

创业投资的 101 个选择

施鸣放

廣東省出版集團
廣東經濟出版社

目 录

安居乐业食为先，餐饮服务当首选

- | | |
|--------------|---|
| 1. 人无我有，人有我优 | 1 |
| 2. 定位准确，规模适中 | 3 |
| 3. 货真价实，质量保证 | 4 |
| 4. 路边店，能赚钱 | 6 |
| 5. 卖时间，卖空间 | 7 |

柴米油盐酱醋茶，百姓生活全靠它

- | | |
|---------------------|----|
| 6. 盯住需求，在引导消费上做文章 | 9 |
| 7. 伺机切入，在产业链上做文章 | 11 |
| 8. 抓好质量，在提高产品档次上下工夫 | 13 |
| 9. 放眼长远，在树立品牌上做文章 | 15 |

洗澡理发加美容，男女老少皆适用

- | | |
|--------------|----|
| 10. “火龙浴”的启示 | 18 |
| 11. “剃头匠”的执著 | 21 |
| 12. 美容院的商机 | 23 |

衣着打扮是必需，实惠时髦两相宜

- | | |
|-------------|----|
| 13. 做品牌和做市场 | 25 |
|-------------|----|

- | | |
|-------------|----|
| 14. 开作坊和办工厂 | 27 |
| 15. 卖服装和做服装 | 29 |
| 16. 有品位与讲服务 | 31 |

家政服务真周全，生活舒适又方便

- | | |
|---------------|----|
| 17. 环境美化，服务到家 | 33 |
| 18. 专业护理，人文关怀 | 35 |
| 19. 卫生清洁，创出品牌 | 37 |
| 20. 宠物经济，方兴未艾 | 38 |

群众健康无小事，社区医疗有前景

- | | |
|----------------------|----|
| 21. 民办公助，社区医疗引领改革潮流 | 41 |
| 22. 病人是客人，“三真”充当了领航人 | 43 |
| 23. 专业门诊，在较量中求得生存 | 45 |

生活质量要提高，服务设施需配套

- | | |
|-------------------|----|
| 24. 管道直饮水，干净卫生又便利 | 48 |
| 25. 社区高尔夫，运动就在家门口 | 50 |
| 26. 小区洗车店，服务到家真方便 | 52 |

旅游产业大发展，因地制宜财路宽

- | | |
|-------------------|----|
| 27. 特色旅游，民营资本点石成金 | 55 |
| 28. 旅游接待，古城民宅大显神威 | 57 |
| 29. 农家大院，吃住娱乐生财有道 | 59 |

民族振兴是目标，千秋功业在教育

- | | |
|---------------|----|
| 30. 助学致富，统筹兼顾 | 61 |
| 31. 授人以渔，明智之举 | 63 |
| 32. 精诚所至，金石为开 | 65 |

精神需求不可少，文化体育加娱乐

- | | |
|-----------------|----|
| 33. 山水间流出的大创意 | 68 |
| 34. 用旧报纸赚钱的人 | 70 |
| 35. 健身房里的生意经 | 72 |
| 36. “动漫”带来的创业空间 | 74 |

特色农业是出路，种植养殖有前途

- | | |
|---------------|----|
| 37. 种粮大户，科技致富 | 76 |
| 38. 一棚多用，效益倍增 | 78 |
| 39. 牛羊圈养，膘肥体壮 | 79 |
| 40. 借土牛腹，产金牛犊 | 81 |

城乡结合潜力大，优势互补惠万家

- | | |
|---------------|----|
| 41. 回乡创业，惠及百姓 | 83 |
| 42. 来自草原，走向世界 | 85 |
| 43. 搭桥引线，赚钱不难 | 87 |

名优特产树品牌，扬长避短发展快

- | | |
|-----------------|----|
| 44. 拨亮一盏灯，照亮万家人 | 89 |
| 45. 西瓜创品牌，桂冠赠英雄 | 91 |
| 46. 四串糖葫芦，改变人生路 | 93 |

