蝇头小利而忘记了对自己能力的锻炼和资源的积累，那就有点得不偿失了。我有一个朋友在公司里是设计主管，他后来自己在外面开了一个小广告设计公司，自己负责设计，雇几个业务员跑业务，虽然生意不大，但是效益也不错。这就是发挥自己的特长。”

模式四：找个好品牌做代理商

有这样一个创业者，他本人是某学校的老师，一年有两个假期，他就利用这个假期，代理了一个大枣品牌在沈阳的销售。

其实，寻找一个好的代理品牌是兼职创业最省心的一种方式。孙屹会长说：“上班族可以多看看一些打广告招代理的产品，一般都是尚处于市场拓展阶段的新产品，选择产品代理，最重要的是看清代理产品的发展前景。判明产品的市场前景，也就是判明了产品之于代理商的前景。”

模式五：开个小店也不错

孙屹会长说，她认识一个创业者，他是两家小店的老板，自己还有一个稳定的工作。

孙屹会长说：“开个小店也非常适合想创业的上班族。关键是你需要开动脑筋，时刻留心，四处留意。另外，就是该下手时就下手，不能犹犹豫豫。大家都在找机会，机会来了你不下手，一眨眼可能就被别人逮跑了。我认识的这个创业者，他有一家服装店，一家CD店，都是他平时逛街遇到的，他看见小店门前贴着‘兑店’就过去问问，最后抓到了机会。”

（摘自《辽宁日报》杨博/文）

“大学生水果店”坚守8个月关张

沈阳市大东区小河沿路上，圆吉缘水果店每天迎来送往一拨又一拨客人。5年前，这里挂的是沈城首家“大学生水果干果店”的醒目招牌，红极一时。然而，开张仅8个月，三位大学生老板就把水果店转让了出去。

大学生水果店关门背后有哪些不为人知的故事？他们现在实现当初的创业梦想了吗？近日，记者几经周折联系到了他们。

组团创业：仨大学生卖水果

谭明华、刘晓达、王璐分别是沈阳农业大学、辽宁农业职业技术学院2005届大学毕业生。大学毕业后，刘晓达在海城某有机果品生产农场工作，谭明华和王璐在沈阳某公司上班。

在农场工作的刘晓达有管理水果店的机会，因此熟悉了水果店的经营套路，并看到了其中的商机。到2007年初的时候，不甘于给别人打工的他向王璐、谭明华表达了“想开个水果店”的想法，得到二人的积极响应，“咱们都是学农业的，对水果还了解，为什么要给别人打工，咱们自己当老板！”

回忆起当初的创业经历，刘晓



达记忆犹新，他告诉记者：“我清楚地记得，2007年5月，我们三个人辞了职。为了更好地了解水果店的行情和经营状况，我和王璐到铁西区一家水果店打工2个月。把该学的、该看的弄清楚之后，我们开始给自己的水果店选址，骑着电动车满街转了两个多星期，饿了就蹲在路边啃个面包……功夫不负有心人，后来在小河沿路上的一处新开发楼盘附近找到了一个70平方米左右的门市，年租金27000元。我们每个人投入1万多元就把店张罗起来了，9月25日正式开业，起名叫‘大学生水果

干果超市’，除了水果以外，同时还经营一些干果。”

生意红火：水果店项目扩张

谭明华告诉记者：“店刚开张的第一个星期，销售情况不太好，每天的销售额不到1000元，但我们并没有灰心，大打大学生招牌，实行文明服务、微笑服务，而且保持价格合理，不缺少少两，所以越来越多的顾客慕名前来。此外，因为我们学过农业知识，所以进的果品质量好，再加上精心的陈列摆放，小店渐渐有了口碑，生意红火起来。不少顾客甚

至特意坐公交车或者走一站地来我们这买水果。”

随着生意的火热，三人根据附近需求状况增加了销售项目：牛奶、酸奶，这样一来小店经营的品种更齐全，有水果、干果还有奶制品。

面临诱惑：水果店出兑夭折

刘晓达说：“2008年5月份，有人帮我们联系到了一个园林工程的项目，如果承包下来，短时间内我们可能就会赚到比水果店多出10倍的收入。然而，这个项目前期需要投入几万块钱，要接下来这个单子，我们就只能把水果店兑出去。因为我们的专业是学园林工程的，所以都动了心，不甘于再开水果店，那几天心就像长草了一样，没心思继续经营。心里核计着：开水果店都能开这么好，干别的一样能干好。为了垫付工程的头期款，我们没多想，就急急忙忙地把水果店以4万元的价格兑了出去。”

刘晓达说，这个结局是他们没想过的。早在2007年末，有人看他们的水果店经营得好，想利用那个招牌，所以出8万元要收购他们的店，这个价格是当时市场价的2倍，但是他们还一心想把这个店开好，所以直接拒绝了，当然，也没有过把店转

