

最具商机的十大潜力行业

- 1、环保建筑
- 消费者日益关注建筑对环境的影响,也逐渐要求商家能够提供达到环保标准的服务。不管消费者是需要买新房,或者重新装修,他们都希望房子不仅仅好看,还要达到环保标准,如 LEED, BUILTGREEN,R-2000。环保材料,环保技术,环保证书对于建筑业来说是今年制胜盈利的关键。
- 2、环保科技
- 近年商机都集中在环保上。不管你是否相信全球气候变化带来的严重后果,有一点是肯定的,就是民众的愤怒已经让政府在研发环保科技上大幅拨款。对于那些致力于解决环境问题的项目政府都提供大量贷款和补助。比如,在加拿大,可持续发展技术基金会就提供高达 50%的补助和津贴,帮助发展那些“改善气候变化,改进空气和土壤质量的技术研发”。
- 3、折扣店
- 近几年,全球经济普遍不景气,大部分顾客相对过去比较节俭,希望买折价产品,这就带给折扣店和专卖店绝佳的发展机会。
- 4、老年人护理
- 老年人护理业近年的需求量持续走高。你可以开设老年之家,或者提供上门的饮食或者家政服务;老年护理授权也是另一个进入这个市场的途径。
- 5、针对中老年的装修市场
- 房屋装修业一直都是一个欣欣向荣的产业,大部分原因是因为门槛低,似乎谁都可以进入这个市场。但是如何让你与其他装修行业分开呢?最好的方法就是专注一个细分市场。老年人市场就是这样一个有待开发的细分市场,他们希望重新装修自己的家,以期能够长时间待在舒适的房间里。方便的斜坡设计以及更适合老年人沐浴的浴室设计就是很好的突破口。
- 6、取暖和制冷产品和服务
- 取暖和制冷设备与服务将会成为极佳的商机,因为政府正在推动有利于环保的行业。在家中安装一个热泵不仅可以省钱,还可以得到折扣或者税费减免,这定能赢得顾客的心。那些安装取暖炉,取暖器,燃气壁炉,空调,热泵的小企业可能都会大大赚一笔。
- 7、本地食品供应
- 提供本地生产的新鲜食品是另一个顾客需求引导市场动向的典型商机。5年前可能还很少有人关注食品标签,但是现在人们都渴望知道购买的食物从哪里来,怎么种植,怎么养殖的。这对本地食品供应商来说是一个良机。农业市场和农具的需求都在增长,但是不要忘记零售市场和提供本地新鲜食品的饭店也是良好的商机。
- 8、膳食顾问
- 人们如今越来越关注饮食健康,这也给健康食品行业带来滚滚财源。对于顾客而言,他们如今都赶潮流一般购买那些号称有益健康的食品,但是他们更需要的是能够得到专门的指点,根据个人身体状况和生活习惯,打造属于个人的饮食食谱。
- 9、社会化媒体市场拓展和管理
- 除非你去年一年都远离尘嚣,否则你不可能忽视社会化媒体的强大威力,它已经被市场营销界认定为下一个制胜法宝。但是对于小型企业来说,用社交媒体进行营销依然困难重重。如果你能够策划行之有效的商业推广活动,幸运之神还是会眷顾你的。
- 10、商业安全系统
- 如何保障商业安全依然是一个持续的商机,无论是生物识别系统还是安全系统的需求都给这个行业带来很多机遇。但是对商业安全的需求因行业而异,对于小型企业来说,他们更倾向于使用报警系统而非指纹识别工具。
- (摘自《瞧这网》)

社交网络营销月挣 10 万 关键看创业者创意

社交网络,或将成为中国互联网的下一个商机。随着微博、人人网等社交网络的崛起,不仅成为人们聊天的地方,还将成为个人和企业掘金的新战场,据麦肯锡全球研究院近日发布报告称,社交网络将为包括快消品、金融服务、专业服务和先进制造业等行业创造上万亿美元的商业价值。