特色小店能赚钱，项目选择是关键

- | | |
|-----------------|-----|
| 47. 靓汤外卖，别出心裁 | 97 |
| 48. 罗记擦鞋，令人叫绝 | 99 |
| 49. 天天有生意，岁岁有今朝 | 101 |
| 50. 浓情巧克力，浪漫赚钱来 | 104 |

加工贸易选择多，走向世界是目标

- | | |
|---------------------|-----|
| 51. 做服装三起三落，搞加工找到感觉 | 106 |
| 52. 桑榆虽晚霞满天，独领风骚数百年 | 109 |
| 53. 水晶球里有乾坤，赚取外汇富百姓 | 110 |

承包工程难度大，要凭实力信誉佳

- | | |
|---------------------|-----|
| 54. 背靠大树好乘凉，承包工程走四方 | 113 |
| 55. 初生牛犊不怕虎，远走他乡挖石土 | 115 |
| 56. 雄关漫道真如铁，而今迈步从头越 | 118 |

地产投资须谨慎，规模品牌显效应

- | | |
|---------------|-----|
| 57. 诚心，才能赢得众心 | 121 |
|---------------|-----|

58. 用心，才能创造奇迹	123
59. 求变，方能应对危机	125
60. 创新，永远领导潮流	127

基础建设有机遇，国企民营齐参与

61. 下注高速公路，上海开花结果	130
62. 火车一响，黄金万两	133
63. 钢铁小子，借壳上市	135

能源供求矛盾显，清洁再生新观念

64. 民营资本触电，低调西部抢滩	138
65. 小水电风生水起，大投资鼎立乾坤	140
66. “萤火虫”打赢官司，节能灯冲破壁垒	144

环境保护要见效，全民参与不可少

67. 环保企业促环保，综合效益大提高	147
68. 垃圾变废为宝，环保能源高效	150
69. 把清澈还给绿水，让天空回归蔚蓝	152

医疗改革大趋势，民营资本可介入

70. 市场化进程扑朔迷离，民营资本逆水行舟	155
71. 全球化竞争风起云涌，传统中药闯关破冰	157
72. 价格战引发规模经营，平价药店心系百姓	159
73. “海归派”回国投资创业，学者经商技术领航	161

网络宽带和通信，增值服务有竞争

- | | |
|-------------------------|-----|
| 74. 众里寻她千百度，却在灯火阑珊处 | 163 |
| 75. 蚂蚁搭台大象唱戏，“泰龙模式”冲破阻击 | 166 |
| 76. 网络电话暗流涌动，政策“盲区”初现光明 | 168 |

信息技术高科技，创新求变争朝夕

- | | |
|-----------------------|-----|
| 77. 阿里巴巴虚拟世界，芝麻开门变成现实 | 170 |
| 78. 追求之中见风骨，顽强拼搏写春秋 | 173 |
| 79. 品质改变世界，创新决胜未来 | 175 |

顾问咨询和中介，脱颖而出凭人才

- | | |
|-----------------------|-----|
| 80. 思想决定行动，战略扭转乾坤 | 178 |
| 81. “改善”追求完美，“绩效”源于管理 | 180 |
| 82. 思路决定出路，知识创造财富 | 183 |

新闻出版和传媒，打破垄断有机会

- | | |
|-----------------|-----|
| 83. 体制创新，贵在突破 | 185 |
| 84. “天鸿”传书，科教报国 | 187 |
| 85. “五力”合发，驰骋天下 | 189 |

资本市场有风险，价值投资是关键

- | | |
|------------------|-----|
| 86. 价值投资成全“淘宝”梦想 | 192 |
|------------------|-----|

