

小资本赢大财富

XIAO ZIBEN YING DA CAIFU
Chenggong Chuangye 30 Li

成功创业30例



孟祥林◎著



四川出版集团 四川人民出版社

XIAO ZIBEN YING DA CAIFU
Chenggong Chuangye 30Li

小资本赢大财富

成功创业30例

孟祥林◎著



四川出版集团 四川人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

小资本赢大财富：成功创业 30 例 / 孟祥林著；成都：
四川人民出版社，2012.4

ISBN 978-7-220-08533-8

I. ①小… II. ①孟… III. ①企业管理—案例—中国
②F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 054685 号

XIAOZIBEN YING DACAIFU

小资本赢大财富

——成功创业 30 例

孟祥林 著

责任编辑
装帧设计
责任校对
责任印制

孙 毅
杨 潮
蓝 海
李 剑 孔凌凌

出版发行

四川出版集团 (成都市槐树街 2 号)
四川人民出版社

网 址

<http://www.scpph.com>
<http://www.booksss.com.cn>
E-mail: scrmcbsf @ mail.sc.cninfo.net

发行部业务电话
防盗版举报电话

(028) 86259459 86259455
(028) 86259524

照 排
印 刷

四川胜翔数码印务设计有限公司
四川嘉创印务有限责任公司

成品尺寸

146mm×208mm

印 张

4.75

字 数

93 千

版 次

2012 年 4 月第 1 版

印 次

2012 年 4 月第 1 次印刷

书 号

ISBN 978-7-220-08533-8

定 价

12.00 元

■ 版权所有·侵权必究

本书若出现印装质量问题，请与我社发行部联系调换
电话：(028) 86259624



前

言

小资本赢大财富
成功创业30例

小资本做大买卖并不是非常容易的事情，但只要能够有新点子并且善于捕捉好的机会，小生意就会慢慢做大并且发展为辉煌的事业。小资本需要投资于回收成本快并且能够让百姓容易接受的项目上，让消费者看见你的产品后就有跃跃欲试的购买激情。商家要用真心为消费者奉献自己的劳动成果，要精心雕琢自己的产品并不断有新的突破。商家想将小生意做大，在最开始的时候就不能将眼光仅仅盯在钱上，只要能够为消费者提供满意的产品就不怕消费者不买账。当消费者接受了自己的产品时，这个产品就成功了。如果商家的思考前提是快速赚钱，则商家就会具有蒙骗消费者的投机心理：或者通过偷工减料降低产品的含金量，或者通过替代原材料等方式以次充好。这样做虽然可能在短时间内得到一些收益，但这种做法无异于饮鸩止渴。所以聪明的商家不会采用如上的小聪明做法而图谋一时之利，而是不断分析消费者需求并努力完善产品，让消费者成为自己产品的忠实顾客。不断创新是产品赢得消费者并得以长寿的根本。

前
言

QIAN
YAN

001



本书中提供的所有事例都是经营者从小资本开始逐渐将生意做大，商家依靠自己的聪明才智将小产品做成了大品牌，商家在此间的经营妙招是值得徘徊在创业边缘的广大创业者思考的。

所有这些事例的成功都离不开“创新”二字，创业者很好地将新点子与小资本融合在了一起，其间创业者并没有好高骛远，而是从自己的实际情况开始。这种成功的思路为广大创业者提供了宝贵的借鉴，每个创业者都可以精心观察自己的身边，说不定就有一些可以开发的好项目等着你去做呢！创业者于是会发现，不是没有事做而是有做不完的事。

创新是什么？通俗讲创新就是商家挖空心思牵着消费者的鼻子走，让消费者对其产品欲罢不能。产品为了在市场上产生较强的竞争力，不仅需要在产品本身的含金量上做文章，而且需要进行营销创新，“酒香也怕巷子深”。一般认为创新需要考虑以下几个方面：紧紧围绕产品做文章；看清楚哪些人需要自己的产品；持续不断地做下去；不能盲目效仿别人。