社交网络营销月挣 10 万

80 后的“妹纸锵锵”(微博名)热衷于各种新兴互联网社交平台,早在几年前就已接触过类似 Twitter 等国外社交平台。国内刚出现微博时,她便成为首批用户。今年 3 月,看到微博在国内兴起,妹纸锵锵便和几个姐妹办了一份“妹纸博报”。原本想着借微博传递信息,做自己喜欢的事情,但没想到,这份博报引来商家做广告。

妹纸锵锵在接受商报记者采访时称,通过耕耘各种热点和有深度的微博内容,博报开办一个月,吸引了上万网友的关注和讨论,并且还吸引了众多业内人士线下互动,并且也吸引了房地产企业的广告投放。随着影响力的扩大,越来越多的企业要与她合



作,但为做出品牌,她只选择有代表性的广告进行刊登,如今月收入也达到 10 万元左右。

社交购物成盈利新模式

“通过社交网络掘金的主要方式有两种,一是广告分享,二是数据服务。”重庆大学电子商务与营销教授邵兵家介绍说,如今社交网络的形式

越来越多样,除了论坛、博客、社交网站外,微信等聊天工具,优酷等视频网站以及新兴的图片分享网站等,都属于社交网络,利用社交网络盈利的方式也越来越多样化。广告营销是目前企业对社交网络最主要的需求,社交网络的最大优点在于门槛低、参与度高、互动性强,可以有效地进行信息传递,许多企业看重这一点,纷纷

利用社交网络进行营销从而为自己创造价值。如奔驰 smart 在淘宝网举办团购,6 分钟共卖出 55 辆车。邵兵家介绍,除广告分享外,还有社交购物、分成模式、微博抢注等都是社交网络新兴的盈利方式。

社交网络蕴含万亿商机

据统计,目前全球社交网站有 15 亿用户,五分之一的人上网时间花在了社交网络。在中国,2012 年社交网站用户数量达到 3.6 亿人。如此庞大的社交网络,到底蕴藏了多大的商业价值?据麦肯锡全球研究院近日发布报告称,社交网络将为包括快消品、消费金融服务、专业服务和先进制造业等行业,创造约 9000 亿到 1.3 万亿美元的商业价值。

“其中约 3450 亿美元的潜在价值来自产品开发和运营;5000 亿美元来自营销、销售和客户服务活动;2300 亿美元来自业务支持活动的改善。”麦肯锡全球研究院资深研究员张如琪介绍说。

支招
掘金社交网络 注重互动与体验

清华大学总裁班网络营销专家刘东明介绍,都在争抢社交网络带来的巨大商业价值时,也出现了形式雷同、过度营销等问题。在利用社交网络掘金的时候,最重要的是要把握社交网络的互动性,注重用户体验感。根据不同社交网络的性质,要做出不同的形式和内容,符合不同受众的需求,才会有市场,刚入手的企业和个人可以尝试目前竞争较小的领域。如开拓新兴社交网络空间,微博、开心网、人人网等目前的运用相对饱和,但对于微信、图片分享网站等新兴的社交网络来说,还有很大挖掘空间,可以把此前成熟的推广模式运用到这些平台;官方账号维护,在运用社交网络进行推广的企业中,这些企业在各大平台都有自己的账户,例如官方微博,但一般企业没有相应的运营经验,需要专业人才,个人和企业都可以去给企业做专业维护;数据服务是未来发展趋势,通过客户等信息分析,获得潜在价值,是企业的普遍需求,相比普通的广告营销,这方面有更大发展前景。

(摘自《重庆商报》孙琼英/文)

加盟一家品牌连锁店至少 500 万

沈阳的经济型酒店市场还有市场空间吗?投资者开一家经济型酒店到底需要多少钱?记者带着这些问题进行调查采访了解到,一些业内人士十分看好沈阳的经济型酒店市场,称其“远未饱和”,而且明年由于“十二运”的举办,还将面临更大的市场空间。