87. 新理念创造大收益	195
88. 民营担保公司的金融梦想	196
89. 夹缝中长出的奇葩	199

重组并购求突破，资本运营重实效

90. 资本魔方下的规模扩张	201
91. 资本魔方下的优势互补	203
92. 资本魔方下的取舍有道	205

黄金外汇和期权，亲理亲为莫等闲

93. 夕阳下的金光大道	208
94. 希望下的“留学基金”	210
95. 阳光下的外汇理财	212

委托理财和基金，认真选择须谨慎

96. 失败后的重新选择	215
97. 赚钱后的战略调整	217
98. 退休之后的惊心动魄	219

风险投资难把握，慎重决策勿急躁

99. 金蝶——知识与资本共舞	222
100. 天使——创业和投资同行	224
101. 软银——互联网企业的 VC	227

安居乐业食为先，餐饮服务当首选

民以食为天，中国有 13 亿人口，每人每天消耗半斤粮食，全国就是 32.5 万吨，一年就是 1.1863 亿吨；每人每天用于餐饮消费 5 元钱，全国就是 65 亿元，一年大约为 24000 亿元。这只是我们保守的估计，据有关部门公布的数字，2004 年，我国餐饮规模超过了 7000 亿元大关，是 1978 年的 136 倍，预计 2005 年全国餐饮零售额将超过 8800 亿元，2006 年将突破 10000 亿元大关。如果说衣食住行是我们的基本需求的话，那么“食”便是基本中的基本。因此，餐饮服务业当为创业者初次尝试的首选。

1. 人无我有，人有我优

什么是“人无我有”？就是不跟着别人起哄，做出自己的特色。

北京有一家饭馆，没有如雷贯耳的名字，也没有肆意炫耀的金字招牌，更没有装修豪华的厅房包间，只是胡同口一个不起眼的牌子上写了几个歪歪扭扭的小字：“羊房胡同十一号”。可别小看了这几个小字，它就是赫赫有名的“羊房胡同历家菜”。据说这是一家今天我们有幸能够吃到的京城最有名气的宫廷菜馆。

羊房胡同十一号，实际上是北京一家四合院。主人姓历，

现年已经八十有四。据说历老爷子的祖父是清朝的内务府大臣，历家菜最早是其祖父喜爱的家常菜，后经历家几代人不断地琢磨改进，才形成了历家菜的独特风格。历老爷子在自家院子经营历家菜最早开始于1984年，原因是他的二女儿在一次厨艺大赛中得了第一，由此激发了开饭馆的热情。开始只有一间屋子，每天只做一桌饭。后来又挤出了一间房，每晚变成了两桌。最初每个客人收费200元，现在据说是500元。别看不起眼的小牌子和四合院的两桌饭，它可接待过美国前总统克林顿、英国前首相希思，以及世界各国的外交官和无数的名人政要。难怪历家菜从来不接待不速之客，就是打电话预定，最快也要三五天，一般都要等上十天半个月。

为什么会这样呢？原因在于历家菜的特色。一是保留了清朝皇家宫廷菜式的基本特点；二是选料做工精细，无人与之媲美；三是祖传秘密厨艺不宜大面积推广。由此可见，历家菜“人无我有”的个性化特色足以使竞争者望尘莫及。

什么是“人有我优”，就是我要比别人做得更好。

广东东莞有一个卖粥的，据说十几年赚了两个多亿。为什么那么多卖粥的，就他变成了亿万富翁，其他人却没有呢？原因是他的粥质量好、分量足、品种多、口味全。

广东人喜欢老火靚汤，喝汤也十分讲究和挑剔，所以，煲汤也就成了在广东地区开饭馆的头等大事。但是，以靚汤而出名的却为数不多。以前，北方人到了粤、港、澳地区，经常看到“阿二靚汤”的招牌，对其能留下深刻印象的可能还是那块招牌。近几年，在广州冒出了一个饭馆，名字就叫“头啖汤”，着实让“好汤一族”享了口福。“头啖汤”定位于中等偏上消费阶层，除了较有特色的菜肴以外，最大的特点就是品种齐全、质量俱佳的老火靚汤和滋补炖汤。

到“头啖汤”吃饭，每天都有上百种汤类供食客选择，你可以滋补，也可以清热，更可以解毒。这里的汤能迎合顾客的各种口味，而且这些靓汤的汤料十足、配方合理、火候到位、价格适中，深受顾客欢迎。

