

大学生创业:熄灭的创业火花

怀有创业梦想的大学生是因何熄灭滚烫的创业火花,他们又是遇到了哪些坎坷从而停下了创业的步伐。

没有市场的空中花园

江西财经职业学院的“爱婴思坦国际早教中心”设立在一幢距离校园50多米远的六层教学楼里,这是由学校原来的成人教育基地改造成的一间教室被隔成了两间,用作创业办公室。在这间20多平方米的办公室里,简单地摆着两张办公桌和一块白板。白色的墙上贴着一个巨大的白纸糊成的“爱心”和4张关于婴幼儿早教的宣传画。

与早教中心一起入驻创业园的还有另外3个项目。其中一个“逃跑的私享家校园传媒工作室”的负责人王晶还记得2011年10月这4个项目开业时的热闹场景,“办了一个很大的入驻仪式,学校领导都来了。”王晶说,进入正常的运营期后,这几家店除了她的传媒工作室和另一家网店以外,另外两家生意都不好。

“爱婴思坦国际早教中心”定位于从事0—6岁婴幼儿早期教育,提供学习课程和多元化智能宝宝玩具。自称“将欧美开放式早教思维同传统的儒家思想相结合,打造最适合中国宝宝的教学方式并为每一个宝宝制定独一无二的天才成长计划”。在王晶看来,这个校园里的创业项目很难找到客户市场,“前期的时候有几个妈妈看到宣传之后过来问,但问完了却不敢让宝宝来做早教”。

厦门海洋职业技术学院的尤桂榜经营的茶叶店遇到了同样的问题。这个大二的小伙子与一个学茶类的同学,在老师的建议下合伙在学校的创业园里开了一家茶叶店。本想在高校中弘扬、推广茶文化,没想到定位与现实之间的反差很大。“一盆凉水从头浇下,我真没想到,同学们对茶的兴趣远没有我想象中的大。”尤桂榜悻悻地说,除了过年时有些老师同学前来购办年货,“平时生意真的不好”。

为考研痛舍创业

刚刚收到重庆理工大学研究生

录取通知书的黄磊,在提到自己大学四年中唯一的一次创业,语气依旧充满了遗憾:“毕竟花了很长时间和心血来经营,退出以后心里感到不舍和纠结。”

“刚上大学那会儿,SNS社交网络很红火,我就想能不能做一个基于宽带和3G互联网的SNS社区应用扩展平台,类似于校内网和开心网,但我们是基于应用和校园关系来做的。”黄磊的设想挺全面的,“我们想要设计一些诸如漂流瓶、碎碎念、许愿树等一系列的好友应用板块,同时开发一些手机软件,盈利主要源于广告植入和用户虚拟货币购买。”

项目计划书出炉之后,团队组建也相当成功,不久就获得两个天使投资人的青睐以及国家有关部门30万元的创新基金。项目正式上马,由于公司管理人员和投资人几乎都是大学教授,团队也相当靠谱,公司运营得还算不错。黄磊步入大四时,却迫于家长和考研的压力,不得不退出了自己一手创建起来的公司。

遭遇信任危机

大连东软信息

学院的杨超刚上大一的时候,创业念头还不是很强烈。今年4月中旬,一场激情澎湃的演讲点燃了他内心深处隐藏的创业梦想。在演讲嘉宾褚武军老师的指引下,他加入了“我的未来网”,成为该校在大连地区的一个代理经纪人。

由于担心创业所遭遇的各种风险,他并没有和别人一起做,而是单枪匹马在这个网站注册成为会员,对创业几乎一无所知的他开始了人生中第一次创业的试验。“我觉得这个项目前景不错,而且有后台,几乎不需要自己投入资金。”

从开始做到现在只有短短的3



小心样板店或是托儿店

不要以为参观了顾客盈门的“样板店”后就可以放心投资了,因为“样板店”有时是加盟总部故意设下的一个套。所以,多去几家加盟店考察对投资者来说是相当重要的,它可以让你了解到许多真实的情况。

■案例

2009年,苏州人汪小姐在一次特许加盟展上被一家经营商业手模(手印)的连锁加盟项目吸引了,这个项目主要针对婴儿和儿童推出手模和脚模纪念品。刚刚生完孩子的汪小姐顿时对这个项目产生了好感。不过由于该项目在国内还处于发展初期,了解的人并不多,价格也不便宜,汪小姐便想去实体店看看市场人气如何。当天下午3点,接待汪小姐的项目经理很热情地将汪小姐和其他几位对该项目感兴趣的投资者送到了一家所谓的“样板店”参观。

