

现代经商与理财系列

开店的点子



广东人民出版社

开店的点子

邱绍雄 编著

广东人民出版社

迎接理财新时代

——《现代经商与理财系列》卷首语

这是个人人都需要理财的时代。无论是经商还是从事任何事业，投资与理财是我们必备的知识和技能。经济资讯快速而大量的传播，使我们无暇应接，工商金融业的发达，深深地影响着我们的日常生活。在这股不可阻挡的市场经济大潮中，每个人都需要作出经济上的决策，企业主管及经济业务人员须如此，普通老百姓也要为个人投资，日常理财和消费生活费周章。因此，具体又迅速地掌握现代经商与理财的知识和资讯，了解他人经商与理财的经验及教训，才能孕育出明智的决策，真正赶上时代的步伐。

现代经商与理财系列，针对读者的需求，聘请专业人士编撰富有时代特色的现代经济的实用资料，满足读者不同的需要。

现代经商与理财的基本知识和经验，是这套系列丛书的主题，围绕这一主题，每本书的内容各有侧重，但都把握实用性和趣味性这两大特色。我们策划组织这套系列图书，旨在通过一批具有阅读趣味的著作，使读者能有选择地掌握现代经济的基本知识和经商理财的成功经验，加深对当今社会经济的认识，提高实际经商与理财技能。

市场经济大潮滚滚向前，任何人都不可能阻挡这一历史潮流，让我们携手前进，共创未来。

编者

序 言

“开店的点子”收集的是古今中外商界精英在开设商店方面的“奇思妙想”。俗话说“商店人人开，巧妙各不同”。不管你的店是大还是小，是老还是新，也不管你的店是卖东还是卖西，都少不得一点“巧妙”。要把商店开好，开得胜人一筹，不仅仅需要吃苦耐劳的美德和勇往直前的精神，更需要不同凡响的智慧。本书的主旨就是突出智慧在开店中的神奇作用，它通过一个个具体的实例告诉你：智慧如何给了开店人一双发现新的生意的眼睛；智慧如何给开店人的吆喝带来了无穷魅力；智慧如何使一家家传统的商店变出了新的花样；智慧又如何使开店人使出的一招一式有板有眼……

的确，开设商店是人类一个古老的话题。自从盘古开天地，哪一朝哪一代闻不到“风吹柳花满店香”？哪一地哪一方听不到“吴姬压酒唤客尝”？商店作为人类亲密的朋友，它伴随着人类从远古走来，向未来奔去，因而也是人类一个永远年轻的话题。但愿本书是在这个古老而又时新的话题中虽不宏亮却和谐而积极的声音。

目 录

序 言

一、新的机会、新的生意

“初恋公司”	(2)
没有柜台的科学咨询商店	(4)
发明商品店	(6)
新兴的“金券屋”	(8)
出租科学家的公司	(10)
“稀奇古怪”的邮递业务	(12)
女电话接线员创办的公司	(14)
“死玫瑰商店”	(15)
莫尔顿的鸡肋店	(17)
矿业公司开办的游乐园	(18)
“被遗忘的女人”时装店	(20)
命名公司	(21)
承揽新产品设计的“鬼才公司”	(23)
代客购物公司	(26)
玩具修理店	(27)
闻所未闻的花鸟旅馆	(29)
“天边的星星”	(31)

“成功”真的能出售吗？	(33)
热门生意中的空档	(34)
一举两得的生意	(35)
婴儿纪念品商店	(36)
瞄准空档的留守服务	(37)
租借亲人的新生意	(38)
锦上添花的“服装再生屋”	(40)
出租媒人的新生意	(42)

二、魅力无穷的店规

不怕吃亏的书店	(45)
设立“怠慢顾客奖”的商店	(46)
免费的诱惑	(47)
和你打赌的大饭店	(49)
一家牛扒馆的“保留节目”	(51)
为顾客排忧解难的“代销店”	(52)
妙丽集团的“唔平赔5倍”	(54)
“阳光”普照的旅馆	(57)
“三心”餐厅	(58)
禁烟旅馆	(60)
人满为患的餐厅	(62)
“张榜悬奖捉劣”的效应	(63)
杭州的“君子饭店”	(65)

三、传统商店的“新花样”

食品店里的游乐场	(69)
百货店内有一家咖喱饭店	(70)
日本银行的奇谋	(72)
开在断崖绝壁下的登山用品店	(75)
浴室的新魅力	(77)
魅力无穷的“东方咖啡”	(78)
“开车通过”的快餐店	(81)
请你参与创造的服装店	(83)
开在大自然怀抱里的“水果店”	(85)
“别具一格”的鞋店	(87)
“涂画”餐厅	(89)
自助书店	(91)
穿旱溜冰鞋送菜的餐厅	(92)
玩具店的魅力	(93)
花木店的“新花样”	(95)
餐厅里的棋阵	(97)
商店的魅力从何而来?	(98)
童装店里的冰淇淋专柜	(100)
纸制围裙的魅力	(102)
奇特的生日礼物	(104)
小米店的魅力	(105)
赠书的餐厅	(107)

