



外赚钱新行当

庄义逊 编著

四川人民出版社



『七十三行』
系列丛书

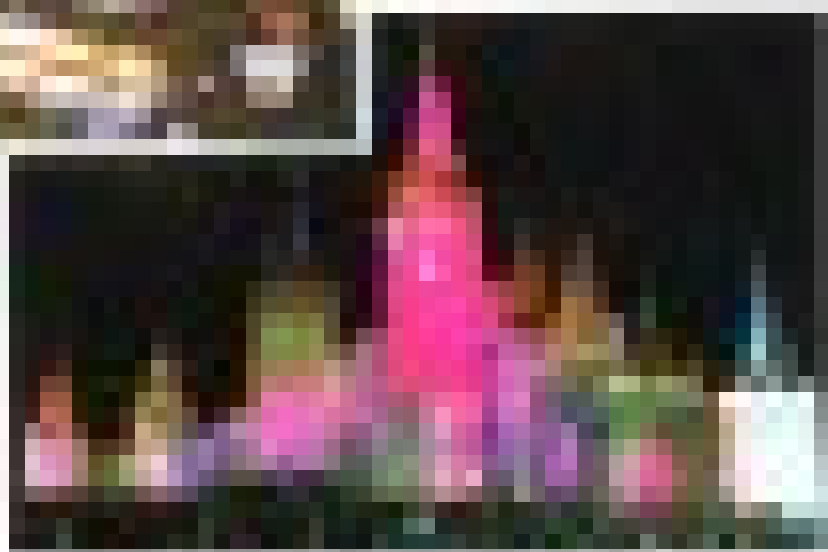
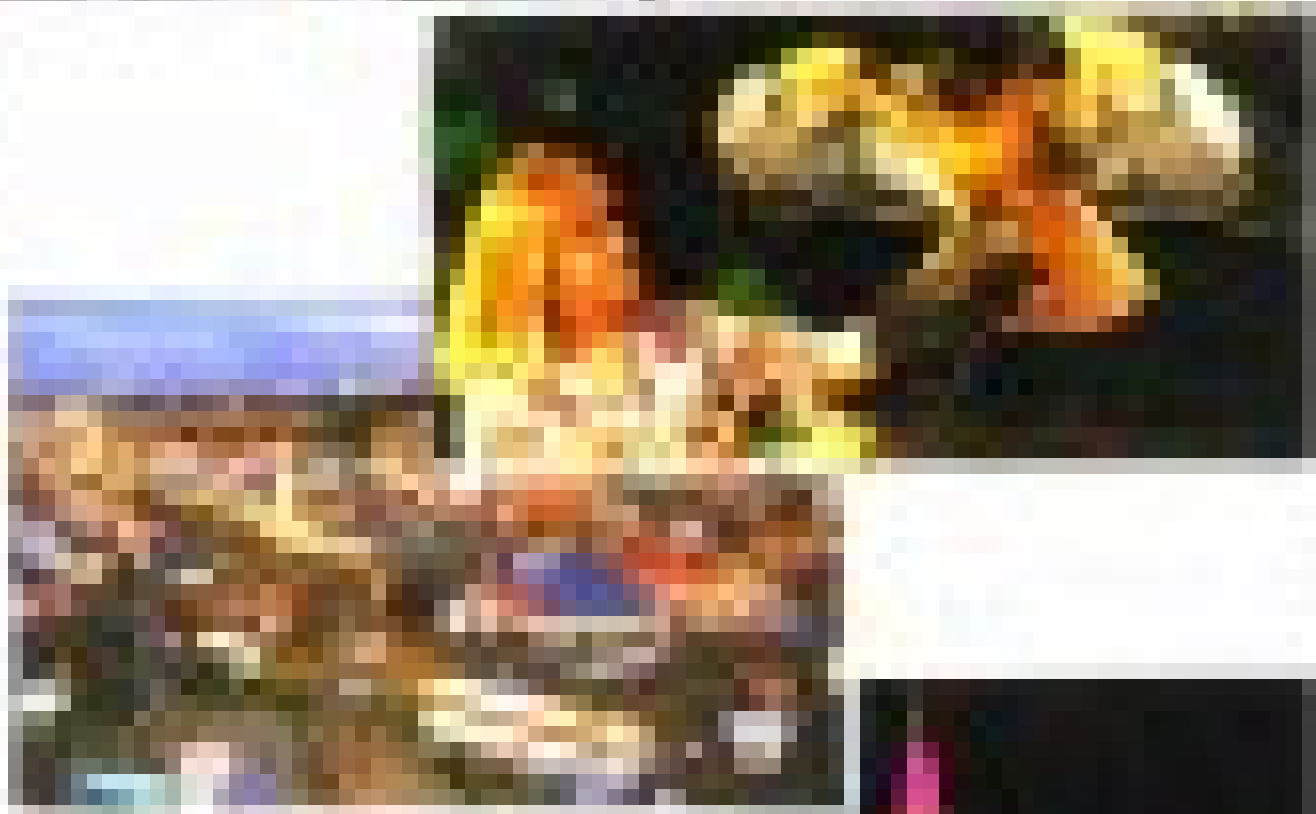


