

理财周刊

创刊五周年系列丛书  
WWW.amoney.com.cn  
上海《理财周刊》社编

三十二例生财门道任你挑

# 赚钱上海滩

胡笑蓉

上海人民出版社

理财周刊

创刊五周年系列丛书  
WWW.amoney.com.cn  
上海《理财周刊》社编

三十二例生财门道任你挑

# 赚钱上海滩

胡笑蓉

 上海人民出版社

**图书在版编目 (CIP) 数据**

赚钱上海滩:三十二例生财门道任你挑/上海《理财周刊》社编.

—上海:上海人民出版社,2006

(《理财周刊》创刊五周年系列丛书)

ISBN 7-208-06098-3

I. 赚... II. 上... III. 商店-商业经营-经验-上海市

IV. F717

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 010901 号

责任编辑 屠玮涓

封面装帧 陈楠

**赚钱上海滩**

——三十二例生财门道任你挑

上海《理财周刊》社编

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路 193 号 www.cwen.cc)

世纪出版集团发行中心发行

上海商务联西印刷有限公司印刷

开本 890×1240 1/32 印张 8.25 插页 3 字数 193,000

2006 年 3 月第 1 版 2006 年 3 月第 1 次印刷

印数 1-8,000

ISBN 7-208-06098-3/F·1375

定价 20.00 元

**总 策 划：**周 虎 汪 标 吴 申

**首 席 运 营：**吴 申

**丛书编委会：**

谭建忠 周 虎 陈 跃 程 蔚 汪 标  
吴 申 蒋志强 戴庆民 陈 列

# 总 序

进入 21 世纪后,随着我国经济的高速发展和人民生活水平的提高,个人理财已经成为最热门的话题和持家立业的时尚。《理财周刊》就在这个时候应运而生。一时间“你不理财,财不理你”的广告语成为家喻户晓的经典。

2006 年 3 月 18 日是《理财周刊》创刊五周年。五年来,《理财周刊》社创下了一系列的“中国第一”:出版中国第一本针对个人投资理财的专业新闻周刊;举办中国第一个理财博览会;推出中国第一个城市居民理财指数;创办中国第一家专业理财网站——第一理财网;举行中国第一次理财精英评选——“上海十佳理财之星”评选活动;被国际权威独立品牌评估机构 SUPER BRAND 评为中国财经类杂志第一个“超级品牌”。现在,《理财周刊》社不仅仅是出版杂志,而且已经形成集平面媒体出版、网络服务、教育培训、会展经济、大型活动和广告经营等一体的综合传媒机构。

为了纪念《理财周刊》创刊五周年,今天,我们特地推出一套《理财周刊》创刊五周年系列丛书。这套丛书包括《一生理财》、《上海富爸爸》、《赚钱上海滩》和《美国人如何理财》等四本图书,其内容风格充分体现杂志一贯倡导的“实用性、接近性、故事性”。这里的作者绝大多数是我们年轻的记者,从中可以看到我们努力的成果、辛勤的脚步和成长的喜悦。回顾不是为了怀旧,而是为了奋进。希望我们在下一个五周年到来时,拿出更丰硕的成果,来回报

我们的读者。

杂志无法改变整个社会,但它可以利用自己的内容和观点,去改变一个人或一个阶层的理念和生活方式。我们正在努力,还会继续努力。

**上海《理财周刊》社**

2006年2月18日

## 个人理财系列

|               |              |         |
|---------------|--------------|---------|
| 赚钱上海滩         | 上海《理财周刊》     | 20.00 元 |
| 上海富爸爸         | 上海《理财周刊》     | 20.00 元 |
| 美国人如何理财       | 上海《理财周刊》     | 20.00 元 |
| 一生理财          | 上海《理财周刊》     | 20.00 元 |
| 个人理财          | 【美】杰克·R. 卡普尔 | 60.00 元 |
| 家庭理财攻略        | 上海市青年联合会     | 28.00 元 |
|               | 上海《理财周刊》     |         |
| 如何理财          | 唐庆华          | 25.00 元 |
| 人心思富：一般家庭理财指南 |              |         |
|               | 【美】比尔·图海     | 18.00 元 |
| 理财路上的前车之鉴     | 【美】约翰·诺夫辛格   | 18.00 元 |