该店面位于苏州市中心繁华路段,汪小姐发现,她在店中逗留的半小时内,先后有不下30组客户进店,其中有10多组客户下了单,这种小众化商品能有如此高的人气,大大出乎汪小姐的意料,也坚定了汪小姐决心投资的想法。

然而当汪小姐自己的店铺开起来后,却发现进店浏览的顾客虽然不少,但真正掏钱购买的顾客少之又少,由于门店开在市中心,店面租金很贵,坚持了半年的汪小姐最终只能无奈选择关店。

■分析

有些加盟总部为了吸引加盟商,会告知其自己已开出的样板店多么有人气,并免费送有意加盟的客户前去样板店参观。殊不知,这类所谓“加盟样板店”很可能只是为了吸引加盟商而故意开设的“托儿店”,盈门的“顾客”中有很多就是公司员工或雇来撑场面的“托儿”。

不过“托儿”也不可能全天候预备“表演”,为防止加盟考察者“暗访”,有些加盟总部便抱着“舍不得孩子套不着狼”的想法,故意在租金很高、人流很密集的黄金地段开设门店,并且把商品价格压得很低,故意通过不赚钱甚至亏本的方式造成消费者趋之若鹜的景象(常用于奶茶铺等快餐行业),让加盟商误以为这个加盟项目人气很旺。等加盟商上钩后,加盟总部就只顾收取加盟费、管理费,其他事情一概不管了。

为了对付这种情况,投资者除了走访加盟总部主动告知的样板店外,最好再私下随机走访几家其他加盟店。除了可以目测门店客流量外,还能以顾客的身份去体验加盟店的服务和商品,各家门店的服务和产品是否做到了统一标准、无可挑剔,和加盟总部的宣传是否有出入,并且可以通过有技巧和加盟店工作人员的真实经营情况。不管是什么连锁加盟项目,直接去门店考察所得到的信息永远比其他任何资料和宣传更加真实可信。

■点评

我国法律规定,企业要进行连锁经营,必须要有20家店面才能吸引别人加盟,而且还必须保有自己的直营店。因此在考察门店时,投资者一定要注意两点,一是加盟店和直营店之间的产品和服务是否有明显差别,如果差别明显,则意味着该加盟总部对加盟店的支持和管理较薄弱,加盟后恐怕难以达到直营店的经营绩效;二是该加盟总部的门店数量是否达到了法定数量,如未达到(或宣称达到,实际未达到),便说明该公司并不具备开展连锁加盟的资质。(摘自《商界》)