本书中所提及的五趾袜子、掉渣烧饼、草袋饭、棒棒鸡、保健火锅、彩色面条、滋补汤、懒人鞋贴、手绘服饰、爱情密码等诸多精彩事例在创业的征程上都是匠心独运的，不用说别的，单就说这些奇妙的产品名称就足够吸引消费者的。创业者的这些创新点子有的是经过苦思冥想后得到的，有的完全是来自生活中的点滴体会，一个不经意的偶遇往往就会成就一个人的创业梦想。将亲朋好友对自己

的一句赞扬话进行认真对待，并逐渐将其发展为自己的事业，这样的创业精神不是任何一个经营者都具有的。这样的创业就会将兴趣与事业紧密地结合在一起。由此可以想到，创新产品需要产品的经营者更多地去感悟生活，从生活实践中找到创新的灵感。在普通中发现特殊，从偶然中思考必然，从点滴中推及整体，从单一中创造多元。创新就是经营者不断改变自己的过程，需要经营者从商战的“缝隙”中不断发现商机，并且在不断分析消费者的过程中主动创造更多的“缝隙”进而演绎成自己经营的主题。产品为消费者着想，消费者就会对该产品“买账”。产品的创新要能够让消费者体会到商家为消费者奉献上的是一颗“热腾腾的心”。商家赚钱的过程就是用自己的产品与消费者进行心灵沟通的过程。

本书的目的就在于介绍诸多产品在成功路上的灵感，以便能够为即将走上创业道路的读者提供一些发财的思路。本书的着眼点主要放在“吃、喝、玩、穿、用”五个方面。这几个方面的特点在于行业很容易进入，投资基础并不是十分雄厚的创业者应该主要选择这样的投资方向。读者可以透过本书中涉及的任何一个事例体会到经营者的灵动思想，这对于激发创业的灵感是非常有意义的，相信读了本书之后读者会受到很大的启发。创业者不一定需要复制这些已经成功的创业轨迹，只要结合自己身边的具体情况发掘创业思路并且能够将其做大，自己的创业就走出了成功的第一步。为了适合绝大多数读者的口味，本书行文力求通俗。在内容编排上首先是介绍财富案例，然后对案例成



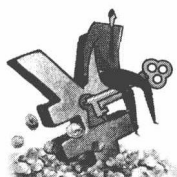
功的经验进行剖析，最后是比较简要地总结案例得以成功的主要窍门。相信读者在读了这些成功事例之后就会感觉到创业原来并不是非常深奥的事情而萌生创业的冲动。成功的创业者原来与自己一样平淡无奇，这些人能够成功自己也一定能够成功，因此该书也是让创业者结合自己的情况快速走向成功的法宝。

本书不仅为创业者提供参考，而且是教师讲授《消费者行为学》以及《市场营销学》等课程的辅导材料。这个专业的学生在走出校园后应该较其他专业的学生具备的创业能力更强。本书在一定程度上可以让教、学、创业融为一体。因此该书也是大学师生枕边案头的必备读物。

