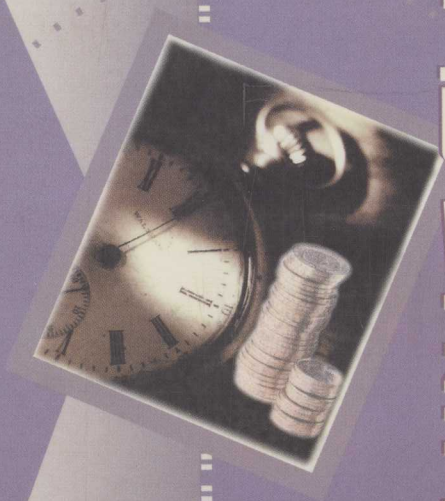


2000

年创业致富术

廖兆阳 / 译



日本协和中小企业经营研究所 / 编

外文出版社

日本协和中小企业经营研究所 编

廖兆阳 译

2000年 创业致富术

新服务业发展趋势·创业指南

外文出版社

图书在版编目(CIP)数据

2000 年创业致富术/日本协和中小企业经营研究所编;
廖兆阳译. — 北京:外文出版社,1998.2
ISBN 7-119-02139-7

I . 20… II . ①日…②廖… III . 服务业-商业经营-方
法 IV . F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 26116 号

日本经济新闻社出版 台湾英文杂志社有限公司
授权外文出版社在中国独家出版发行中文简体字版
版权所有 翻印必究

2000 年创业致富术

日本协和中小企业经营研究所 编

廖兆阳 译

责任编辑 孙海玉

封面设计 朱振安

责任校对 李敬星

*

外文出版社出版

(中国北京百万庄大街 24 号)

邮政编码 100037

煤炭工业出版社印刷厂印刷

1998 年(32 开)第 1 版

1998 年第 1 版第 1 次印刷

(汉)

ISBN 7-119-02139-7/F·50(外)

著作权合同登记图字 01-97-0963

定价:12.80 元

出版说明

信息技术的高度发展和物质产品的极大丰富,使今天的社会结构正发生深刻变革。人们对高品质生活的追求,使作为第三产业的服务业迅速跻身于全球主流产业。

《2000年创业致富术》以2000年社会需求趋势为出发点,主要讲述新式服务业的发展趋势及创业要点。书中介绍了近四十种服务业正是在此潮流中发展起来的,可分为五大类:(1)经济型行业;(2)提供便捷的行业;(3)创造舒适休闲的行业;(4)关怀型行业;(5)提供信息交流的行业。全书从各个方面分析新型服务业,包括:(1)创业背景,市场状况;(2)策划、服务重点及资金安排;(3)顾客层分析;(4)注意事项。编者对读者设计了未来创业指南书。文中附有大量图表和数据,便于读者对比参考。

本书由日本协和中小企业经营研究所撰写,,书中介绍的新服务业基本上以日本为重心,内容基本能够反映行业发展状况。尽管各国国情不同,经济发展水平也相差较大,但考虑到我国新型服务业尚处在发展初期,需要大量借鉴国外服务业发展经验。出版此书,相信对我国读者有一定参考价值。书中新颖的观点和独特的创意,对有志于投身此行业的读者更是蕴含启迪思路、开阔眼界的作用。

前 言

社会经济成熟化以后,人民的生活、时间以及精神生活愈来愈宽裕,社会也愈来愈富足。随着人口、家庭结构的变化,女性就业和高学历化的趋势,消费者的价值观、意识和生活形态都产生了变化。以往重视“商品”品质的倾向,也转向对高品质“服务”的追求。此外,以电子学为中心的技术革新,以及电脑和通信网结合下,所发展出来的高度信息业社会,也使得产业结构发生了变化,服务业及信息业的比重随之提高。尤其是在国际化浪潮的冲击下,任何一种产业都不得不以国际性的视野来推展。

