



90 后小伙创业 将蘑菇种在花盆里

蘑菇,好吃,也很漂亮。这不,一位 90 后的蒙城小伙子将这两点巧妙地结合到一起了。不甘于跟父辈一样在大棚种蘑菇的他,将蘑菇种进了花盆里,当盆景一样出售。这样的蘑菇盆景既可以放在家里做装饰,也可以一茬一茬地摘来吃。虽然刚从药都亳州来到合肥时,小伙子也吃了闭门羹,可他还是看到了希望。“可以到大型超市试卖了。”

蘑菇能否长家里?

一年前走在创业路上的徐继辉,脑子里冒出了这个疑问:“为什么不能让蘑菇长在家里呢?”

去年 8 月份,有位学食用菌加工的朋友在外地上学回来,跟他说了件有趣的事情。“他说他在学校时无意中做了一个小型的菌袋,放在自己的桌子上当盆景,没想到最后长得特别漂亮。”

听说此事之后,一直在寻找转变的徐继辉立刻开始了实验,在家里的卫生间、卧室、客厅都放上了菌种。很快,结果让他欣喜。“家里长出来的和大棚里的没什么区别,长势喜人。”

盆景“小姑娘”既好看,还能吃

就这样,他把蘑菇做成盆景,种在花盆中,或者在菌袋外包上各种图案的彩纸来装饰,既好看还能吃,他还给自己的蘑菇产品取了好听的名字——“小姑娘”。

一个包装漂亮的菌袋,上面簇拥着一层层蘑菇朵儿,“定妆”之后的“小姑娘”显得很漂亮。去年 8 月份开始试卖,一直在进行各种测试,确定了可行性之后,徐继辉的“小姑娘”在今年 3 月终于露脸了,“开始只是在家乡蒙城县销售,销量非常不错,尤其是‘榆黄菇’正常都要提前 20 天订货才会有。”

说起自己的作品,徐继辉一脸得意:“给菌种喷水,大概三天左右就会发芽,一个星期之后就可以采摘第一次,然后每隔十多天会出一次芽,再长成,依此类推,至少可以采摘四次,能采到 3 斤左右的蘑菇。”

从一开始徐继辉就相信自己的“小姑娘”肯定能成功,“既好看,还能吃,肯定会有市场嘛,现在好多人也都担心吃的蔬菜会有激素和残留农药等,自己放在家里养的蔬菜大家总该是放心的。”

他还开发了另外一个产品——灵芝。他介绍,灵芝成熟之后收集完上面孢子粉,就可以把灵芝木质化的主干做成盆景,放在家中非常漂亮。

“小姑娘”有望入驻合肥大型商场

今年 6 月份,徐继辉带着他的“小姑娘”一起来到合肥,然而在家乡很受欢迎的“小姑娘”在合肥却吃了闭门羹。最开始他在天桥上摆摊,主要卖灵芝,卖得很便宜,围观的人也很多,但是无论跟人家怎么说,大家好像都认为这个东西是假货,十多天过去了一盆都没有卖出去。“也许是摆地摊的形式让人怀疑了。”

说起自己的遭遇,徐继辉掩饰不住一脸的沮丧,但是他并没有灰心,一次偶然的机会在住所旁边的超市,他看见花卉盆景的生意很是不错,“蘑菇盆景也是盆景”,脑筋灵活的徐继辉立刻就想到了跟超市合作推广的主意。

近日,谈判归来的他满面春风,“目前谈得挺好,接下来就可以到那里去试卖了,情况好的话就可以长期合作,而且今后也可以到其他的超市去推广。”

(摘自《中安在线》)

“微博卖菜”的幕后推手

微博不仅能传播新闻,还是一种营销工具。随着网络时代的来临,“微博营销”也逐渐在各大企业走红。

一个 80 后的创业者王国川用自己行动证明了微博的营销力量,他带领着自己的团队以“网络营销外包,按效果付费”为服务理念,用微博实现着自己的创业梦想。经过近一年的运营,王国川和他的团队用微博实现了赢利的商业模式。

创业:干马云不干的话

大学毕业后,王国川独自闯荡到北京。打过零工,在工地做过力工,每天都是忙碌辛苦,但是他还是坚持了下来。“那时候,每天要工作 12 个小时,因为自己的身体还不错,别人干一份,我就干两份,但是生活的目标一直让我坚持,虽然我每天都在工作,但是我一直在观察,到底什么行业是现在社会最需要的。”王国川说。