外服校新行出



2011年 10月

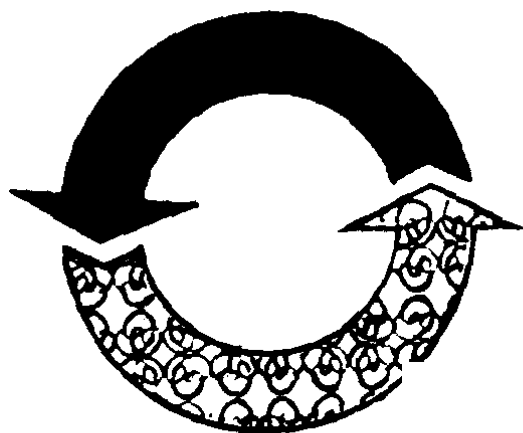
中国美术学院学报



“七十三行”系列丛书

国外赚钱新行当

庄义逊 编著



四川人民出版社

1993·成都

(川)新登字 001 号

责任编辑:王 苒

封面设计:唐 巍

漫 画:夏 红

技术设计:古 蓉

·“七十三行”系列丛书

国外赚钱新行当

庄义逊 编著

四川人民出版社出版(成都盐道街3号)

四川省新华书店经销

四川日报印刷厂新硕分厂印刷

开本 787×1092mm1/32 印张 7.25 插页 1 字数 137 千

1993 年 8 月第 1 版 1993 年 8 月第 1 次印刷

ISBN7—220—02265—4/F·201 印数:1—12000 册

定价:4.60 元

编 者 的 话

本书可以说是《港澳台七十三行》(本丛书之一种)的姐妹篇,内容注重以实例介绍美、日及其他一些国家近年新开创的营利性服务业,尤其着重介绍这些新行业的创办和经营手法,对少数传统服务业则着重介绍其改革传统经营方法、扩大服务范围、提高服务质量、为适应竞争环境而不断创新的经营策略和手法,目的是为我国创业者提供借鉴和参考。因此,从某种意义上说,本书也是一本做生意和赚钱的示范性读物。

当然,由于外国与我国社会条件不同,人们的价值观念有别,本书所介绍的行业及其经营方法不一定都适合我国国情,相信读者会有分析地阅读,并从中得到某些启迪和借鉴。

本书主要参考海外的最新资料写成,也参考、引用了国内出版的部分报刊资料,在此谨向有关作者、出版者深表谢意。

编著者

1993年6月

Jm65/11

目 录

编者的话.....	(1)
零售百货业	(1)
日本的二手时装专卖店.....	(3)
日本以物易物的交换商店.....	(5)
日本的票券商店.....	(8)
美国人办的全球最大免税商店	(10)
美国的花店	(13)
美国的宠物店	(16)
美国的电话行销公司	(18)
美国的直销公司	(20)
日本的郊外型书店	(23)
美国的邮购公司	(26)
日本的购物连线服务	(29)
美国的职业妇女服饰店	(31)
国外新形式超级市场	(33)
国外形形色色的商贸市场	(36)

劳动服务业 (42)

美国的家庭管理服务业 (44)

美国的清洁服务公司 (46)

日本的房屋清洁公司 (49)

日本的街头洗衣箱 (52)

美国的速递服务业 (54)

日本的摩托车速递业 (57)

日本的国际速递业 (59)

日本的投币式自助洗车场 (62)

日本的在宅护理服务 (65)

美国的托老中心 (67)

美国的家庭看护业 (69)

美国的私人邮政服务 (71)

美国的代购杂货服务业 (73)

日本的私人信箱服务 (76)

餐饮业 (79)

美国麦当劳快餐店 (80)

日本的美食店 (82)

日本的台球酒吧 (84)

日本的病号餐供应服务业 (87)

日本附设办公设备的咖啡店 (89)