近几年,经济型酒店如雨后春笋般出现在沈阳的大街小巷,据记者了解,仅在沈阳,就有 11 个连锁酒店品牌共 76 家经济型连锁酒店处于经营中。而这一数字随时都可能被打破,因为除了一些连锁品牌仍在扩张中之外,一些本土的、新兴的品牌连锁店在伺机加入竞争。沈阳的经济型酒店市场还有市场空间吗?投资者开一家经济型酒店到底需要多少钱?记者带着这些问题进行调查采访了解到,一些业内人士十分看好沈阳的经济型酒店市场,称其“远未饱和”,而且明年由于“十二运”的举办,还将面临更大的市场空间。不过,记者对一些品牌连锁的经济型酒店调查了解到,加盟一家品牌店的门槛可不低,一般需要 500 万—1000 万元的启动资金。

经济型酒店市场远未饱和

记者电话采访了如家、锦江之星、速 8、七天、格林豪泰等 5 家连锁酒店的加盟总部,了解到这 5 家店未来几年内都有在沈阳开设加盟店的打算。如家快捷酒店加盟总部的负责人表示,截至目前如家在沈阳有 33 家店,由于市场定位精准,入住率一直保持在 80%—90%左右。他还表示,包括沈阳在内的二三线城市市场还远没到饱和状态,依然存在较大的发展空间。速 8 酒店加盟总部的负责人郑经理表示,目前该品牌在沈阳有两家店正在筹备开业,未来还有在沈阳投放的计划,但具体的加盟进度要根据实际的考核情况来决定,如果不能保证盈利加盟总部不会盲目扩张。营销专家黄雨涵表示,近两年,伴随新兴市场的出现,也使得中国经济型酒店在业态细分和地域布局上有所变化。随着 2008 年北京奥运会和 2010 年上海世博会

的成功举办,中国经济型酒店部分品牌扩张速度达到 200%—300%的增速,新品牌也不断出现。经济的发展自然带动连锁酒店的发展,明年沈阳将举办第十二届全运会,到时候沈阳将是一房难求。

加盟品牌店至少需投 500 万

在各大品牌经济型连锁酒店不断拓展市场、一些新的连锁酒店品牌不断出现的行业背景下,在全运会明年在沈阳召开的时间节点上,加盟一家连锁酒店看来是一个不错的投资选择,然而,记者调查发现,品牌连锁的经济型酒店投资门槛可不低。除了对物业面积、房间数、停车位等硬件条件有明确的要求外,一般还会对运营资金、物业地点优劣提出相应要求。以格林豪泰连锁酒店为例,其要求为:物业建筑面积 3000—3500 平方米,100 间房间,没有暗房,独立电梯;



最好是独栋楼,临街边,有停车场,有 500 万元运营资金(不含房租)。记者请业内人士帮记者算了一笔账,以一间建筑面积 3500 平方米、客房数为 100 间的经济型酒店为例,其房租约为 145 万元,装修、设施等需 480 万元(每间客房装修布置费用 48000 元×100 间客房),此外再加上加盟费用,总投资就已经达到了 600 万元。这位业内人士告诉记者,一般而言,加盟一家品牌连锁的经济型酒店启动资金一般要在 500 万元~1000 万元。有些新品牌或是对房间数要求相对少的投资额可能相对少点。

二三线城市将成经济型酒店掘金主战场

经济型酒店的发展方兴未艾,连锁品牌更以其连锁经营的管理和品牌优势不断扩张,因此,一些业内人士表示,随着整体经济形势的发展和迫于竞争压力等因素,二

线城市将成为经济型酒店掘金的主战场,特别是一些二三线的旅游城市更将受到青睐。

经济型酒店将转战二三线城市

如家快捷酒店加盟总部的负责人表示,二三线城市具有广阔的市场需求、良好的政策环境和低廉的劳动力成本,因此“转战二三线城市”将成为经济型酒店的利润角逐目标。而他本人十分看好二三线城市广阔的市场前景。