结合自己的专业,王国川了解

到,当时马云做的电子商务,主要是针对各个大型的企业,而中小型企业没有专业的网络营销人才来为企业进行网络营销,它们的发展也就会陷入困境。于是,王国川在心里暗暗地做出了一个决定,想聚集一些网络和营销基础过硬的专业人才,来帮助那些中小型企业走出困境。“当时为了更深入地了解各个中小企业的生存和发展状况,我用了半年的时间,到几家不同的中小企业‘卧底’工作。由于一般的企业都不愿意要短期员工,我就提出了不要底薪工作,最后才能顺利地进入公司。”王国川说。

业绩:微博营销走进 27 家企业

去年,王国川来到沈阳开始组建自己的团队,而且已经颇有成绩了,目前在东北地区已经有 27 家知名企业相继与王国川的团队合作。

王国川说:“我们这个团队,每个人都有很强的专业能力,可以弥补中小企业网络营销人才的匮乏。我们公

司独特的服务就是将网络营销外包和微博营销相结合,根据企业所需为它们量身定制特色化的网站并且优化,使企业在互联网上大展风采。最重要的,我们成立这个公司的最终目的就是扶持中小企业,所以我们会以自己的诚信和真诚服务来打动企业,只有切切实实地服务企业,才能体现自身的价值,也会为自己赢得财富。同时,我们的网站也在改版和优化,以此来展示客户,为客户谋利。”

效果:微博卖菜成为现实

那么,王国川是如何用微博进行营销的呢?

王国川说:“近日很多沈城网友关注的‘网上销售有机蔬菜’就是我带领我的团队所取得的成果。”“前一阵,沈阳的一家有机蔬菜公司联系到我们,想要做‘网络营销’,随后,我们帮助蔬菜公司建立了新浪微博并通过认证,通过官博策划了许多的微活动的宣传,经过一段时间的努力,有



机食品公司先后和北京、黑龙江、秦皇岛及沈阳等地区的客户取得了联系,并部分签约合作,大连某餐饮集团的六家分店还与这家蔬菜公司建立了长期供货关系。目前,我们帮该公司已经销售了近 20 万元的有机蔬菜。”王国川说。

现在王国川又看好了停车产业,他正与设计升降式垂直立体车库的企业合作,为其进行网络营销。“与每家企业合作,我都会去实地考察,现

在沈阳地区的停车位特别地紧缺,经常有违规乱停的车辆,升降式垂直立体车库能够非常好地解决目前车位紧张的问题,正是现在社会所需要的。”王国川说。

王国川对自己公司未来几年内的发展也拟定了规划,他希望未来能够做一个网络平台,来教那些中小企业如何通过网络来自己“营销”自己,使企业能够更好地发展。

(摘自《时代商报》杨博 丁盼盼/文)

重庆“80 后”小伙办公司提供社区养老服务

通过一种定制电话,独居老人在发病时可以一键求救,几分钟内专业护理人员就会赶到对其进行紧急救治,并预约医院陪护老人看病。重庆 80 后小伙自办公司聘请专业人士,专为社区独居老人提供健康管理服务,开启当地新的养老形式。

记者来到位于重庆市渝北区的紫园路社区居家养老服务站,见到创办人李靖。这名“80 后”小伙儿毕业于重庆医科大学,在深圳某医院就职数年后回到重庆创业。

谈到创办养老护理服务站的初衷时,李靖告诉记者,“一次在医院体检,看到许多老年人由于子女工作繁忙没时间陪护,独自体检很不方便。如果遇到病情突发则更危险,当时就有了在社区办一家可在第一时间为病发老人提供救治服务场所

的想法。”

2010 年起,李靖投入 20 余万元人民币聘用专业人员开发求助呼叫系统,此后一年间,李靖体验了创业初的煎熬。“每天不停地投入,但看不到任何回报,当时真的很上火。”

2011 年 10 月,李靖的求助呼叫系统研发成功,招聘专业的护理人员成为另一项任务。由于养老护理需具备一定的专业基础,李靖聘用的人员为重庆各医院退休的医生和高校养老护理专业的毕业生,且

必须持有养老护理员职业资格证

2011 年底,李靖带领着 12 人的团队,办起了重庆首家社区居家养老服务站。

记者走进该服务站看到,宽敞的大厅整整齐齐地摆放着 40 张床位。李靖称,经过半年的发展,服务站在为病发患者提供到家救助服务的基础上,开发了“老人日托”服务,社区内的独居老人上午可到服务站聊天、打牌、按摩,午餐后可在床位上休息。目前该社区内的 500 余位

主妇开咖啡店赚钱法

在,梁小姐的咖啡店已经开业两年多了,每个月在餐饮和培训上的收入大约是 7000 元左右。

经营策略:用学习吸引顾客

梁小姐说,自己以前是从事人力资源管理的,曾经担任过总经理助理:“所以,我将管理上的知识都应用到咖啡店的经营上面,把顾客都当成自己的朋友对待,和顾客交流英语、咖啡、西方礼仪和带 BB 的经验等。”

