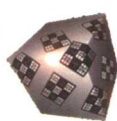


梁建华 著
温键键

小本经营赚大钱



广东经济出版社

梁建华 著
温健健

小本经营赚大钱



广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

小本经营赚大钱/梁建华, 温键键著. —广州: 广东经济出版社, 2001.1 (2001.2 重印)

ISBN 7-80632-825-4

I. 小… II. ①梁…②温… III. 商业经营—基本知识
IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 82603 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东省新华书店
印刷	广东惠阳印刷厂 (惠州市南坛西路 17 号)
开本	850 毫米×1168 毫米 1/32
印张	8 2 插页
字数	173 000 字
版次	2001 年 1 月第 1 版
印次	2001 年 2 月第 2 次
印数	5 001~8 000 册
书号	ISBN 7-80632-825-4 / F·413
定价	13.80 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

销售热线: 发行部 [020] 83794694 83790316

(发行部地址: 广州市合群一马路 111 号省图批 107 号)

• 版权所有 翻印必究 •

楔 子

“商场如战场”恐怕是商场中人最耳熟能详的一句话了，此话自是极言商战的惨烈。但时势造英雄。商场果真如战场，它必能造就功勋赫赫的将军；商场如果是惊涛骇浪的大海，它必能摔打出浪里淘金的弄潮儿。

本书为大家讲述的正是这样一群能在商场中各擅其长，以小搏大的商战英雄的故事。

为了读者阅读的方便，我们将这些商战故事经过理性归纳，升华为有规律可循的方法论，并将其分为五大类：

- 一、衣食住行——从与民众生活息息相关的衣食住行入手，从事传统行业，诚信为本，薄利多销，以稳取胜。
- 二、不熟不做——凭借自己特有的经验、特长、家族传统，独辟蹊径，积小优成大势，形成别具特色的独家生意。
- 三、标新立异——高屋建瓴，独树一帜，敢为天下先，开辟新的三百六十行。
- 四、缝隙求存——看准人们不断产生的新需求，见缝插针，瞄准需求与市场间的空隙，巧做文章。

五、主业大业——如今已成行业翘楚，在关系国计民生的主业大业的行当里举足轻重的商业巨子，他们如何以一生百、以百生千、由小变大的成功轨迹。

全书撷取这些与我们亲切如邻人的同胞的经商实例，以平实的语言道来，注重经商过程中具有指导作用的举措。其中的精彩部分，均以警示性的语句提示，画龙点睛，醒目夺人，极富实践性和可操作性。

目 录

楔 子.....	(1)
----------	-----

第一篇 衣食住行 关注生活老行当

连锁书店卖书旺.....	(3)
小冲印店也赚钱.....	(9)
面包糖果互相捧场	(14)
胜记大排档特色名远扬	(22)
创出名牌运动服	(29)
烧烤店越烤越旺	(36)
家具女王闯世界	(41)

第二篇 不熟不做 特技专长创生意

亚洲第一鸡王创业记	(51)
小菜卖出大名堂	(55)
云吞面、鲜虾饺闯出新天地	(62)

夜市摆摊创收益	(68)
下岗重操编织业	(70)
老炊事员开包子铺	(73)
爱花者大造人造花	(75)
糕点厂带来新生	(78)
开发廊“发”源滚滚	(81)
“路边鸡”——一鸡打天下	(87)
卖水饺成大王	(94)

第三篇 标新立异 瞄准空档闯市场

开“老板行”——商业服务中心	(103)
买卖二手碟片——镭射唱片交易所	(109)
离婚餐厅	(116)
办野鸡饲养场	(118)
开发孤岛 种植畜牧双丰收	(120)
舞蹈冠军教授社交舞	(122)
兴建陶瓷模具厂	(127)
开设寻物行——为失物者解难	(133)
电脑洗车行	(141)
速递公司	(147)
电脑软件公司	(153)

第四篇 縫隙求存 生意丛中开天地

介绍职业的荐职行	(161)
配餐档铺	(167)

复制宝宝手足	(168)
代客送礼的送礼公司	(169)
气球新用——传情送礼	(176)
卖酒板——“绝版”名酒	(182)
工、农、旅，多业并举	(188)
用电脑选发型	(194)
复制旧照片	(198)
形象设计公司	(205)

第五篇 主业大业 万丈高楼平地起

搭棚仔出身的房地产商	(211)
乡村走出的中国鞋王	(216)
打工仔起家的亿万富商	(223)
白手创业的钢材销售大王	(231)
养成敏锐的商业嗅觉	(233)
学徒工出身的印刷界翘楚	(236)
三元起家的香港精密仪器之王	(243)