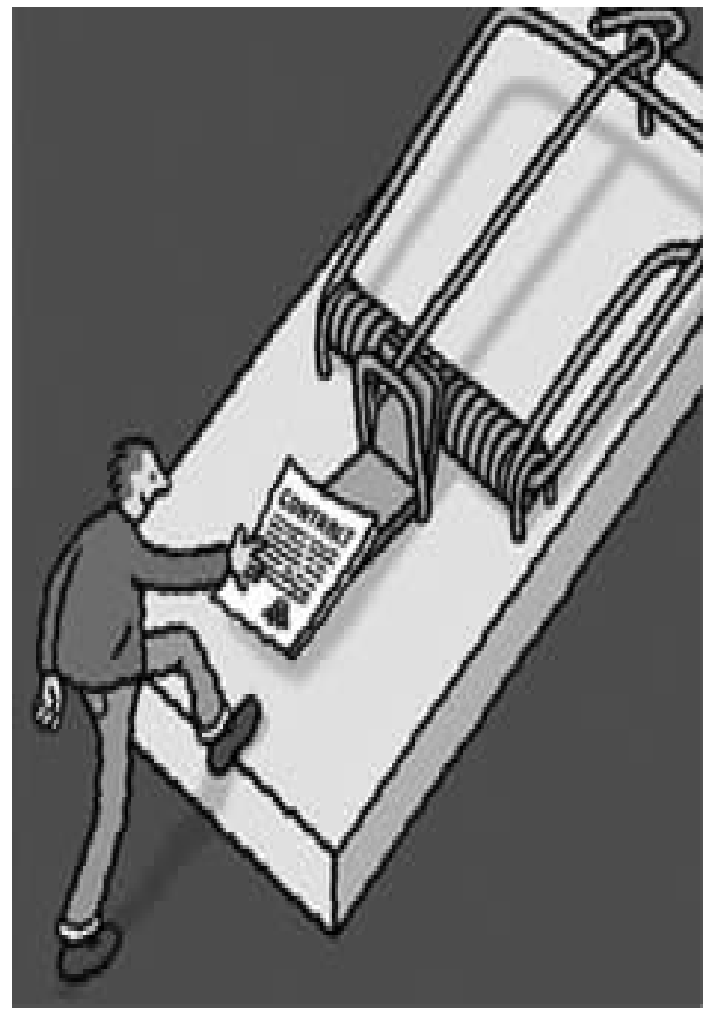
过高的投资回报率多是忽悠

“投资一月收回成本”,“投资一年包赚百万元”,“投资5年回报1000%”……当投资者听到这种近乎疯狂的宣传时,多半是遇到大忽悠了,因为世界上从没有平白无故天上掉馅饼的美事。

【案例】

祁先生在电视上看到了某牛肉面连锁加盟项目的招商信息。广告中宣称,在二线城市开一家200平方米的牛肉面加盟店,一次性投资金额只需要50万元,每年房租80万元,但每年的营业额经过评估测算可以达到500万元以上,净利润也可高达200万元。也就是说,初期投资只需要不到一年就能回本了。对比当下的银行存款,投资回报率相差甚远,而股票、黄金等波动大,投资风险高,相比之下,连锁加盟显然是更好的投资选择。

听了这样的宣传,祁先生有些动心了,但转而一想,世界上真有这么容易赚钱的好事吗?于是祁先生便上网仔细搜索有关这家公司的各种信息,这才发现,虽然这家公司的品牌包装和网络宣传也十分到位,但在一些论坛上却能看到许多加盟商抱怨受骗上当的帖子。祁先生大叹了一口气,心想幸好自己



已没有一时冲动,掏钱投资这类不靠谱的加盟项目。

【分析】

有些加盟总部为了吸引投资者,通过展会和其他广告形式大肆宣传,大吹特吹加盟该项目只需很短的时间(如1个月或者3个月)就能收回全部投资。然而投资者真正加盟后却发现,加盟总部所说的投资成本只是进货等直接成本甚

至是加盟费,不包含管理费、门店租押金、营运周转金等各种间接成本,投资者实际需要支付的各种费用远不止签合同时所谈的金额。而许多加盟总部先说得花好稻好的承诺也无法兑现,结果很可能做了两三年后仍未收回成本。

毕竟,连锁加盟是一种实业投资,从投资到产生效益需要一个经营的过程,不比股票、期货可以在

很短的时间内实现100%以上的投资回报。如果加盟总部声称其收益率远高于行业平均水平,投资者就需要格外警惕了,因为这种承诺很可能只是令你浮想翩翩的空头支票,到头来只是竹篮打水一场空。

事实上,短期内获得过高的投资回报率对加盟项目来说可能并非好事,因为过高的投资回报率往往不可持续,却会使经营者盲目乐观而疯狂扩张,导致资金链紧张、商品品质下降等问题的出现。如果真的把连锁项目看成是一项长期事业,不会太在意短期的投资回报,比如这些年增长势头很旺的全家便利店,在中国内地7年开到300家门店才刚刚实现盈亏平衡,但这种细水长流的经营模式却给全家的可持续发展奠定了良好的基础。

【点评】

任何一个连锁加盟项目都有一个发展壮大过程,不可能一夜吃成胖子,这就需要连锁加盟的投资者有足够的耐心去经营自己的加盟事业。

一般来说,连锁加盟投资的回本期往往与前期投资的金额呈正比。比如流动式摊贩的前期投资只是一个几千元的小摊车,因此很可能只需要几个月就能回本,但一个前期投资10万~20万元的快餐铺则正常情况下需要2~3年才能收回成本,而那些诸如经营钻石、燕窝、人参等前期投入较大、销售节奏较慢的连锁店则需要更长的投资回收期。

(摘自《理财周报》)

不可忽视的4个创业教训

相信今天想创业以及正走在创业路上的人,都不愿意经历噩梦的来临。最近 Avondale 的创始人之一和管理总监 Karl Stark 和 Bill Stewart 撰文总结了创业企业容易忽视的4个简单教训。