“头啖汤”在同行竞争中成功的秘诀就是它比别人做得更好。仅仅一个“好”字，就有了客户，有了市场，也有了效益。

2. 定位准确， 规模适中

餐饮业的定位十分要紧，服务水准和经营规模也要与之配套。

广州有个东江海鲜酒家，是人人皆知的高档海鲜大排挡。说高档，是因为档次比一般的大排档高，收费也比大排档高。说大排档，是因为摊子大，经营规模也大，有的分店可容纳数千人同时就餐。

东江海鲜酒家从1989年开始由一个店发展到现在的20多家分店，完全是因为创办人对自己开的店有一个明确的定位。当时，改革开放正在东部沿海全面兴起，广东更是淘金者和投资者的集散地，巨额资金从各种渠道流入广东，各路人才也纷纷南下。需求旺盛带动了餐饮业的发展，许多高档酒楼应运而生。当人们海吃海喝、日费万金的时候，黎永星，当时的一个海鲜经营者却看到了海鲜酒楼大众化中的商机。他要创造一个“其乐融融、大家庭式的气氛，在此可以无拘无束，随意聊天”的就餐环境。“客人到此不单是看装修，而是感受气氛；追求的是就餐时自己在海鲜池挑选海鲜的那种满足感”。这种大众化的海鲜酒楼确实走出了独特的发展道路。从经营品种看，各种海鲜一应俱全，可以满足不同客人的各种需求。从价

格讲，选择余地较大，丰俭由人。从就餐环境而言，宴请贵宾不觉得掉价，亲朋好友聚会气氛更佳。正是由于准确的定位，成就了东江海鲜的规模经营，十几年来由小到大迅速崛起，确立了其在大众高档海鲜消费的霸主地位。2004年，他们又在广州番禺开了一家更大的分店，巨大的海鲜池犹如一个小型的水族馆；大厅里摆放的劳斯莱斯、宾利、法拉利等名贵汽车让客人们流连忘返；数千平方米的营业大厅，加上几十间包房，足以让数千名客人同时就餐。

成功之后的黎老板，对规模扩张的问题自有一番体会，他说，做餐饮，门槛比较低，并不等于每个人都可以随意进去，它有许多繁琐的细节，是一个很实在的行业，夸张不了。他还提醒投资者，一定要谨慎，不要被一时的成功冲昏头脑，不要以为自己做得好就可以随便复制，市场是不断变化的。规模扩张得太快，系统就承受不了，欲速则不达。

关于规模扩张，许多人经常判断失误。生意刚火起来，出现了个别的满座或者排队等候现象，就以为店面不够用了，急着扩张，或者另开新店。结果等你店面扩大了，新店开张了，客人又流失了。这是消费心理促使下的“羊群效应”。生意火爆、门庭若市，虽然要排队等候，可等候的人心甘情愿；生意冷清、门可罗雀，既是条件优越、殷勤招待，也没有人甘愿一试。所以有经验的餐饮老板宁可忍受拥挤、吵闹和喧哗，也不愿意在空旷的厅堂上望眼欲穿。山西面馆“九毛九”就是走的这条发展之路。

3. 货真价实，质量保证

餐饮行业既出卖产品，又出卖服务。因此出品和服务的质

量问题永远是餐饮业立足的根本。

有一家潮州菜馆，做的是燕鲍翅，价格贵得令人作舌，可生意照样火爆。为什么呢？第一条是他们的出品货真价实，每道菜都要精心选料，决不以次充好，以少充多。第二条是确保质量，从进料、选料、配料，到烹饪制作、火候掌握、卫生把关等环节，都有严格的流程和操作规范，任何环节都要认真仔细检查，决不把没有质量保证的饭菜稀里糊涂地端上客人的饭桌。这两条，按菜馆老板的解释，是餐饮业的生死之地和存亡之道。他说：“任何人，只要做餐饮，就要对消费者负责，而餐饮的质量又是餐饮行业生命线，做不到这两条，最好不要干餐饮。”这倒不免使人联想到时下一些馆子缺斤少两、以次充好的事。一二百元一斤的龙虾、象拔蚌，送到客人面前已经少了三分之一；几十元一斤的螃蟹，上边绑着三四两重的草绳；客人眼睁睁点好的海鲜，在后堂被大厨调了包；腐败变质的饭菜，回炉一下又端了上来；前边客人退掉的东西，又给了后来的……诸如此类不负责任的荒唐行为，严重危害了消费者的利益，同时潜藏着巨大的风险和危机。