以上书目均可在上海人民出版社读者服务部买到

邮购地址：上海市绍兴路 54 号上海人民出版社读者服务部

邮编：200020

联系电话：021-64313303

邮购方法：在定价的基础上加收 15% 的挂号邮寄费，量大者（请先致电联系）

可免邮寄费

# 目 录

*McLW*

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 总序.....                      | 1   |
| 品牌加盟篇.....                   | 1   |
| 250 万元加盟麦当劳 .....            | 3   |
| 100 万元开一家北京奥运特许商店 .....      | 12  |
| 26 万元加盟全家便利 .....            | 19  |
| 200 万元加盟面包连锁店 .....          | 27  |
| 37 万元加盟固特异 .....             | 34  |
| 加盟迪斯尼银饰店 18 个月收回 4 万元投资..... | 41  |
| 经济型酒店连锁加盟大起底 .....           | 48  |
| 时尚商机篇 .....                  | 57  |
| 40 万元开二手名牌专卖店 .....          | 59  |
| 10 万元开文身工作室 .....            | 66  |
| 5 万元开 Cosplay 主题店 .....      | 73  |
| 10 万至 15 万元开电影衍生产品专卖店 .....  | 81  |
| 10 万元开四叶草饰品专卖店 .....         | 88  |
| 生活金点篇 .....                  | 95  |
| 10 万元开特大鞋专卖店 .....           | 97  |
| 7 万元开宠物标本制作室 .....           | 105 |

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 3 万至 5 万元开汽车美容综合服务社 ..... | 112 |
| 2.5 万元开竹炭专卖店 .....        | 120 |
| 5 万至 8 万元开龙一喜铺 .....      | 128 |
| 8 万元开特色围巾专卖店 .....        | 136 |
| 20 万元开出国用品商店 .....        | 143 |
| <b>家居生意篇</b> .....        | 151 |
| 3 万元开田园家饰店 .....          | 153 |
| 5 万元开麦饭石茶具专卖店 .....       | 160 |
| 6 万元开电影海报专卖店 .....        | 167 |
| 12 万元开手绘餐具专卖店 .....       | 174 |
| 30 万元开锦缎家居用品专卖店 .....     | 181 |
| 4 万元开水培花卉专卖店 .....        | 189 |
| 20 万元开特色筷子专卖店 .....       | 197 |
| <b>个性淘金篇</b> .....        | 205 |
| 6 万元开 Eiy 水晶花生活馆 .....    | 207 |
| 4 万元开定制个性手表工作室 .....      | 215 |
| 10 万元开个性小礼服定做店 .....      | 222 |
| <b>民俗新做篇</b> .....        | 231 |
| 10 万元开皮影专卖店 .....         | 233 |
| 10 万元开少数民族布艺专卖店 .....     | 240 |
| 30 万元开戏剧用品专卖店 .....       | 248 |

赚钱上海滩

品牌  
加盟  
篇



## 250 万元加盟麦当劳

人们熟悉的金色拱门是麦当劳的招牌,无论在哪个国家,只要有麦当劳餐厅,那么该城市里几乎所有两岁以上的小孩看到金色的“M”都会发出笑声。金色拱门的形象经常出现在电视节目里,而在世界各地的许多城市里,金色的“M”都是当地最醒目的路标。如今,通过金色拱门的特许经营之路,让国人也看到了在前方不远处招手的财富。

自 1990 年麦当劳在中国开了第一家餐厅开始,金色拱门的奇迹就在这片土地上开始了新的传奇。市值 400 亿美元,年营业额超过 180 亿美元、净利润超过 20 亿美元的超级跨国公司,拥有着世界排名第二的驰名商标。

正当中国的投资者一直苦于不能在这金色拱门下分得一杯羹的时候,利好传来——麦当劳终于开启其中国开展特许经营的大门。做世界排名第二驰名商标的老板,复制金色拱门的财富奇迹,一切变得不再遥不可及。

### 姗姗来迟的特许经营

从 2005 年年初开始,麦当劳中国地区总部将正式从香港迁至上海,今后将加强在中国内地的特许经营活动!

其实笔者心中一直有个疑问,麦当劳 1990 年进入中国,至今已经 10 多年,为什么它在海外占到 65%、美国本土占到 85% 的特许经营模式,到现在才迟迟对中国的投资者放开?