因此,在社会经济结构大幅变化下,就衍生出各种新的需要,在既有的产业缝隙中,出现了新兴产业群(New Business)。这种新产业抓住时代的潮流,充满了创业家的精神,在近几年内广受人们的关注。这其中,当然有高收益、高成长者,不过也不乏陷于苦战,甚至失败结束者。总之,这种产业的型态迄今尚未完全明朗化。

在产业结构日趋转向主导型的今天,这种具有高成长性,雇用吸收力又强的新产业,更深受政府的重视。此外,在贸易摩擦激烈化、亚洲新兴工业国家诸国的追赶,以及日本企业相互间的强烈竞争下,许多企业基于策略上的考虑,也意识到新兴产业实在是多元化经营及事业转换上的

一大方向。

本书就是基于这种观点,以新兴产业中成长特别迅速的新服务业(New Service Business)为中心,从创业者的立场,做出的一份实地调查报告。

书中收录新服务业近四十种,其形态虽各有不同,但大致可分为五大类:(1)经济性时代的新行业;(2)提供时间与便利;(3)创造舒适休闲;(4)关怀您的生活;(5)信息的交流。

针对这些行业,整理出来:(1)特色、背景、市场状况;(2)策划、服务、创业资金;(3)顾客层、经营状况;(4)着眼点、应注意事项,并进行评估(分成长性、合算性、新加入的难易度)。希望能对今后有意进入新服务业的经营者或工作人员提供有益的指南和帮助。

目 录

出版说明

前言

第一章	经济性的时代	1
1.	二手高级时装专卖店——廉价的二手名牌服饰	3
2.	交换商店——以物易物的廉价商店	10
3.	票券商店——商业社会中的兑换商	15
4.	共用办公室——提供办公空间,代行接洽事务	20
5.	星期租屋——新式短期租赁系统	25
6.	代办个人进口——日币升值下的新流通渠道	30
7.	服饰出租店——深受时髦女性欢迎	37
8.	录像带出租店——家庭电影院化	44
9.	电子仪器出租——日新月异的电子技术,从拥有 走向租用	51
10.	别墅中介租赁——提高屋主收益,降低房客开销	56
第二章	提供时间与便利	63
1.	个人信箱——私人的“租赁地址”	65
2.	郊外型书店——文化、信息的便利商店	71
3.	美食店——轻松地品尝美食	78
4.	街头洗衣店——二十四小时服务,全年无休	85
5.	投币式淋浴——无人控制,二十四小时营业	90

6. 摩托车快递业——以“时间”为武器的商业快递	95
7. 快递服务——商业文书的国际快递	102
8. 活动室出租——低廉的创作空间	109
9. 投币式自助洗车场——以电脑洗车机来经营的 便利行业	116
10. 立体停车场——空闲地的活用	123

第三章 创造舒适休闲

1. 美容沙龙——全身美容企业化	131
2. 台球酒吧——夜猫子的时髦约会场所	138
3. 大迷宫——六十分钟的户外头脑体操	145
4. 西餐服务——依气氛来办宴会	151
5. 绘画租赁——出租营造气氛的小道具	156

第四章 关怀您的生活

1. 银发公寓——为老年人提供安稳、舒适的环境	163
2. 家庭护理——深富社会意义的老人事业	170
3. 健康饮食配送——将核算过卡路里含量的食品 送到家	175
4. 房屋清洁业——将家庭的清洁工作交给专业人员	180
5. 调职者房屋服务——为职务调动者管理住宅	185

第五章 信息的交流

1. 名单租借——提供直接行销的顾客资料	193
2. 婚姻信息服务——新时代的电脑红娘	199
3. 电脑人才系统——用电脑找寻打工人才	206
4. 电脑教学补习班——利用电脑做个别指导	211

5. 办公设备咖啡店——提供传真服务的特色咖啡店	217
6. 购物连线——通过个人电脑联网进行购物	224
7. 电视宣传车——利用大型电视做街头活动广告	229
结 论 展望新时代的服务业	235
1. 抓住新时代潮流的新型混合事业	237
2. 五种类型和成效	237
3. 新加入的条件	240
4. 成功的要点	241