第一篇

衣食住行 关注生活老行当

手握微薄资本去闯荡商海，如何才能稳行舟？衣食住行，与百姓生活息息相关。

本篇所述这些行当，不需要太大的资本，不需要太多的技术含量，也没有太大的风险。需要的是以诚信为本，以勤俭立足，靠质优价廉吸引回头客；同时不断以新创意、新思路为老行当注入新鲜血液。如开书店的开出了连锁书店，搞相片冲印的生意红火，做运动服的创出了名牌，开烧烤店的开出了分店，卖家具的成立了集团公司，开大排档的开得名声远扬……

连锁书店卖书旺

五年开了七间连锁书店，连锁店的优势多多：可以统一进货、发货，减少开支，各书店之间的书可以灵活调配，并能为企业树立成功的，与众不同的形象。

殷继刚自幼爱读书。但那时，家里住房小，全家五口人仅有一间 18 平方米的居室，人都没有立足之处，又哪有放书的地方？所以，书一看完，就得拿到旧书店或废品站处理掉。

每次看到心爱的书被当成废品贱卖，殷继刚都心痛如刀割，他发誓：长大后，一定要有一间自己的书房，来摆放自己喜爱的书。

殷继刚和许多同龄人一样，走过了上山下乡——回城——读电大——工作的道路。生活变了，环境变了，工作换了近十次，但爱书的习惯却没有一点改变。

◇ 兴趣成了原动力。

因为爱书，殷继刚经常钻书店，逛书摊。就连去一趟香港，他都只留意书店。在旺角，他就逛了 20 多家书店，细心观察别人是怎样卖书的。

◇ 偷师学艺是一条捷径。

广州举办了几次大型书市，殷继刚总是流连忘返。从争先恐后踊跃购书的市民身上，殷继刚深受启迪：有这么多爱书人，如果自己开间书店，既是一条生财之路，也合乎自己的爱好……从此，他便打定主意，开书店。

◇ 书市悟道：开书店是条生财路。

7 平方米的小书店

1991年，殷继刚在广州梓元岗开设了他的第一间书屋，取名为“彩虹书屋”。店铺很小，只有7平方米，手中钱也不多，只有东拼西凑的1万元，付完了店铺的顶手费和装修费后，连进货的钱都不够了，只好再找亲友借了些。

◇ 本小照样开店。

尽管困难不少，但殷继刚不气馁，他兴致勃勃地全身心投入，去圆自己的书店梦。

铺位不是旺铺，书店又没有名声、店誉，殷继刚便想了许多方法，拓展服务内容，尽量增加业务量。

小书店靠近酒楼，周围多是经销皮具的店铺，没有多少文化氛围，殷继刚便兼售香烟及小学生用的文具。

他还打出直销工具书，提供送书上门业务的招牌。送书上门要花费大量的劳动，别的书店都不愿意干，但殷继刚不畏劳苦，大胆去做，深受工商企业的欢迎，还拥有了一批固定的客户。

◇ 不是旺铺，也能巧经营。

接着，殷继刚又开办了电话送书上门的业务，成为广州

书店业界的首创者，很受顾客欢迎。

◇ 首创电话送书业务。

回想创业之初的艰难，殷继刚笑说：“当年曾试过代人印一盒名片，还要送货上门……”

功夫不负有心人，这一切努力和付出，慢慢都收到了成效。书店的效益渐渐提高了，殷继刚也积攒了办店的资金和经验。

连锁店优势多多

殷继刚开了第一间书店后，不到两年时间 1993 年便又在五羊新城开了第二间。

殷继刚熟读过有关连锁式经营的理论书籍，认定被誉为“现代流通革命”的连锁经营，在占领市场，降低成本上有独到的优势。

◇ 有如此优势，何乐而不为？

五羊新城的店铺也不是旺铺，且位于二楼，人气不旺，生意清淡，殷继刚灵机一动，因地制宜，用它做邮购生意。

◇ 另辟蹊径，条件不好时换个角度思维。

过了几个月，殷继刚得知位于石牌的大学区有间店铺要转租，顶手费较高，要 8 万元。

殷继刚立即萌生了开第三间店的想法，他马上去实地查看了环境，心里更加有数了：这里是教育文化区，正是开书店的好环境，生意肯定好做……

他倾尽全力出资装修了这间店铺，设计成文雅庄重的风

格，突出书店的书香气和宽松舒畅的氛围，书架之间间隔宽敞，方便读者阅读。

这家书店一开张，很快就吸引了大批的读者，许多爱书如命的莘莘学子在此流连忘返，朝夕眷顾，营业额居高不下。

◇ 针对生意对象而装修设计，生意差不了。

1994年5月，殷继刚又开设了第四家连锁店，这家书店位于广州的“黄金地段”东风东路，周围是广东工学院、羊城晚报社，爱书者众多，开张后购书者便络绎不绝，是真正的旺铺。