梁小姐店内的英语培训每期 1500 元,3 个月内共上 24 节课,每节课 2 个钟。顾客可以自己选择英语口语培训的话题和内容,不过需提前向店主预约。梁小姐告诉记者:



“在这里学习时间可以自由安排,只要顾客和我们的时间协调好就可以过来。比起外面动辄几千上万元的英语培训班,我们这里 1000 多元的收费并不贵。”

记者采访当晚,刚好碰到咖啡店开英语沙龙,到场参加培训的小组里,有 40 多岁的外企员工,也有几名 20 来岁的年轻外贸公司员工,她们都是出于学习英语的需要来报名学习的。

因为受到店面和人手的限制,梁小姐没有进行过多的宣传,她想通过开加盟店、寻求更多公司合作等方式来扩大影响力。“现在已经有几家知名公司找我们合作,向员工传授一些西方礼仪等。不过,由于店

面开在老城区,这一带白领较少,顾客基本上都是通过熟客带来的。”

投资分析:首投 10 万月入 7000

梁小姐的咖啡店,首次创业投入 10 万元左右。除了进货和装修,其余就是租金和员工工资了。咖啡店店面共 35 平方米,由于有上下两层,实际使用面积约 70 平方米,月租金 5000 元。另外有员工 2 名,每人每月工资 1500 元。

咖啡店的盈利,来自多个方面,一方面是咖啡和西式餐饮上面的销售收入,另一方面是英语培训和咖啡、茶式制作培训上的收入,还有一方面是来自销售与咖啡有关的周边产品,如咖啡豆、咖啡壶等的销售。

其中,餐饮每月大概能赚 700~800 元,只占收入的一小部分,大部分收入还在于英语培训和西方茶式制作的培训。其中仅英语培训的收入,就至少有 6000 多元。除了英语口语培训,该店还充分利用现有资源,向顾客传授咖啡制作的过程。店内咖啡制作可以随意参观,想亲自动手学习咖啡制作和西方菜烹制就要交学费了。梁小姐向记者展示了一份上百种菜式的菜单,“学完这些西方菜式和咖啡制作,全程收费是 1500 元。”

对于餐饮方面的营销,梁小姐也在探索如何提高利润。她说,目前餐饮的定价比较低,将来或许考虑提高一点点价格,提高利润空间。

(摘自《大洋网》)



快递行业 人才需求 激增 120%

截至 7 月 16 日上午,快递行业的人才需求量已增长 120%。随着国家邮政局相继公布获得快递业务许可的企业名单,快递员步入“高薪”时代——月薪从此前的 2000 元上下激增到 5000 元左右。

快递企业缺人 高薪抛“橄榄枝”

“公司上保险,有油补、饭补、电话补、工龄补……”、“高薪急聘快递员 3000—6000 元月薪,安排住宿……”这是赶集网和百度招聘专区的招聘信息。

6 月底,260 家企业获得国家邮政局发放的快递业务牌照,其中不乏京东商城等电商企业。

检索“快递员招聘”出来的企业中,记者发现,京东、当当、卓越等电商网站正向传统快递公司老员工伸出“橄榄枝”。

以京东为首的电商网站招聘帖高达上万条,招聘条件非常低——初中学历、自备交通工具。此外,京东还承诺,会给予额外的油补。

一天送 100 个件 快递员吃不消

快递员小张告诉记者,现在平均每天需要送接近 100 个件,“以前只有在淘宝双 11、双 12 的时候才需要这样”。因此,公司只能继续扩招人员,才能完成快件的配送。

某快递公司负责人称,每年的夏季和冬季都是快递行业的旺季,本来快递员就很紧缺,加之有不少电商企业、传统企业相继获得快递牌照,这让快递员更加抢手。

根据国家统计局发布的今年上半年我国快递行业市场情况显示,1—5 月份我国规模以上快递服务企业业务量累计完成 19.4 亿件。

快递员月薪已超 5000 元

记者从多家企业了解到,目前,快递员的月薪已从此前的“1000 元保底”上涨到“3500 元起”,部分公司甚至给出了 5000—8000 元/月的高薪。

相关数据统计,目前快递员月薪在 5000—8000 元档的城市中,北京以占比近四成位居榜首。

某快递公司招聘负责人认为,未来越来越多的电商平台将获得“快递牌照”,从而向第三方开放,形成与传统快递企业的“抢单之战”。

(摘自《法制晚报》)