创业吧！祝您成功！

孟祥林

2011年9月于华北电力大学



目 录

小资本赢大财富
成功创业30例

前 言 1

第一部分 吃

药膳麻辣香锅 / 002

香辣鸭脖有招 / 008

火锅店的妙计 / 012

小糯粽发家史 / 016

香脆掉渣烧饼 / 021

土豆变成金蛋 / 025

小红枣大买卖 / 030

神奇的“草袋饭” / 033

第二部分 喝

精品五谷豆浆 / 038

特色茶饮风靡 / 043

滋补汤 好营养 / 048

火爆的玉米汁 / 053

特色“炒奶” / 057

目 录

LU
MU



第三部分 玩

南瓜以礼相赠 / 063

剪纸中的财富 / 067

书屋中的玄机 / 071

花使者魅力大 / 076

石雕点亮生活 / 081

不一样的种菜 / 086

第四部分 穿

五趾袜 好人气 / 092

“光棍儿衫”事业 / 096

炫酷的“乞丐装” / 101

唐装热 悄然起 / 106

在改衣中求财 / 111

巧手绘出财富 / 115

第五部分 用

巧遇野花商机 / 121

百变保健枕头 / 126

巧手绣前程 / 131

情侣产品专卖 / 135

美发店的秘诀 / 140

第一部分

Di Yi Bu Fen

吃



民以食为天，在吃的方面做文章就能够找到发财致富的新路子。中国人在吃方面很会花费心思，食物做工不厌其精，就主食而言虽然只是简单的米和面，但摆在餐桌上的食品却是花样翻新，加上不同地方的传统文化的差异，使得食品的种类更加丰富。就菜品而言更是五花八门，煎炒烹炸炖煨等手法更是别出心裁，讲求色香味形养俱全。随着人们生活水平的提高，人们已经度过了温饱阶段，人们在饮食方面不但更加追求营养、安全和健康，而且希望从常规中走出，回归自然。在这种消费趋势下，商家所考虑到的不仅是传统理念下的求大、求全，而且是现代意义上的求精、求专。在就餐环境上要别出心裁，在菜品的选择上也要别出心裁。商家的眼睛开始注意从民间挖掘新菜品，于是很多家常菜、私家菜堂而皇之地成了饭店的招牌菜。吃的创新不仅要在新菜品上做文章，而且要在突破传统做法上激发消费者的购买欲望。商家在食品层面花费心



思的目的在于让消费者在进食时有更高的兴致，所以食品的特色就非常重要。如果能够在食品层面创造出独一无二就再好不过了。为此食品就必须强化其区域特色，打造具有本土色彩的食品系列，让消费者感受到只能在当地消费才能够享受到这样的美食的感觉，在消费者消费一次后就为之留下挥之不去的印象。人们每天都要吃饭，所以在吃饭问题上做文章就显得非常重要，花样翻新的美食做法自然就成为经营者竞争的焦点。在此过程中，美食的种类就会越来越丰富，消费者的选择权就会越来越大，行业内的竞争因而也就会越来越白热化。在食品创新与消费者选择的反复博弈之间推动了餐饮行业的大发展，经营者在这种环境中就会越发发挥个人的创造热情搜寻市场中的空白，从而为自己发现更多的利润空间。

药膳麻辣香锅

创业

案例

ChuangYe AnLi



小蒋的家乡在山区，尽管生活条件非常艰苦，但逢年过节的时候人们会将野兔肉以及一些从山里采集的野菜、中草药等放在一起炖，在做饭的时候人们从很远的地方就能够闻到扑鼻的香气。这种山里人独家制作的菜肴让在外

闯荡了多年的小蒋很难忘记，吃过了很多美味都不能让其忘记自己家乡炒制的这个大锅菜。为了谋生走南闯北，小蒋发现凡是有特色菜品的饭店生意都非常火爆。如果以家乡的这道菜作为招牌菜开饭店，凭借独特的制作过程和独有的美味肯定能够火爆起来，于是小蒋有了依靠家乡菜创业的想法。在结合四川火锅和干锅制作方法的基础上，再结合药膳师和营养师的经验，小蒋终于发明了独门的烹调技术并开发出独居特色的“麻辣香锅”。“麻辣香锅”集麻、辣、鲜、香于一体，具有开胃健体、排湿除热、滋补调和等功效，很好地将饮食与食补结合在一起，成功地打造了自己的特色火锅店。“麻辣香锅”成功了。



