

编者按: 当今社会,是信息和知识爆炸式增长的社会。有好的项目需要寻找“婆家”,有好的创意需要完善、实践,但是因为缺少“平台”,变成了“养在深闺人未识”的“死项目”。为了帮助好的项目和创意变成社会的财富,本报特提供此平台,甘做嫁衣,为好的项目和创意寻找“婆家”。也为需要帮助的项目和创意提供帮助。请将您的项目、创意和需要的帮助发到我们的邮箱:lywbcfzk@sina.cn

保健枕:谁来为我做“嫁衣”

□见习记者 宋锋辉

本报“创富前沿”近日刊登的《贷来5万元,能借“鸡”生出什么“蛋”》引起了许多怀揣创业梦想的关注,这其中就有王跃武。作为推拿理疗的从业者,王跃武并没有接受过系统的学院学习,但是凭着自己对中医药的兴趣,自己刻苦学习,掌握了牢固的中医药知识。

经过多年的临床实践,王跃武发现在许多人士久坐于办公室,生活压力大,颈椎病发病率很高,而且有年轻化趋势,失眠的人群也是不断增长。他结合自己的工作经验和中医“芳香疗法”,内病外治的原理,开发了两种缓解颈椎病,治疗失眠、鼻炎等病症的保健枕、保健套。

王跃武说,“芳香疗法”属于中医外治法。它通过皮肤透入、黏膜吸收、经络传导等途径,对患病部位进行治疗,其特点是直达病所,定位给药,价格便宜使用方便,适用性强,禁忌症少,使用安全,效果迅速,普通老百姓容易接受。

他构思并研制了“洛阳牡丹系列保健枕、保健套、保健帽”一系列产品,有明目枕(帽)、送子天使枕(帽)、香发防白帽、预防感冒枕(帽)、防治头痛帽、失眠枕(帽)(套)等。但是,长期以来,由于自身资金和技术问题,他都是自己动手做一些简单的产品来给前来看诊的病人试用。

如今,他想通过本报需求企业或者个人与之合作,共同开发这些产品,尤其

想找能够进行设计和生产的单位。同时,他希望读者或者患者能够提出自己的需求和建议,以便对产品的功能和设计进行改善。

创富帮办



▶▶ 邮箱:
▶▶ 联系电话:
▶▶ 15603998055

创富前沿 童装店: 找个“芳邻”好赚钱

□记者 李永高

▶▶ 资金:开一般店投入3万元

“一个小孩,六个钱袋,童装的目标对象主要有爷爷奶奶、外公外婆和爸爸妈妈。”小玉正在着手开一家开童装店,谈起前期的市场调查,她说,童装是重复性消费较强的必需品,一是宝宝长得快;二按洛阳风俗,亲友送礼品时多会选择衣服;三是逢年过节、换季时衣服更是不可或缺;四是款式多,容易激起年轻妈妈的购物欲望。

童装店分一般店与专卖店两种。一般

店,店面大小要求不高,通常情况下,房租和装修除外,10平方米小店进货7000元左右。小玉准备的店面:预付三个月租金和装修需要1.2万元,雇1名营业员首月工资及首批进货流动资金等,总共算下来,不到3万元。

何敏女士经营某品牌童装已有5年。她说:“如果春夏冬各两套、春节一套,一年下来一个儿童至少要7套衣服,以一套衣服零

售价格平均150元计算,人平均消费1000元以上,随着对质量和品牌的要求越来越高,这个数字也一定会越来越高。”

她补充说,童装以款式和价格取胜,童装品种多,一般不好进行价格对比,店主容易掌握主动权;通常都会有积压,因此同一批货,利润前期高一点,后期薄一些,开支除外,平均纯利润率要控制在30%到40%。

▶▶ 选址:选好“邻居”等于成功一半

童装店的选址很重要,重要到可以决定店的生存。

记者走访发现,我市的童装店多分布在三种地段:

一是规模较大的小学、社区附近。这些地段的多是一般童装店,面积在15平方米左右,商品均价在100元以下。小玉心仪的童装店是在一所实验小学旁边,她说,那里童装的款式或类型搭配相对容易,每天上下学时,很多母亲路过时,都可能进店看看。虽然是随机的,但成交的可能性很大。不过,这些地段只适合一两家童装店生存。

二是较成熟的“童装街区”,在中央百货南边的小街上,100米内,有10多家童装

店。据了解,这个“童装街”已存在了一二十年了,在市民中有一定知名度,经常有涧西区、老城区甚至郊县群众专门到这里购买。曾在这儿做过营业员的段薇说,对于服饰这类选购性商品,同业“扎堆”的地段,顾客会因有较多的选择而被吸引过来,借助彼此的品牌效应,店主更利于经营,容易做成生意。

不过,投资者要考虑自己与其他的店因商品内容相同而产生的负面影响,错位经营的效果也许更好。

三是专卖店“傍大款”。记者在王府井百货4楼看到,这里集中着国内外各大品牌的童装。据一位何姓店主讲,加盟品牌童装,装修、配货这些都由厂家专人统一安

排,款式、花色、质量有保证,就是价格较高。因此,专卖店要开在知名度高的大商场,购物环境上档次,避免了与其他档次商品的价格竞争,而且商业气氛浓厚、客流量大,算下来,有时一周的销售额比其他地段一个月的还高。