让给别人的念头。

当事人说： 创业夭折主要是缺坚定信念

沈阳首家大学生水果店于2007年9月开张，第二年5月转让出去，共计存活了8个月。对于生意的草草中断，三位创业者有什么样的体会和感受呢？他们对于拟创业者又有哪些建议呢？

在谈到为何中断了这个生意的时候，王璐表示：“三人当初创业时都是辞掉了原本月薪2000多元的工作，把所有精力都投在了水果店上。然而，水果店虽然赚钱，但短期赚的钱却没有达到三个人理想的状态。加上周围逐渐增加的新店，也带来了更多的竞争压力，当然开店体力上也感到疲惫，所以就想到可能也没有太好的发展前景，也就丧失了坚持的信念。”

对于这段创业经历，刘晓达则表示：“一份事业无论大小，都需要持续地全情投入，一时的热情并不能长久地支撑它的发展。因为没有坚定的信念，所以当机会与危机并存的时候，我们没有经受住诱惑，有些急功近利。我们当时是典型的急于求成，这山望着那山高。”

（摘自《搜狐网》张秀杰/文）

沈城“早餐帝”：早餐店赚钱靠四要素

今年5月份，本报曾经以《开着雅阁炸油条》为题报道了沈阳的早餐经济，报道中“开着雅阁炸油条”的早餐店经营者刘大哥现在已经被食客们称为“早餐帝”。

秘诀：早餐店成败关键在选址

刘大哥说：“许多生意喜欢上报纸，需要宣传，但是我们这个行业真的不用，我发财的秘诀就一句话：好油，好面，好心！”

针对一些早餐店经营失败者的咨询，刘大哥说，在具体开店过程中，早餐店成败的关键是选址。早餐店选址宜在大型住宅小区内或人流量大的交通要道。这个选址原则恐怕连小学生都知道，但是选址里面还有很多细化的内容。刘大

哥说：“早餐店一定要在交通要道上，早晨是交通最繁忙的时刻，公交车站、地铁口都是人们聚集最多的地方，如果能在这样的地方附近开店，就赚了50%的先机，再加上手艺经得起考验，每天早上迎接上班族，生意一定不会差。在火车站区域设立的早餐店，相信比其他地方的生意来得更好。一年赚一辆奥迪A4都没有问题。”

如今公交车站、地铁口、火车站附近的门市早就已经有了主人，而且房租非常高。如果选择不到这样的黄金店面，社区里适合开早餐店吗？

对此，刘大哥说：“不是每类店都可以适合开在住宅区里面，但是早餐店很适合。但开在社区的早餐店一定要有三种不同的套餐，因为有三类人群分三个时间段在这里消费：第一类人群，亦即第一批消费者，是学生，学生的早餐一定要营养，不怕贵，每份早餐里都要有鸡蛋；第二类人群，也就是第二批消费者，是上班族，他们不怕贵，就

怕慢，我建议香肠这类的半熟品可以采用；第三类人群，也就是第三批消费者，是准备买菜的大妈们，她们要的是实惠。”

经验：早餐店赚钱靠四要素

对于早餐店的经营，刘大哥说：“早餐店是个吃苦的生意，不吃苦的人干不了。但是能吃苦的人，也不一定就能干好。通过多年的积累，我总结了早餐店的赚钱四要素：第一是味道，如果过路的人很远就闻到你店里的食物香味的话，生意肯定会很红火。我每天都在门口炸大果子，就是要让路人感受到食物的新鲜和香味；第二是价格，大部分人的早餐都在上班途中随机购买，只有少数人单位有早餐提供，所以价格一定要合适。我认为，目前套餐价格在5—7元就可以，10元有点贵，多数人不接受；第三是卫生，好的卫生及环境不但让越来越重视健康的民众放心，还让就餐者产生好心情，进而对早餐店产生好感；第四是老板的为人，如今

我与很多食客都成为了朋友，我的店已经提价多次了，但是客人都理解，没有抱怨的，好的老板，东西贵一点顾客也乐意去。”

打算：准备到农村去卖早餐

如今很多人希望刘大哥再开几个分店，而且还有刘大哥的亲属也准备加盟他的早餐店，但是都被刘大哥谢绝了，其实刘大哥不是不想赚钱，而是有自己的计划。

刘大哥说：“眼下，城市早餐业红红火火，但农村不少地方早餐业依然是一片空白，很多人口数千的行政村找不到一家早餐店，因此我正在考虑在农村开早餐店。很多人一听我的想法，感觉我傻了。其实不然，我去了几次农村，我发现如今农村的生活越来越好了，而且很多80后回到农村从事养殖、果树等高价值的农产品，手里有钱了，不喜欢在油烟中开始自己的一天。没有人穿鞋的地方才是鞋商真正的市场！”