经济型酒店要做足特色和专业

谈到与高端星级酒店的对比,经济型酒店的优势,7 天连锁酒店加盟总部辽宁地区负责人表示:“经济型酒店与遍布大街小巷的旅馆、招待所不同,是一种新型的业态。经济型酒店在房价上相对较低,但提供的硬件设施和服务水平并不低档,提倡为客人提供价格适



派对策划：一个玩着赚钱的项目

在众多的中小投资项目中,派对策划工作室绝对是一个玩着赚钱的项目。如今在城市,最时髦的娱乐活动当数“Party”(派对),形形色色的“Party”正成为现代都市人的又一交流沟通方式。

旖旎的灯光、撩拨的音乐、醉人的香樟,当一切物质用狂欢的形式呈现在人们面前时,派对成了“致命诱惑”。但要策划一次成功的派对并非易事,这里面充满着智慧。

苏珊有一家个人经营的小公关公司。一年半前,她看到“小资情调”日益升温,便认定“派对”将会越来越走进人们的生活。于是,她利用公关公司的优势,主攻起派对策划。现在,平均每个月都要接下一两个“派对”委托。她说,这样的业绩对个体“搞手”算是不错的,虽然酬劳并不是很多,但足够维持个人生活和公司运转。

对话店主:靠人脉,办公方式简单

相对于其他项目,派对策划公司的投资不大,苏珊说:“一个写字间,一部电话,一台电脑,这就是我的公司。派对策划靠的是人脉,不是奢华的办公室。”

苏珊说:“派对是一种西化的社交方式,名称源自英文 PARTY 的译音,其中文意思是团体聚会。派对名目繁多,如唯美派对、肚兜派对、钻石派对、足球派对等等。随着人们生活水平的提高、社交活动的增加,各类派对开始风靡在各个城市。虽然沈阳是一个二线城市,但是派对文化也开始流行,这里面的市场很大,我的公司目前还没真正产生巨额利润,可我非常好看这个项目。”

对于策划,最耗时费力的工作是找到出钱组织派对的主人,请到可以代表派对水准的嘉宾。苏珊说:“后一项工作是衡量‘搞手’业绩的最重要指标,只要你给派对请来了大人物,即使没有安排助兴节目也没人计较。嘉宾受欢迎程度从低到高依次是:美女、名人、美女名人、外国名美女。这些人只要能到场,不用讲一句话就足以抬高派对的身价,让主人、客人皆大欢喜,我们这样的派对策划公司身价也会随之抬高。冲着免费酒水、小食而来的普通客人好请,如何请来嘉宾,这是最大的学问,我的招数是:给他们出场费并告

重嘉宾,美女绝不能少

圣诞节是一个黄金日

其实,派对策划公司还有一个“秘密”。苏珊说:“其实只要经营得好,圣诞节一天就可以赚出来几个月的钱,派对策划公司跟庆典公司不一样,我们主要出的是创意和人脉,庆典公司出的是设备,我经营的可以说是无形资产。随着圣诞节的临近,形形色色的‘Party’即将粉墨登场,大企业的庆典、小部门的聚会,甚至私交朋友的聚会……都可以让派对策划公司大展拳脚,我们的任务就是生产快乐!目前企业策划派对是 1 万元起,随着需求的不断提高,价格上涨,私人聚会也已是 3000 元起。”

风险提示:没有人脉,切勿进入

对于这样又好玩又赚钱的行业,相信很多投资人看了之后会动心准备进入,但是苏珊却提醒投资者:“千万不要冲动投资,这个行业虽然投资不多,但是全靠经营者的人脉和创意,没有从业经验,没有人脉做基础,光凭热情是不行的。更不可一时冲动进入,放弃自己原有的事业。”

(摘自《时代商报》杨博/文)