为顾客免费裁剪的布料店·····	(108)
世界十大名酒店的“一招鲜”·····	(110)
理发店里的歌声·····	(112)
熨衣店的体贴入微·····	(114)

四、商店的“吆喝”

不怕“抢”的牛仔褲店·····	(117)
“越后屋”的深情厚意·····	(118)
“临时商店”的引客奇招·····	(119)
衣服上印“菜单”的酒家·····	(121)
“不准偷看”的酒吧·····	(122)
佐治的心计·····	(123)
滴水的渔网·····	(124)
半联酒店·····	(125)
“无利”零售店·····	(126)
自扬家丑的手表店·····	(127)
山田肉店的高招·····	(129)
美女的花招·····	(131)
“盼归园”悬赏征联·····	(132)
“免费大请客”的试吃餐厅·····	(134)
不怕人议论的大酒店·····	(136)
漂亮的小灰伞·····	(138)

五、别出心裁的经营高招

“没有醉鬼的酒店”	(140)
一次只接待一位顾客的毕坚商店	(142)
“主题”商店	(144)
股市崩溃后的当铺	(146)
重视“外带”生意的餐厅	(148)
注意了解顾客需要的商店	(150)
设有“主意俱乐部”的商店	(152)
“一小时到货”的供应商	(154)
“一口价”服装店	(156)
花卉拍卖市场的倒计时	(158)
“导购大姐”的魅力	(160)
小书店里的“教授店员”	(162)
独次销售的莱尔市场	(164)
配套销售的商店	(165)
皮鞋店请你参与	(167)
“回扣”餐馆	(168)
维也登的稀缺经营战略	(169)
在变化中求发展的梅西百货公司	(172)
保密销售	(175)
小酒店的经营高招	(177)
“自我服务”的家具零售公司	(179)
“小小世界”的生财之道	(180)

家具店的新招·····	(182)
服装店的“高招”·····	(183)
洗衣公司的魅力·····	(185)
银座分店的大方·····	(186)
王四酒家的真诚·····	(187)
服装店的新花样·····	(189)
咸享酒店的魅力·····	(190)
医院的外卖有什么特色? ·····	(192)
别具一格的汉堡包馆·····	(193)
巴黎和洛杉矶同步的秘密·····	(194)
让顾客买得放心的商店·····	(195)
快餐店以“快”为本·····	(197)
爱玛时装公司的绝招·····	(198)
让你过一过老板瘾·····	(199)
细心的宾馆·····	(202)
设招待餐听取意见的餐厅·····	(204)
“万店之王”的成功秘诀 ·····	(206)
会送礼的商店·····	(209)
“书籍之家”的高招 ·····	(211)
可以先试吃试用的商店·····	(213)
美容院的礼物·····	(214)
“不卖包装”的化妆品店 ·····	(215)
西门超级市场的“廉价销售活动” ·····	(217)
“顾客免费电话”带来的效益 ·····	(220)

给商品办“特殊护照”的艺珍阁·····	(221)
胡乱商店·····	(222)
巧妙促销的考尔斯超级市场·····	(223)
聘丑女作模特的时装店·····	(226)
超值换购的超级市场·····	(228)
以“静”引“动”的餐馆·····	(230)
报贩的“以旧换新”·····	(231)
为顾客遮丑的小店·····	(233)
以变应变的百货店·····	(235)
餐厅里的小龙舟·····	(236)
别出心裁的早点月票·····	(238)
满汉华筵的红火·····	(240)
莱兹商店的购物卡·····	(242)
代客保管剩酒的餐厅·····	(245)

六、千姿百态的特色店

独一无二的酒店·····	(248)
动物餐厅·····	(250)
怪味餐厅·····	(251)
倒立餐厅·····	(252)
画廊餐馆·····	(253)
出奇制胜的飞机餐厅·····	(254)
退伍老兵的奇思妙想·····	(255)
稀奇古怪的客房·····	(257)

催眠旅馆·····	(258)
“时钟倒挂”的小饭店·····	(259)
光头餐厅·····	(260)
“反潮流”的理发店·····	(261)
同价商店·····	(263)
7岁儿童商店·····	(264)
深夜商店·····	(266)
“九九仙”·····	(267)
2亿美元的营业额从哪里来?·····	(269)
音乐酒吧·····	(270)
宠物的魅力·····	(271)
“古味”的格兰酒店·····	(272)
仙境般的旅馆·····	(274)
放长线钓大鱼的“跳蚤市场”·····	(276)
“侦察之旅”·····	(279)
“梦幻酒店”·····	(280)
“健康自然美食厅”·····	(281)
山顶旅馆·····	(283)
“矮人餐厅”·····	(284)
艺术家们办的餐馆·····	(286)
结婚旅馆·····	(289)
情深意长的“蜜月钥匙”·····	(291)
英国的“便士”商店·····	(293)
豪华书店·····	(295)