（摘自《时代商报》杨博/文）

陈绍枢：伦敦奥运的隐型冠军

由代工生产到三届奥运会的特许经营商，陈绍枢成功登上了品牌衍生品行业老大的宝座。是什么成就了他今天的事业？

距离伦敦奥运会还有两个月时，陈绍枢就已经签下了2016年奥运会的一份合同——他创办的北京华江文化发展有限公司，获得了巴西里约热内卢奥运会全球独家徽章特许经营权。

参照华江此前的经验，这应该是一笔规模在5亿元上下的生意。在北京和伦敦两届奥运会中，华江也是徽章独家特许经营商。

陈绍枢与奥运的渊源还不止于此。1996年亚特兰大、2000年悉尼奥运会和2004年雅典奥运会的徽章，陈绍枢参与创办的公司就在生产，差别在于那时候为代工商。陈绍枢那时的生意基地还在家乡温州。

品牌之梦

陈绍枢已经做了20多年的徽章代工生意。代工久了，自然就想向上游拓展，所以他在10年前就在寻找机会。1999年他到北京创办华江之后，获得了故宫旅游纪念

品的经销权，但却亏了本，因为几个月后市场上就出现了大量的仿冒品。

他之所以投标北京奥运会，是因为奥运会、迪士尼这种大品牌的衍生品开发，无论别人如何仿冒，在某种程度上都能得到市场保护。“一个企业要想长期从事品牌衍生品行业，就必须与知识产权能够得到保护的世界一流品牌进行强强合作。”陈绍枢说。

但对于伦敦奥运会，他最初也没有抱着势在必得的决心，而是“试试看”。他首先要解决的就是语言障碍，在招标文件中仅仅关于可持续发展的主题阐述就有5本3厘米厚的文件，华江翻译了数月。

华江最终成功打败十多位竞争对手，甚至包括伦敦当地的竞争对手。

整合资源

现在华江需要整合的是全世界的资源。华江之所以能在竞标时胜出伦敦本地公司，在一定程度上因为其整合了当地设计师资源。华江与英国著名设计大学圣马丁学院签订了长期合作协议，中国设计师负责创意，英国设计师从设计角度实现表达。这些设计师为伦敦奥运会设计了多个系列主题的徽章，包括会徽文化、比赛项目、奥林匹



克历史、英国伦敦本地风光、英国历史上的文学家艺术家以及与奥林匹克相关的人物等。

在陈绍枢看来，华江最强大并且仍然花大力气用3至5年时间去升级的是其强大的供应链管理能力和华江正在与生产商建立战略合作伙伴关系，华江的订单必须达到合作生产商生产总量的20%，并共同对新产品和新材料进行研发。在这一阶段，供应商是华江的衣食父母，比客户更重要。所以华江并不向其压价，而是养好生产商，

（摘自《环球企业家》洪丽萍/文）



婴儿游泳馆：水里捞金

夏日炎炎，大人都酷热难耐，宝宝就更难受了，很多妈妈都为宝宝选择了游泳这个既能解暑、又能锻炼身体项目。

据了解，每年的这个时候，婴儿游泳馆都是人满为患。记者在沈阳市铁西区云峰街找到了一个“婴儿游泳馆”，请到了店主李柔冰讲述她的生意经。

女金领放弃高薪当老板

李柔冰曾经是沈阳某银行客户经理，年薪在40万元。但是当35岁的李柔冰当了妈妈后，她决定放弃这个工作。通过考察，她决定开个婴儿游泳馆，宝宝可以玩，也圆了自己的创业梦。

对于开店，李柔冰说：“开婴儿游泳馆最大的压力还是房租，目前地段尚可的100平方米左右的商铺月租都在1万元左右。按照每个游泳池配一名护理员的标准，雇佣4个员工，工资及其他福利每月支出要在5000元左右。相对于其他项目，婴儿游泳馆的水电等开销比较大，大约可达每月3000元。这样算来，婴儿游泳馆每月的经营成本至少要超过1.8万元。由于婴儿游泳健身以提供服务为主，毛利率基本可以按照100%计算。所以，要达到盈亏平衡，只需要每月的营业额超过1.8万元即可。这样，每月只要完成30张会员卡（6000元/张）就能保本，再加上单次消费及其他项目的收入，实现盈利难度不大。”

营销手段： 两种宣传拿下目标客户

婴儿游泳馆主要针对的是有较高文化素养和具备一定经济实力的年轻夫妇，服务对象主要是0—36个月的婴儿。

李柔冰说：“开店容易，经营难，我认为营销最重要。我们不是大公司，没有钱打广告，但是我有自己的营销方式。第一，针对附近小区一定要宣传到位，走进小区，让更多的小区住户了解婴儿游泳，走进婴儿游泳馆。可以考虑把小区物业作为合作对象。第二，到妇婴医院附近发传单，这是最直接也是最有效的一种客户积累方法。”

（摘自《创业黄金路网》杨博/文）