有过三四年童装销售经验的段薇说,在选择地段同时,也要考虑成本问题,如果实在暂时找不到合适的店面,可以试着与别人合租一个店面。这样不但可以节省租金,而且同一屋檐下的两种行业可以互补,还能共赢。那些饰品、箱包、内衣、女士用品等,都是童装的“绝配”经营项目,让妈妈们在同一个地方买到两样心仪的商品。

▶▶ 经营:劳心甚于劳力

记者走访发现,好的童装店招牌都很“孩子气”,顺口,易读易认,如贝贝、阿囉哦、小精灵、好孩子、水孩儿等。

“起个好名字很有必要,因为童装的购买者和使用者是分开的。”何敏说,消费者常常是在大大小小、各式各样的招牌中,寻找实现自己购买目标或值得逛的场所。

童装以“童”为先。中国家庭中很大一部分消费支出都在孩子身上。总体来说,由于文化程度、社会经验等因素,儿童对服装选择的差异性较小,最能影响他们购买倾向的是同学或伙伴的选择。童装及店内颜色、

款式、货品搭配、陈列要符合儿童的心理特点,如活泼的形象、鲜艳的色彩、悦耳的声音、诱人的画面,都会使儿童感受到无穷的乐趣和兴奋。

另外,她提醒小玉,开童装店“不仅劳力更要劳心”,它牵涉选址、融资、进货、销售、财务管理等诸多环节,任何一个环节考虑不周都可能导致投资失败。

假如当地消费能力强、人们对品牌认同度高,而店主对服饰又不精通,那就考虑做单一品牌,走加盟路线,开专卖店,借助厂家力量开拓市场;假如当地消费能力普通,无

所谓品牌,就更适合做一般销售,经营多种中低档产品。

对店主来说,销售经验可以慢慢积累,但对流行趋势要始终有一个准确的把握,要了解产品材料、熟悉当地消费结构,童装款式更新换代快,产品积压是童装店最要小心心的问题,需要对童装批发市场的商品特点和价格做到了心中有数,拿货时多和批发商沟通。

经营童装店的关键在于经营回头客,所以更要以诚信为先,有时宁可先吃点亏,也要维护好客户的利益。

声音·声音

叶檀:中产收入阶层在隐性通胀压力下走向贫困

在物价高涨的时代,如果你不是投资家,很有可能从中产收入阶层滑向贫困阶层。如果你是个勤劳的工薪阶层,没有从事投资,那么你的生活水准必然出现大幅下降;如果你是个善于观察风向的投资者,那么你可能成为先富一族。

曹中铭:警惕隐性超募

来自深交所披露的信息显示,2010年有18家上市公司在IPO后未达一年的情况下,宣布更改募集资金投向,或更改项目,或更改实施地点。

当前市场对于上市公司的超募主要关注于非常明显的募资额与融资需求之间的差额,其实其中的隐性超募现象更应该引起关注。这类超募由于隐蔽性强,不易发觉,并且普遍存在,因此更值得监管层的警惕。

李迅雷:中国的城市化率被低估

目前城市人口存在被低估倾向,一是城市常住人口中不少未被统计,二是城市有关人口管理部门都是把人口控制作为政绩,存在少报动机。其实应该多看看农村人口,更清楚城市化率,我预测中国城市人口低估10%,实际城市化率已经达到50%,而非46%。

杨乐渝:三大因素促使房价继续上涨

在通胀加速的背景下,房地产的资产保值能力继续加强;在保障房加速的背景下,商品房土地供给不足将长期存在;相对于一线城市,二三线城市将继续提速,在这些背景下,未来商品房将更加稀缺,商品房的价格将继续上涨。不改变中国经济的运行与发展模式,任何“决心”都扭转不了这样的趋势。

巴曙松:2011年类似2004年

在复杂的内外部经济环境下,中国的经济周期波动呈现出典型的“经济周期短期化、高频化”特征。

2011年中国经济的波动,依然可能延续这种波动短期化的特征。分季度来看,一季度乃至二季度的部分阶段在基数效应和政策调控下会呈现回落触底态势,随后在总体上升周期推动下,进入温和上升阶段。

在经济形势判断上,2011年的宏观经济基本面与2008年有明显不同,却与2004年相似。

刘纪鹏:4000点是中国股市基本点

沪指4000点是中国股市的基本点,经济的基本面支持这个点位。我们有巨大的流动性,但是缺乏直接融资,我认为股市就是最好的“池子”。股市如何发展,政策是关键,政策应将货币引入资本市场,为实体经济服务。明年在推进稳健货币政策的时,还应推出积极的股市政策。

郎咸平:中国经济形势不容乐观 A股仅有短期机会

中国的土地是公有化,目前各地房价中大约有60%的成本是用于交土地出让金等相关税费的,因此再在房屋持有环节征收房产税就不太合理。但他也谈到,如果要想使房价下降,房产税或许是唯一手段。在其他投资领域,郎咸平认为,买黄金并不能对抗通胀,而股市仅存在短期机会。(万虹整理)