经纪咨询业	(92)
日本的私人进口代理业	(94)
日本的外国职员介绍所	(96)
日本的宴会服务公司	(98)
日本的电脑职业介绍服务	(101)
美国的公关公司	(103)
美国的临时雇佣协助服务公司	(105)
美国的理财计划师行	(109)
美国的形象咨询顾问公司	(111)
美国的商展经纪业	(114)
日本的婚姻情报服务业	(116)
美国的婚姻介绍业	(119)
日本的别野租赁代理业	(121)
日本的代理调职者房屋租赁与管理服务业	(124)
国外形形色色的经纪咨询公司	(127)

租赁业	(131)
日本的共用办公室服务业	(132)
日本的“星期租屋”	(134)
日本的服饰出租店	(136)
日本的录像带出租店	(138)
日本的电子仪器出租店	(141)
日本的绘画租赁业	(143)
美国的租赁中心	(145)

日本的文化活动室出租业·····	(148)
日本的名单租借业·····	(150)
日本的移动广告租借服务·····	(153)
信息服务业 ·····	(156)
美国的讯息服务业·····	(157)
日本的有声邮件服务·····	(159)
美国的无线寻呼服务公司·····	(161)
教育与培训业 ·····	(165)
美国的育幼中心·····	(166)
日本的学生电脑教育辅导班·····	(168)
日本为外国人举办的日语学校·····	(171)
美容健身娱乐业 ·····	(174)
日本的美容沙龙·····	(176)
美国的减肥中心·····	(179)
美国的健身俱乐部·····	(181)
美国的儿童野营区·····	(184)
日本的儿童娱乐“大迷宫”·····	(186)
旅游业及其他 ·····	(190)
国外五花八门的旅游业·····	(192)
日本的银发公寓·····	(196)
日本的投币式淋浴室·····	(199)

日本的停车场服务业.....	(201)
日本的“空隙商店”.....	(203)
韩国开辟新服务行业.....	(206)
日本十大新行业.....	(208)
国外赚钱新门道.....	(214)

国外赚钱新行当

零售百货业



日本的二手时装专卖店

据日本一家机构的调查，日本平均每个家庭的衣物保存量为 294 公斤，其中不用的部分占 31 公斤，约为全部的 10% 多，且每年的购入量为 32 公斤。这些衣物的整理、收拾和保管既费时又占地方，许多人已达到不处理旧的便无法添购新的的地步，而要把它视同垃圾或旧衣来处理，又非其所愿。另一方面，一些生活并不太富裕而又渴望能穿上名牌衣物的消费者确实不少，而且近年日本出现一种热潮，谓“活用二手货=贤明的消费者”，这使得人们对于二手货的排斥感愈来愈淡薄。因此，以买卖二手高档时装的专卖店蓬勃发展起来，成为一种新的行业，仅在东京，目前就有 100 多家。

这种服装店与通常的旧衣店不同，所出售的服装限于名牌，而且还相当新，一点旧意都没有，销售店一面收购，一面销售，而且还可寄卖。收购价一般为原价的 10%，卖出价为原价的 20~40%；寄卖的手续费为售价的 30% 左右，而且规定寄卖期为 3~6 个月，过期退还。这种店每季度还以拍卖

的方式处理一次存货，以确保存货更新。

日本这种服装店的商品以外套、西装、洋装为主，此外如毛衣、裙子、饰品、鞋子也都有售，不过这些东西也必须是名牌的高级品。这种生意的买与卖者都是商店的顾客，大半都是固定的客户。顾客大致可分为三类：(1) 只卖不买——一般是较富裕而又喜欢或工作上需要购买新衣物的人，如模特儿和特种行业者；(2) 只买不卖——一般是不太富裕而又渴望买高级服装的人，如学生、家庭主妇等；(3) 买卖都有——这类人层面较广，包括一部分模特儿、造型设计师、特种行业者，以及因一时冲动而购买名牌的主妇或女学生。

这个行业的最大特色，就是它虽然售卖二手衣物，但所卖的不只是旧衣服，而是有“价值”的服饰，因此首先不可失去高级感。一旦失去高级感，就和一般的旧衣店没什么不同，为此必须使商品限于名牌，不卖有瑕疵或太古老的商品。只要通过适当的选择，就可以提供客人有价值的服饰，以低价位的高级服装，带给顾客另一种满足感。其次，为了购进与新品几乎无异的高级名牌服饰或广受欢迎的品牌，就必须与高收入者、模特儿、服饰搭配员、造型设计师等建立良好的关系，以便减少进货的辛苦。进货网络的建立，是这个行业成功的要诀。第三，要提供顾客“寻宝”的乐趣。二手服饰的销售，也要像百货公司等拍卖时一样，给人一种发掘的乐趣，如此才能刺激顾客的购买欲。为此，商品的陈列必须经常更换，最好能一两周就更换一次。