关于餐馆的服务质量，这位老板更有自己的体会，他说：“餐馆服务，既要笑脸相迎，又要毕恭毕敬；既能使顾客吃得满意、喝得放心，又要为顾客着想，丰俭由人。”大家可能有过类似的经历，请朋友吃饭、喝茶，经常会遇到尴尬的局面。点菜时，服务小姐不顾客人的实际情况，不遗余力地推荐介绍所谓的招牌和特色，基本上什么最贵介绍什么，什么最宰客人介绍什么。这样往往把顾客推到了进退两难的境地。优质的餐饮服务，应充分尊重客人的意愿，不强人所难。当你拿不定主意，她会为你提供建议；当你点得过量，她会提醒你不要浪费。个别情况下，服务人员还会根据经验和客人的具体情况做

一些合理的调整，既能让客人满意，又不至于在朋友面前失掉面子。有了这样的服务，客人们当然会一来再来，因为他们既得到充分的尊重，又享受了美味佳肴，得到了双重满足。

4. 路边店，能赚钱

刘先生开饭馆十来年了，真正赚钱还是路边的那个“乡土人家”。为什么呢？他的经历可以说明问题。1995年，他在市中心花5万元从别人手中转让过来一个小饭馆，苦苦守了半年，刚开始赢利，市政拆除违章建筑，就被拆掉了。接着，他又在一个新建起来的物业下面租了300平方米的店面，花了几十万元进行装修，开张后一直要死不活，做不起来。后来随着新大楼入伙的单位增多，生意开始有了转机，可是高昂的房租、水电费、管理费压得他喘不过气来。起早贪黑，忙里忙外，一年到头，仔细一算，全给业主打了工了。就这样，辛苦奔波，维持经营，六年才收回投资。2002年，他在郊区买了房子，马路对面有一块荒地，他以每年5000元的价钱租了下来。花了10000元盖起了简易竹棚，做起了地道的“农家菜”，并给自己的路边饭馆起了一个名字，就叫“乡土人家”。

虽说条件简陋，但经营成本低，开销不大，给他在定价上留下了较大的调整空间。三几个人吃一顿饭，五六十块，农家土菜，味道不错。馆子开业不久生意就异常火爆，特别是到了晚上或双休日，吃饭的人居然要排队等候。他住的那个小区有5000多户居民，会所原有的一个高档饭馆也经不住他的家常便饭的冲击，不久便关张大吉了。

现在，老刘的“乡土人家”已在周边地区开了3家分店，每个店的日营业额都在2000元以上，遇到周末、节假日，卖

个五六千元都不在话下。据老刘说，“一年的地租，一个双休日就赚回来了，剩下的日子，就是天天在数钱了。”

5. 卖时间， 卖空间

餐饮业对客人的吸引力有两个方面。开饭馆卖的是饭菜，客人进饭馆解决的是饥渴问题。而咖啡厅、茶馆、饮料店，则是以休闲、商务、约会空间为经营目标，客人到此消费，买的是时间和空间。这是茶馆老板李南的高见。

进茶馆的人，一般有三类。第一类是朋友约会，在办公室、家里都不方便，在街上溜达既热又闹，选一家茶馆进去坐坐，舒适优雅，又有情调。第二类是生意往来，商务谈判，在茶香四溢的环境里，使人保持头脑清醒，注意力集中，茶馆的和谐气氛还有利于双方的交流和沟通。第三类是休闲，经过长时间的工作，或者户外运动，需要找一个地方放松一下。到茶馆品一杯上等的名茶，既醒脑明目又解乏。