◇ 旺铺经营，选址是基础。

1995年，殷继刚又开设了他的第五间彩虹书屋。这间店位于江南大道中的新安大厦首层。因为位居商厦，殷继刚将它的服务对象定位于女性读者。

该店以专售女性读物为主，书屋的规模和档次，在彩虹书屋中都首屈一指，开张后吸引了大批的女读者，白领丽人，衣香鬓影，好不热闹！

由于定位准确，这间号称女子书屋的连锁店，销售额也不俗。

◇ 女子书屋以特色取胜。

接二连三，殷继刚在五年间开办了七家连锁店，广州市区的东、南、北、中都可看见彩虹书屋的招牌。

连锁店开得越多，连锁店的优势就越明显。说起连锁店的好处，殷继刚可以扳着指头数出一大串：

如可以统一进货、统一发货，大大减少了开支。

再则，各书店间的图书可以互通有无，互相调剂。有时

甲店滞销的书，到了乙店反而畅销，相互交流之后，图书售出率就提高了。

而更深一层的意义是，连锁店树立起了一种与众不同的成功形象，善于思考问题的殷继刚说：

“这是一种无形资产，它对企业的长远发展的作用难以估量。”

◇ 连锁店优势多多。

善待顾客良方多

小本创大业，卖书赚大钱。殷继钢从开小书店到做大书商，从数以千计的小书商中脱颖而出，原因当然在于他经营有道，有一套善待上帝的良方。

殷继刚爱书懂书，很注意书店的色调和陈设，他说，书是一种高级精神产品，要根据它的特点来布局。

殷继刚的书店，店店有特色，处处讲氛围。书店布置得宽松、敞亮；无局促、挤迫感，令读者在轻松，安适的环境中留连忘返。

◇ 每一行都有自己的特色，抓住特色，创出特色，就容易赢得顾客。

殷继刚的书店，不设那类警告、罚款的告示牌。他认为这类牌子，拉大了读者与书店的心理距离。而偷书者毕竟是少数，只要加强防范即可制约。

◇ 谁愿意与“小偷”呆在一起呢？

殷继刚的书店，还从不驱赶那些只看书不买书的“书

钉”。对这样的读者，殷继刚持宽容而达观的看法：如果书店无人光顾，更不利于吸引顾客。

◇ 先有人气，才有财气。

殷继刚选书有眼光，注重书的品味，档次。他的小店敢买贵书、套书，一些精品书籍如中外名著，精装图书等更是大批进货，既方便了顾客，又提高了销售额。

他的小店，曾卖出过一套标价 1.2 万元的新管理制度百科全书，在业内人士中引起了轰动。

◇ 敢拼才会赢。

殷继刚的彩虹书屋善待顾客，以书店优良的服务品质吸引顾客，积土成山，积水成渊，日积月累，赢得了好声誉，生意越做越红火！

1995 年元月，殷继刚宣布，成立广州彩虹书屋有限公司，这标志着彩虹书屋连锁店将有更大的发展。

小冲印店也赚钱

如今照相机已风头不再，冲印业自然便也行头不佳，有人预言该行当已是“夕阳行业”。若在此时，挺进该行，是否有些“不识时务”？胡先生对此的回答是——不见得。

开冲印店并非盲目

30岁出头的香港人胡先生，在冲印业已成“明日黄花”后，依然“偏向虎山行”，并非盲目，他自有一番心得。

胡先生自己便是摄影发烧友，深知摄影的乐趣和长处，他相信，摄像机不可能完全取代相机，无论是眼下，还是将来，它们各擅其长，都应有自己的一席之地。

首先，硬照色彩鲜艳，又不需要任何器材，且随时随刻可观赏，这是录影带无法与之相比的。

因此，胡先生对市场的预测颇为乐观，他认为，只要地点旺，冲印业仍可为。

◇ 对行业前景保持清醒的认识和正确的分析是立于不败之地的前提。