1. 你是一个伟大的创意者,这个事实不能使你成为一个伟大的执行者。

许多初创企业的创始人有着创新和进取的心态,这也组成了这个新公司的核心。但是好的执行力是好的创新心态不能确保的。

2. 没有倾听的管理容易失败。

对他们的想法充满激情的创业者常常会因为来自董事会成员、导师、咨询顾问,或者初创企业生态系统其他人的建议,因为创始人认为自己比其他人更了解他们的产品和公司。但是听建议其实是一种补充,也让创始人不会走偏。甚至,有时候挑剔创始人的想法是无价的。

3. 风险投资不总是好的。

和已确定的风险投资基金进行合作,就资本和动力而言,对于初创企业的成长是关键的。但是风险投资有可能会打乱管理层的权威,以及初创企业的初始文化。花时间去调查,找到最合适公司的资本,对于创业者的长期成功而言是重要的。

4. 高估价对于早期的初创企业并不总是好的。

如果创业公司的发展可以不断满足市场和投资者的期望,那么高估价对于年轻公司来说是好的。如果你的下一轮估价比起初投资人的估价低,要得到新一轮的成长投资,你会经历一段困难时间。

其实在我接触的创业者当中,我就能看见这样的问题产生。但是很多时候是当局者迷,旁观者清。从创业的热情中恢复理性,但又要保有激情,是对创业者自身的挑战。

(摘自《商业英才网》)

当心打特许加盟幌子售卖设备

当加盟总部给出的进货价比市场价还要高时,投资者就要警惕是否遇到假“特许加盟”真“售卖设备”的骗子了。对此,我们还是要留意对相关信息进行多方比较,以便能够识破其中的破绽。

■案例

2010年,在北京打工的郑小姐上网时偶然发现了一个可以连锁加盟的“换面鞋”项目(鞋面与鞋底可自行拆装,自由搭配鞋子),她十分喜爱这种鞋子,并认为这种新

型鞋子很受年轻女性欢迎,存在很大的市场潜力,当即与该加盟总部取得了联系。

该项目的加盟经理告诉郑小姐,目前该项目处于市场推广期,可以免除加盟商的加盟费、管理费和培训费,还能按照与成本价相差无几的所谓“加盟价”从公司总部拿货,并且全程享受该公司的指导、培训以及售后服务。郑小姐觉得非常满意,但为了确保安全,郑小姐提出希望前往公司总部或生产基地实地参观,加盟经理却以“公司路远不方便”为由婉拒了。

尽管心存一丝疑虑,但赚钱心切的郑小姐还是很快与该公司签订了加盟合同,并准备把5万元加盟费打进公司账号。签合同后不久,公司告诉她,每双鞋的进货价是99元。这一价格信息让平日里对服饰鞋帽价格敏感度极强的郑小姐产生了疑虑。于是她马上到市

场上了解行情,这才发现一模一样的鞋子上每双只卖90元。“我的进货价格比人家的售价还要高,这生意还怎么做?怪不得连加盟费都不要了,原来他们就是在向我高价批发鞋子啊!”幡然醒悟的郑小姐立即终止了与该公司的合作。

■分析

目前国内很多加盟项目表面上说是“特许加盟”,实际上这只不过是个美丽的幌子,商家真正的目的是为了高价向加盟商售卖机器、设备、原料等,从中获取利益。

虽然根据我国法律规定,特许经营是指通过签订合同,被特许人将有权使用特许人的商标、商号、经营模式等经营资源,按照合同约定在统一经营体系下从事经营活动,并向特许人支付特许经营费,不包括产品、设备、技术等。然而在实际操作过程中,特许人(加盟总部)往往会以“统一管理”、“统一质

量”为由,成为产品、设备、技术、门店装修材料和施工的垄断供应商。然而这些产品和服务的价格往往不会写入加盟合同中,而只会以项目清单的形式呈现给加盟商。一旦事后加盟商发现其中猫腻,也很难以此为证据要求退货或撤销加盟合同,所以签订加盟合同前,一定要问清楚各种设备和产品的价格,并有意识地与市场价格进行比较。

■点评

加盟商在选择加盟项目时,最好选择自己喜欢的、有过研究的、对加盟商提供的各项服务和产品的市场价格有一个大致了解的。如果发现相同或相似的机器、设备、产品在市场上的价格要比加盟总部提供的价格低一些,就要好好算账了;如果价格低很多,就要警惕是否遇到假“特许加盟”真“售卖设备”的骗子了。

(摘自《商界招商网》)