小蒋在传统家乡菜的基础上，结合比较成熟的烹调技艺，将生活中的“大锅菜”变成了饭店里顾客餐桌上的“特色菜”，并且经过巧妙“雕琢”成就了自己的创业梦想。

第一，本于家乡菜。“十里不同风，百里不同俗”。不同区域的居民的饮食习惯以及生活方式等都有较大的差异。这种生活方式对于本地居民而言已经习以为常，但对于外地人而言就是新鲜事。从家乡的特色入手寻找创业的机会，小蒋就是一个典型例子。在经济条件比较艰苦的条件下人们吃那样的“大锅菜”是没有办法的事情，但做法确实与众不同。小蒋觉得，家乡菜就是特色菜。小蒋在外面闯荡多年也吃过不少美食，但家乡的“大锅菜”给自己留下的



印象是最深刻的。最重要的是“大锅菜”的做法以及其独特的清香味道实在是其他地方没有的，如果对其进行商业化必将是一个很好的商机。

第二，精心调配方。小蒋觉得，传统的家乡菜实际上就是“大锅炖”，就这样原始地推向市场是不能得到消费者认可的，所以必须将这个家乡菜进行精心“雕琢”才可以有广阔的市场。为了在传统做菜基础上增加卖点，小蒋对这个家乡菜进行了再度创造，精心配制了锅底调料。对“麻辣香锅”进行荤素、淡辣搭配，采用大江南北食材，色香味俱全，使之适应不同口味的食客。不仅适合家庭聚餐而且适合情侣、朋友聚餐，人们在享受火锅的过程中体验不一样的感受。“麻辣香锅”特别突出了营养、保健主题，这样的饮食主题不仅能够打动中老年消费者而且让很多年轻消费者也非常喜欢。“麻辣香锅”吸取了火锅和干锅的制作精华，尤其是经过独家工艺精制而成的各种配料，让消费者感到小蒋具有独家秘方的神秘感，这种诱惑力让消费者能够在这里反复消费。

第三，秘制滋补汤。小蒋打造的火锅概念就是健身、滋补、养生。“麻辣香锅”将传统的菜品与滋补养生紧密联系在一起，其中特别选加了多味中药材，按照科学的配方秘制而成，以瓦罐为容器，食材全是天然采摘。在制作过程中用木炭对食材进行恒温煨制七到八个小时，让食材的营养成分充分释放到汤汁中去。小蒋在卖火锅的同时也单独卖这种滋补汤。在市场调研中，小蒋已经注意到很多消费者非常看重汤，因为人们觉得在做菜的过程中主要的营

养成分都在汤里面了。小蒋的火锅已经非常有特点了，但是火锅的汤料一定要非常有特色。小蒋在火锅的汤料方面的思考是非常符合消费者的就餐心理的。“麻辣香锅”经过特殊配方精心秘制的汤，让消费者感觉到是滋补汤、营养汤，吃进去的是美味，喝进去的是滋补上品，自然会吸引更多的顾客前来消费。当顾客来店中消费的时候，在店员为消费者呈上“麻辣香锅”的同时也会递上一个精美溫馨的提示标签，告诉消费者千万不要浪费掉汤，因为火锅的汤是经过特殊配方精心调制而成的。这种承载了火锅大部分营养的汤是不能被浪费掉的。这样的提示对消费者颇具吸引力。

第四，开发连锁店。与很多家餐饮企业一样，小蒋也不会放过开连锁店这一环。小蒋知道，餐饮消费快速扩大品牌影响力的重要方式就是进行连锁经营，在连锁经营过程中成就了众多的餐饮精英，但是连锁店数量的增加对于管理就提出了挑战。通过严格的管理对菜品的质量和风味进行把关就成为小蒋的重要责任。“麻辣香锅”精致的烹调技术以及产品的优秀品质需要各店严格遵守，让消费者无论走到任何一家店都会品尝到同一口味的产品。小蒋凭借自己的“麻辣香锅”招牌菜连续开了几家连锁店，消费者无论到任何一家店都感觉到产品的风味是一样的。小蒋为了做到这一点，“麻辣香锅”底料坚持统一生产和配送，做到连锁店的味道标准化。标准化的生产过程不仅简化了分店在制作火锅中的麻烦，而且对于加速扩展自己的生意起到了很好的作用。