此外，开办这种行业，还应注意以下几点：

一是尽管人们对于二手货的排斥感逐渐淡薄，但高收入者仍然有排斥的倾向，故市场不宜在短期内迅速发展，只能逐渐发展。它又是以固定客户为中心，对新客户不可有太大的期望，店面不宜太多，如要扩大规模，宜采用连锁店方式。而且，为了照顾人们的排斥心理，店铺不宜设在繁华路段或人潮来往的大马路旁，稍离人群的小巷是比较好的考虑地点，且因顾客多半很固定，不一定非设在一楼不可，二楼或地下室也一样可以营业。内部装潢也不必过于豪华，太豪华反而与商品的格调不合。

二是最初要准备一个月的存货，此后要保持 6 个月不进货也不至于缺货的程度，一般的库存量约在 200~500 件之间；还必须确保即使不采购时，从自己手边或朋友处随时都可以补充货源。

三是经营者必须熟悉高级商品的流通渠道，具有企业管理基本知识，如果能对流行服装比较敏感，则更容易投入。

日本以物易物的交换商店

“以物易物”的交换行业，原本是企业与企业间一种中介业的新促销方式，美国早在 20 多年前就已经流行，目前已有四五百家，参加交易的企业达 10 万家以上，算得上是成长中的行业。

近年，受到以家庭主妇为中心掀起的“废物利用”热的影响，日本人独创出另一种形式的“交换商店”，即顾客利用“商品券”将不用的物品换成自己所喜欢的东西的商店。这种商店在日本正不断增加。

以“日本商业交换公司”（简称BXJ）为例，顾客只要到该公司的连锁店交3000日元的入会费，就可以成为该公司的会员。以后会员可以拿自己不用的东西到店里来，店方就会在两三天内查出这些商品的价格，并付给会员一定价值的商品券，会员凭商品券可以兑换店内或该公司其他连锁店的商品或服务（如英文会话教学等）。如果会员拿来的是全新的商品，交换店将按其市价的40%付给兑换券；而会员换取的是全新商品，则只需交付其市价60%的相应兑换券，就是说，交换店可获取该商品市价20%的毛利，会员则可将自己不用的东西换取自己需要的东西，对双方都有利。如果会员到店里用现金购买这种全新商品，也只需付该商品市价的70%，商店则可获利30%。

日本的这种交换商店所交换的商品，从高级皮革到100日元的饼干都有，它是一种废物利用的廉价商店，其中也有不少会员是用现金来交易的（有些店多达50%以上）。会员中家庭主妇几乎占90%。大约每名会员平均每月利用两次，每次约消费5000—6000日元。商店的月营业额依地点、会员人数、销售计划而异，从100万到1000万日元不等，差异很大，平均约在400万日元左右。“日本商业交换公司”至1987年10月底已办连锁店37家，会员人数共25000人，地区从北海

道到琉球都有，在高速发展期，每月曾以 5 家店的速度增长，可见该行业在日本极具发展潜力。

此类交换店的经营要点，是不断增加会员人数和利用率，以便汇集丰富的商品，维持低价位的原则。据日本商业交换公司社长坂本介绍，在日本的六大城市中，交换商店的每家店面的营业、范围大约可涵括半径两公里以内的区域；如果是地方城市，则可囊括 5 万人口的区域。如果只有一两家店面，根本起不了太大的作用，所以适合以小型店、多分店的方式来营运。创业时首先宜加入大公司的连锁店，以充实商品来源、掌握营运技巧，然后再谋多店经营；总店须从开店的准备工作，到开店后的定期指导，向分店提供商品和经营技巧；还可利用电脑网络，扩大交易范围。

此外，在开店时还有下列事项须注意：

一是顾客大多是主妇会员，所以最好选择主妇们每天都会经过的地方，如靠近住宅区的商业街，或面对街道的一楼。

二是商品要丰富，不仅要经常陈列新商品，还要不断补充受欢迎的商品。

三是确定商品来源，畅销的商品货源应尽可能来自会员，且价格要合理。

四是要举办相应的各类活动，以吸引和争取会员，扩大会员人数，提高他们的利用率。