特许经营是连锁经营高级形式,也是最为复杂的形式。“一荣



俱荣”不知成全了多少人的财富梦想，“一损俱损”也不知让多少人悔憾终生。也许正源于此，一路跑马圈地的麦当劳，才会在特许路上踌躇谨慎；也许正源于此，麦当劳东渡中国 14 载，才只有区区一家特许加盟店。

在麦当劳全球市场衰退的窘境中，麦当劳在中国打出“特许牌”，显然是有所考虑。麦当劳国际特许部总裁詹姆斯·克瑞姆的解释是时机已经成熟。他说，一是中国特许经营市场开始与世界接轨；二是麦当劳雄厚的实力足以让投资者坚定信心；三是麦当劳在中国已建立起了强大的供应营运系统。对这番话更直白解释就是，中国市场是一个极有潜力的市场，在这样一个庞大的市场上，没有特许经营系统的支持，很难将市场扩张到其他地方，尤其是中小城市和边远城市。

事实的确如此，麦当劳全球业务大幅萎缩，中国市场却一枝独秀。这使得中国市场的战略地位赫然凸显。借助特许加盟，麦当劳可以进一步实现对中国市场的细分，达到对中小和边远城市的拓展。但另一方面，肯德基等竞争对手在中国的快速崛起，也让麦当劳备感不安。目前在国内不少城市中心区，两大“冤家”早已是短兵相接、贴身肉搏。面对肯德基的挑战，麦当劳显然不会默然不理，肯德基的中国特许已先行一步，麦当劳当然要迎头跟上。麦当劳总部的迁址也正说明其对内地市场的重视。

此外，麦当劳在中国特许上踌躇难断的一大原因还在于中国的特许经营规范法规尚不健全，对加盟者权利和义务的界定也不是很明确。麦当劳不想承担这无谓的政策风险。随着中国《商业特许经营管理条例》的即将出台，麦当劳当然也做好了挥师中国特许经营的临战准备。

### 谨慎加盟确保安全

专职负责特许经营业务的麦当劳中国公司高级副总裁朱渊和

说,麦当劳的加盟形式也将类似于肯德基那样,先自己开直营店,再允许加盟者进入,也就是将属下的麦当劳餐厅直营店以特许形式改造成加盟店。

然而,麦当劳在海外发展特许经营的模式并不如在中国这般小心翼翼,统一的内外装潢、食品配送以及机械加工,加盟以新店的形式出现占了更大多数。那么为什么麦当劳在中国的特许如此谨小慎微呢?朱渊和解释说:“我们之所以将现有的、已经是成功的餐厅给加盟者,是因为如果是新的餐厅我们就不能准确地了解它今后盈利情况会怎样,这也将增加加盟者的营运风险。转让的形式也是一个让加盟业主有一个较高的起点,而非一切从零开始。等他接手这个餐厅以后,我们因为已经知道了餐厅本身的盈利情况,就能够提供相应的方案帮他。因为麦当劳的特许经营讲究是双赢,加盟投资者要赢,我们自己也要赢。”

从特许推出时间、地点的选择,到特许加盟人的甄选,再到特许推广方式的构思,麦当劳每一步棋都走得十分谨慎。麦当劳所以要如此精细地设置特许条件,如此严格甚至苛刻的挑选加盟者,正是为了避免不必要的经营风险。因为,对于麦当劳这样一个世界级顶尖品牌来说,任何一个单体店的失败,对麦当劳的品牌及商誉将带来不小的伤害。

### 250 万元的门槛有诱惑力

麦当劳对于特许经营合作伙伴的选择非常严格,甚至苛刻。

麦当劳要求加盟者具有高尚的操守;曾在该市场工作,有成功经营的记录;熟悉该市场的文化和习俗;拥有管理经验,可以在特许经营组织中胜任;个人投资不低于 30 万美元;愿意接受为期 12 个月左右的培训等。

据介绍,特许经营者的投入需要 250 万至 320 万元人民币。

麦当劳在土地和建筑上投资,特许经营者在设备、商标和装修上投资。麦当劳的收入通过特许经营系统,按产品营业额的 17%~23%向特许经营者收取租金、专利权费和服务费,而餐厅的日常业务则均由特许经营者来管理。

与肯德基 20 周的培训时间相比,加盟麦当劳的受训时间多了 2.5 倍;但是,相对于肯德基 800 万元左右人民币的启动资金,麦当劳的 30 万美元显得极有诱惑力。但据了解,麦当劳的这 30 万美元主要包括餐厅的装修、设备和招牌等费用,不包括经营场所的租金和员工费用。肯德基的 800 万元中已包括了不动产和餐厅租金在内的所有启动资金。这样一分析,可以得出麦当劳的聪明之处就是将店铺的租金分摊至特许后的每一个月,而非像肯德基而言一次付清,虽然最终的总额可能相差不大,但将近少三分之二的前期投入对投资者而言显然更易接受。