李南正是对品茶人进行了长期的研究分析，才得出上述结论并投资茶馆的。

1997年，李南高中毕业，仅三分之差与大学失之交臂。当时，父亲在茶叶公司工作，半年后退休，他便被照顾顶了上去，成了这个不景气的国营公司中最年轻的一员。到了后来，茶叶公司改制，被一个老板兼并，他就成了老板的伙计。再后来，公司经营不善，老板犯了经济案件被抓了起来，他就没有了工作。一个大活人，整天呆在家里，父母看见着急，自己觉着心烦。总得找点事干，为今后做点打算。2002年，他的一位表姐在北京开了一个茶馆，知道他曾经在茶叶公司呆过，现在闲着没事，就叫他去帮忙打理。

可能是由于习惯的问题，北京人很少喝功夫茶，一般都是
一杯绿茶，没完没了地加水。结果几个人坐了两个多小时，最
后结账连一顿快餐的价钱都不够。这下，李南可傻了眼。心想
照此下去，不是赔得很惨？有一天，一个哥儿们来店里玩，李
南把情况说了一遍。哥儿们大笑说：“你以为到茶馆的人是为
了喝茶吗？如果要解渴，路边杂货店冰镇的绿茶一瓶才两三元
钱。他们到你这里来，是看上了你的空调，看上了你的沙发，
看上了你的环境。有你这里，为什么要坐在马路边晒太阳
呢？”这番话使李南茅塞顿开，原来自己不是在卖茶，而是在
卖空调，卖沙发，卖环境。第二天，他找到表姐，把茶馆的投
资、每个月的租金、水电费、人工工资、进货成本全部算了一
遍，大致得出了每天保本的营业额。再根据平均的客流量进行
测算，发现要保本经营，每杯绿茶的价格要提高3倍。虽然当
时一杯绿茶定价10元，显得有些便宜，可一下上涨3倍，也
不是可行的办法。通过分析，李南决定首先从调整和丰富经营
品种做起，给客人更多选择的机会。其次，改进原来大杯茶由
客人自斟自饮的做法，由服务台统一冲泡好送给客人。第三，
试行计时累进最低消费制，基准时间为1小时，超过者，每增
加1小时多消费20元。第四，专门开辟一块地方供品茶论道
者品茗，并通过原来熟悉的茶商购买极品好茶推荐给顾客，最
贵的单丛、铁观音和陈年普洱，每道高达680元，客人还是照
喝不误。第五，加强内部管理，提高服务质量，努力做到客人
满意。通过多方调整，避免了直接提价，效益却比原来大为提
高。李南的表姐一看，这个表弟还真有两下子，索性把茶馆交
他全权管理，所得利润对半分。李南觉得不妥，硬是经过一
年多的努力，为表姐收回了投资，才心安理得地当上了股东。

柴米油盐酱醋茶，百姓生活全靠它

开门七件事，柴米油盐酱醋茶。贵州有个“老干妈”，十年时间把一个辣椒酱做到了全国，走向世界；广东佛山有个“海天酱油”，生产规模达到了近百万吨；江苏恒顺醋业股份有限公司，做醋做到了上市。还有香港的“李锦记”、上海的“太太乐”等大家所熟悉的品牌，都把小小的调味品做成了大市场。据《2005年中国调味品市场研究报告》估计，我国调味品工业总产量已超过了1000万吨，成为食品行业中新的经济增长点，发展前景非常广阔。围绕食品、调味品等人民生活必需品的生产、加工、原料供应、产品销售等环节开展创业投资，不仅有广阔的市场后盾，还有已经形成的巨大产业链的支持，值得大家一试。

6. 盯住需求，在引导消费上做文章

“金龙鱼”是中国家庭主妇最熟悉不过的食用油品牌，曾经以1:1:1的广告吸引了众多的消费者，还是因为1:1:1的广告在业内引起了轩然大波，并在京城有关媒体“暂时停播”。老百姓弄不懂市场背后竞争者的博弈，可“金龙鱼”对中国老百姓传统食油习惯的改变却是功不可没。20世纪90年代以前，在中国的广大城市和农村，老百姓的食用油都是国营粮站供应的散装油。这种食油加工方法原始简单，提纯过滤不