野菜餐厅·····	(297)
越来越快的快餐店·····	(298)
“球迷之家”·····	(300)
垂钓餐厅·····	(302)
充满爱心的旅馆·····	(303)
借小说生财的旅馆·····	(305)
稀奇古怪的商店·····	(307)
酒桶饭店·····	(308)
“绿林好汉”餐厅·····	(309)
“水下旅馆”·····	(311)
“树上旅馆”·····	(313)
流动商店·····	(315)
粗粮饭店的魅力·····	(317)
“全天候”的快餐店·····	(318)
爆炒“老三界”·····	(320)
别有一番滋味的女人酒店·····	(323)
影院和餐厅的联姻·····	(325)
科幻餐厅的神奇·····	(327)
竹楼宾馆·····	(328)
艺术品旅馆·····	(330)
电脑旅馆的神奇·····	(332)
商店里有一幅大屏幕·····	(334)
没有鞋子的鞋店·····	(335)
理发店的“新武器”·····	(337)

服装店里的新型试衣室·····	(339)
“安心商店” ·····	(341)
补弃商店·····	(342)
补缺商店·····	(343)

一、新的机会、新的生意

太阳每天都是新的，在新的太阳下，每天都会有新的商业机会，因为变化着的生活不断会涌现新的特点和新的需要。正像经营专家哈罗德·孔茨所说的那样：“当人们的期望与态度变化时，他们所需要的各种服务也将会随之而变化。”这种变化和生活本身一样长久，所以开创新的生意具有永久的生命力。

但是新的机会和新的生意是不会从天上掉下来的，它需要我们有一双发现新的需要，新的生意的眼睛。假如你想到了别人未曾想到的，看到了别人容易忽略的，也许你就能获得这种光荣：做前人没有做过的生意，开别人从没开过的商店。

“初恋公司”

日本大阪有一位名叫有本宪二的青年，他在生活中十分注意观察周围人的生活，以求发现商业机会，开创自己的事业。

果真是在有心人的眼里，机会无时不有，无处不在。有一次，有本宪二偶然在电视节目中看到一位名人跟他初恋的情人，生离了 30 多年，如今又在一个偶然的会里重逢，重逢的场面感人肺腑，观者无不动容。恋人的至爱真情，生活的悲欢离合，自然也深深地打动了有本宪二的心。感慨万分之余，他不禁想到：初恋，以及年轻时的恋情是甜蜜的、美好的、难以忘怀的，它是一坛尘封几十年的美酒，就每一个人来说，这一辈子恐怕是难以酿造第二坛了。如果历经了几十年的风风雨雨、坎坎坷坷，你突然和你往昔的恋人——几十年前和你海誓山盟，但由于种种原因不得不两处分飞的恋人，在音讯全无几十年之后，偶然相逢，那份激动，那份美好，就像酿造了几十年的美酒，足以让你回味无穷。有本宪二仔细琢磨人们的生活和心理，觉得它有很大的普遍性，几乎人人都有这样的青春玫瑰梦，珍藏在自己的心底，虽然有一部分人城府很深，秘而不宣，但是岁月匆匆，青春不再，谁不想在短暂的人生中感受一下生活的多色调？谁不想重温往

日的美丽旧梦？与自己年轻时的恋人在历经了几十年人世沧桑之后再会一次面，让青春重新回到自己的身上，相对无言中，也许更能体味到人生的真意。这是人们藏在心底的一个秘密，也是一坛人们渴望品尝的陈年美酒，如果这时有人帮他揭开这坛美酒的盖子，一定会赢得他真诚的感激。

经过这么一番思考之后，有本宪二决定开设一家“初恋公司”，取名为“II 服务公司”，就是用 CIA（美国中央情报局）的 I 和 FBI（美国联邦调查局）的 I，表示“搜查与情报”的意思，专门替人寻找自己初恋的情人，受到历经人世沧桑的中老年人的欢迎。许多中老年人通过这家“初恋公司”，在音讯断绝几十年之后，了解到了自己昔日的恋人今天过着一种什么样的生活，这一切几十年来一直若隐若现地牵动着自己的心，今日相逢，欲说还休，默默无言中送去多少真诚无私的关爱。

“初恋公司”在高节奏、重负荷的现代生活中，给人们带来一份轻松、一份舒心、一份浪漫，它的创建者有本宪二由一个重温初恋情怀的电视新闻画面进而体味到大多数人的心态，发现了人们深藏心底的心理欲求，从而发现了一个极有市场的商业机会，别出心裁地开办起一家特色鲜明的“初恋公司”，创意独特新奇。从有本宪二的成功中，我们不难想到：生意靠人去做，更靠人去创。在人家看不到生意的地方创出你自己的生意来。