第一章

经济性的时代

1. 二手高级专卖店
2. 交换商店
3. 票券商店
4. 共用办公室
5. 星期租屋
6. 代办个人进口
7. 服饰出租店
8. 录像带出租店
9. 电子仪器出租
10. 别墅中介租赁

二手高级时装专卖店

——廉价的二手名牌服饰——

类似新品价低廉,购买意愿强

在日本东京南青山的一隅,一幢红砖建筑的二楼有家妇女时装店。在那狭窄的店内,挂满了圣罗兰等名牌服装,乍看之下,让人以为是家高级的服装店,根本不会猜到这儿销售的都是二手服装。这儿的顾客与高级时装店略有不同,其中虽也有装扮入时的女性顾客,但大多数还是以一般家庭主妇为主,她们在里面忙着一件件地试穿,以找寻适合自己的服装。

专门销售二手名牌衣物的二手高级时装专卖店,近五、六年来,不仅在青山、原宿等流行发源地看得到,就连

惠比寿、高圆寺、小岩等离市中心有段距离的地方也都出现了。

目前可说是物资过剩的时代,最典型的代表就是衣服。根据调查,平均每一个家庭的纤维制品保存量为 294 公斤,而其中不穿的部分占 31 公斤,约为全部的 10% 强,与每年的家庭购入量 32 公斤相近。由此可见,除了一般家庭的衣橱中摆满了衣物之外,那些因工作需要,不得不增购衣服的模特儿,以及喜欢衣服而经常买衣服的高收入者,在整理衣物上必得大费一番手脚。由于收拾和保管既费时又费钱,使得这些人如果不处理掉这些旧衣服,就无法再添购新衣服。但是基于对这些衣服有特别喜爱的感情,如果要把它视同垃圾或旧衣服来处理,又非其所愿。从前处理这类衣物只有一个方法,就是把它转送给朋友;但是目前大家购买衣物的频率很高,这种方法已经过时,所以只得另寻更有效的处理方法。

另一方面,消费者已趋向希望穿着好的服装,再加上“活用二手货=精明的消费者”这种热潮的推波助澜,使得人们对于二手货的排斥感愈来愈淡薄,消费者只要商品合意,价格合理就可以了,大家都希望买到近似新品的货品。就在这两种需求的推动下,衍生出了这种新的服务业。

这种服装店与以往的旧衣铺最大的不同,是在于①服装还很新,一点旧意都没有;②所有商品都是名牌,颇具高级感;③店主都是受二手货再利用运动,以及美国车库拍卖影响等而且喜欢服装的人。

目前,这种二手高级时装专卖店在东京有几百家左

右。

商品限定为高级名牌

这种行业的结构,简而言之就是买卖二手服饰,其内容大致如下:

(1)委托代卖或买断 在商品的处理上,大多是采用买断的方式。但有些商店为了避免库存太多,以及交涉价格上的麻烦也有采用委托代卖的方式,委托期限通常是3~6个月。

(2)商品 以外套、西装、洋装为主;此外,毛衣、裙子、饰品、鞋子等也都有售,不过这些东西也都必须是名牌的高级品。

每月收支表(委托代售)

(收入)	顾客数(每日)	50人
	购买率	50%
	平均每位	
	顾客消费	6,000日元
	委托代售手续费	30%
	营业日数	25日
	合计	1,125,000日元
(支出)	人工费(2人)	500,000日元
	房租(30平方米)	200,000日元
	其他费用	150,000日元
	合计	850,000日元
(收益)		275,000日元

(3)价格 销售价格通常是原价的20~40%。进货如果属于买断,则以原价的10%买进。如果是委托代卖,手续费是售价的30%左右,当然也有再酌收委托费用者。货品的售价从两千~两万日元不等,平均价格约在五千~七千