麦当劳与肯德基加盟条件比较表

| 项 目             | 麦 当 劳              | 肯 德 基                              |
|-----------------|--------------------|------------------------------------|
| 加盟费用<br>(单位:万元) | 250~320            | 800                                |
| 费用内容            | 包括餐厅的厨房、桌椅,还有标牌、装修 | 包括餐厅所有的装修、设备、利润、租约及员工转让,但不包括不动产的购买 |
| 合作方式            | 转让                 | 转让                                 |
| 加盟地区            | 不限                 | 国内中小城市                             |
| 合同期限            | 10 年               | 10 年                               |
| 培训时间            | 1 年                | 20 周                               |

### 选择加盟者条件“苛刻”

然而,要开一家麦当劳特许加盟店,光有两三百万元还不够。朱渊和先生告诉记者,首先麦当劳的特许经营者必须是个人,而不

是公司、合伙人或投资人。而对于他们是否有经营餐饮的经验考虑不是重要的。成为一个优秀的特许经营者或候选人的特征是成长中的年青人、充满快乐、成功的企业家，他们受过良好的教育，而且在财务方面是可靠的。

因此，麦当劳的特许经营者候选人必须具备的条件相对来说就有些“苛刻”了，包括良好的商业判断能力和以往在事业与生活中的成功史；为人诚实和良好人际关系能力；具有企业家的精神和强烈的获得成功的愿望，努力工作，并对团队有贡献的人；具有有效的管理能力和激发、训练人员发展的能力；具有管理财务的能力；愿意将自己的全部时间和精力投入到麦当劳餐厅日常的营运工作中；愿意接受全面的培训计划，并全方位地熟悉麦当劳餐厅的营运；投资者是个人，而不是用伪造的资料来投资麦当劳餐厅的业务。

很显然，麦当劳对加盟者最关键的要求不是资金，而是要求对方全身心地投入，能把经营餐厅当作一项事业。如果加盟者投资麦当劳的资金不是其所有家产，而另有生意需打理，那么这极有可能会损害到麦当劳的品牌。

“现在有资金的人还是很多的，随便拿出个几百万做个项目对他们来说并不困难，麦当劳的特许经营对他们的吸引力还是挺大的。不过这些人本来就有自己的经营主体，如果再来经营麦当劳，很难保障他们把所有精力都集中在这个项目上来，那就极有可能损害到麦当劳的品质，我们不会允许这样的事情发生。”麦当劳天津分公司的一位发言人告诉记者。

此外，麦当劳将对加盟者进行严格的资质审核。要求加盟者具有良好的品格，且有成功经营生意的记录，还必须接受 12 个月的专门培训。

“他得从基层做起，干过麦当劳餐厅里所有工作。这样，他才会对餐厅工作有个整体上的感性认识。孙蒙蒙之所以被我们最终



锁定,这与她当时在加拿大的麦当劳做过打扫厕所、拣垃圾、拖地板等一系列工作有关。因此她对餐厅的各项流程都很熟悉,已经具备了麦当劳的理念,这是成功经营一家麦当劳餐馆的必要条件。”朱渊和先生告诉笔者。

因此,如果有1000人咨询申请加盟事宜,估计最多只有2人到10人能符合麦当劳对于特许加盟店候选人的要求,在符合这个要求的前提下,麦当劳还有一系列的标准对其进行重复的考核,在12个月至18个月的培训期中,如果麦当劳方面觉得投资者不具备经营麦当劳餐厅的资格,那么麦当劳方面也随时可以取消其申请加盟的资格。

### 近期发展计划落在中小城市

朱渊和说,“我们将把孙蒙蒙的成功经验向全国推广,天津未来将成为麦当劳特许经营的招募和培训基地。”

为什么选择天津作为中国内地第一家特许经营的试点,朱先生解释主要有三个原因。第一,天津公司是独资,而北京、上海等地为合资,独资公司比较方便转让;第二,天津公司发展情况比较好,可以在人力和物力上对这家特许加盟店给予足够的支持;第三,天津从市政府到区政府对麦当劳在天津开展特许经营给予非常大的支持。

他透露说,麦当劳近期的发展计划是在上海、北京和广州的周边城市,比如上海周边的苏州、无锡等城市,在上海市中心不一定会立即开出加盟店。他解释说,因为大城市的麦当劳餐厅可以直接方便地管理到,而一些中小型城市的麦当劳餐厅要做到这点就不太容易,这样会考虑让加盟者来管理经营。

他最后说:“总而言之,我们坚信麦当劳在中国的特许经营计划将给所有的合作者带来双赢的效果。中国的企业家将得到良好