第五，消费者选择。在小蒋的精心打造下，麻辣香锅的生意非常火爆。在日常经营中小蒋发现一些消费者还是对“麻辣香锅”有自己的看法，所以一旦有空闲的时候，小蒋就会找各种机会与消费者攀谈一番，了解消费者对“麻辣香锅”的意见和建议。一些消费者认为由于自己没有看见火锅的制作过程，所以担心是否货真价实，有自己添加底料的愿望。在了解到消费者有这样的愿望后，于是小蒋开始发展“消费者自己选择”的业务。小蒋将一些主要的配料放在柜台上，将每种配料尤其是中药材配料的品性写得一清二楚，消费者可以根据自己的需要在所有的配料中自行选择。在消费者选择好了配料之后服务员会建议消费者在已经熬制好的汤的基础上熬制，因为只有这样才会使得火锅的味道够足。消费者在听了服务员的建议后一般都会采纳。由于绝大多数消费者都是不通晓中药药理，在选择配料的时候服务员还会仔细提醒消费者某些配料之间的相生相克问题。



挣钱

ZhengQian JueQiao
诀窍

◎吃养结合◎

将火锅与饮食保健有效结合在一起，让人们在吃饭的同时也摄入了健康，在产品价格相差不大的情况下，人们自然会选择营养保健的食品。小蒋将家乡的“大锅菜”经

过精心设计变成了消费者非常喜欢的“麻辣香锅”，并且经过精心研制将其打造成了药膳火锅。小蒋不但继承了传统火锅的一般特点，更重要的是在传统火锅基础上强化了健康理念。火锅进食过程中的热闹场面无形中就可以对周边的消费者产生强烈的吸引作用。吃火锅让消费者酣畅淋漓，消费者不但要吃得痛快，而且要吃出健康。小蒋在火锅的食材上做文章，从而将火锅与药膳紧密结合在一起就是火锅的创新。小蒋不仅在食材上有创造，而且在火锅的汤底上大做文章，让火锅的汤已经由原始意义上的传统底料汤演变为滋补汤，注重养生的消费者对火锅的这一特色自然会十分关注。与市场上的其他独家秘方的食品一样，“麻辣火锅”中渗透出养生和健康的理念。在占领了市场之后就需要想办法扩大经营规模，连锁经营自然就是迅速扩展市场份额的捷径。卫生、快捷等特点是火锅这种饮食方法所具备的，药膳麻辣香锅在如上特点的基础上又引入了养生理念，虽然消费者需要支付较高的费用，但能够消费到与众不同的产品也算是物有所值，多种因素促成“麻辣香锅”迅速打开了市场。



小资本
大财富

成功创业

30
例

香辣鸭脖有招

创业 案例
ChuangYe AnLi

将不起眼的单个门店模式经营的“香辣鸭脖”这种小食品上升到一个项目做，这不但需要灵动的思想，而且需要魄力。武汉的小顾在做生意之初就有这样的看法：多数人都看不上眼的小生意往往就是市场的空隙，而这就是创业者得以成功的机会。在与同类企业残酷竞争的过程中，“香辣鸭脖”的年销售额达到数亿元，这与其清晰的市场定位有密切关系。“香辣鸭脖”是发源于武汉的一个知名休闲食品，现在风靡全国。“香辣鸭脖”将自己的产品嫁接到各地的名小吃上，从而使其迅速走遍大江南北，仅仅六年时间就已经在上海、无锡、杭州、广州、北京、成都等六个城市有分布，其经营网络已经遍布 20 多个城市，店面数量达到千家。“香辣鸭脖”独特的经营思路达到了以少量资金赢得较大市场的目的，“香辣鸭脖”的经营思路是非常值得琢磨的。

致富 妙招
ZhiFu MiaoZhao