日元之间。

(4)库存 一般商店的库存量大约是在二百~五百件之间,每当一季终了,大多数的商店都会利用拍卖来处理这些存货。如果是委托代卖,有些商店会直接退货给物主。

以下,再来谈一谈新开业时应注意的事项:

(1)地点 二手服装的买卖,有时会受到排斥,因此不宜设在繁华路段或人潮来往的大马路旁,稍离人群的小巷中是比较好的考虑地点。此外,因为顾客多半很固定,所以并不一定非设置于一楼不可,二楼或地下室也一样可以营业。

(2)店铺 30 多平方米左右就足够了。不需仓库,也不用留服装加工的空间。内部装潢不必太豪华,过于豪华反而与商品的格调不合。

(3)库存 最初要准备 1 个月的存货,此后,还要保持 6 个月不进货也不会缺货的程度;另外,还必须确保即使不采购时,从自己手边或朋友处随时都可以补充货源。

(4)资本 店面押金一~两百万日元、内部装潢费一百万日元、一个月的库存费用最少一百万日元,合计只要四百萬日元以内的小资本,就可以开设这么一家小商店。

(5)预算 如上表,这种行业的投资少,所需经费又不多,从获利率来看相当划算。

买、卖双方都是顾客

这种生意的买卖双方都是顾客,顾客大致可分为三类:①只卖不买——这类喜欢买衣服的高所得者,从事的职业以必须拥有很多衣服的模特儿和特种行业者居多。②只买不卖——想买高级服饰店的衣服,却又慑于高价的主妇或女学生,年龄大都在四十岁以下。③买卖都有——包括一部分的模特儿、造型设计师、特种行业者,以及因一时冲动而购买名牌的主妇或女学生。

这个行业的营业层面很广,有人肯花两小时以上的车程而来,而且大半都是固定客户,生客很少。

创造进货网络

这个行业最大的特色,就是它虽然贩卖二手衣物,但所卖的不只是旧衣服,而是有“价值”的服饰。以下,就从这个角度来探讨一下二手高级服装店成功的要点:

第一 不可失去高级感。因为一旦失去高级感,就和一般的旧衣铺没什么不同。为了不失去高级感,就必须①商品均限于名牌;②不卖有瑕疵或太古老的商品。只要透过适当的选择,就可以提供客人有价值的服饰;以低价位的高级服装,带给顾客另一种满足感。

第二 收购良好的商品。与新衣服相差无几的二手高级名牌服饰的潜在购买需求十分强烈。但是,为了买进这些

与新品无异的高级名牌服饰或广受欢迎的品牌,往往就必须与高收入者、模特儿、服饰搭配员、造型设计师等建立良好的关系。总之,进货网络的建立,是这个行业的成功要点。

第三 要提供“寻宝”似的乐趣。二手服饰的销售,也要像百货公司在拍卖时一样,给人一种发掘的乐趣,如此才能刺激顾客的购买心理。因此,商品在陈列上必须不时地更换,最好能一、两周就更换一次。

二手高级时装专卖店

成长性 (○)	处理或购买二手高级时装的潜在需要量很大。 尽管人们对于二手货的排斥感逐渐淡薄,但是高收入者仍然排斥买卖二手衣物。所以市场不可能短期内急速成长,只会渐次地前进。
合算性 (○)	所需资本至少要四百万日元,房租、人工、水电的花费不到毛利的 75%,获利十分良好。 但是它是以固定客户为中心,对新客人不可有太大的期望。而且店面过大,客人一多,相互间的沟通就会减少。所以,店面的规模不要太大。如要扩大规模,一定要采行连锁店制。
新加入 (○)	加入这行的经营者,必须具备高级商品的流通渠道(如通过朋友等)。 只要有商品来源,创业资金就不必太多。因为不需要特别的经营手法,所以拥有基本企管知识或对流行敏感的人,都很容易投入。经营者之中,有不少是毫无经验的中小企业的总经理夫人。

图例 ○较容易