

给“新4050”创业支绝招

家居、童装、超市等微小项目都不错

创业
调查

不知不觉中,第一代白领目前已经超过40岁甚至接近50岁。不论是被迫创业,或者是为了实现个人的价值和梦想,一些“新4050”人员放弃了自己现有的稳定生活,依靠社会经验丰富、人脉资源广、思虑缜密等优势,加入到创业的浪潮中。

郑州晚报记者 沃林婀娜 实习生 陈冉

越来越多“新4050”人员萌生创业意愿

41岁的刘先生,曾在一大型广告公司任职。在工作的10余年里,他积累了丰富的经验和资源,于是就想自己开家“创意工作室”,销售“策划与创意”。

他认为,目前市场上中小规模的广告公司大多偏重制作,而缺乏新鲜的创意;大广告公司虽有好创意,但价格昂贵而难以被中小企业接受。“我就想办一家为小公司服务的工作室。”

像刘先生这样,因为看到市场契机,结合个人的知识、经验而萌生创业意愿的人越来越多,不为生存,也不为机会。

38岁的赵先生,在淘宝网上开铺子已经一年多了,主要出售特产食品。他说:“其实也不图赚大钱,主要是自己喜欢,一直想开家个性小店,而网上店铺成本相对较低。虽然自己当老板很辛苦,但感觉很有意思,给我带来了许多的乐趣。”

微小型项目最受青睐

郑州市创业指导中心陈汉生老师,多年来一直与创业者打交道,他说,“新4050”创业者非常辛苦,但是他们都很积极乐观,丝毫看不到人到中年的惶惑和迷茫。

“他们在选择项目的时候相对都比较谨慎。”陈老师说,不少“新4050”创业者认识到,高投入并非一定能带来高收

益,而且意味着高风险。“从小到大,一步步来”,投入小部分资金“试水”,先站稳脚跟再逐步做大做强。所以,一些微小型项目成了这类人群的最爱。

为了帮助“新4050”创业者了解行业,寻找项目,郑州晚报创业栏目调查走访了一些门槛低、技术容易掌握的小创业项目。



【创富热线】
(9:00至17:00)

记者手机
18625786205
15343712892

【新浪官方微博】
郑州晚报创业者俱乐部
【腾讯官方微博】
郑州晚报创业者俱乐部
【微信号】chuangfw



【QQ群】156963504
【记者QQ】734778182

提醒:根据优势选项目

虽说创业不分年龄,但不得不承认中年人创业还是有很多阻碍的。

资深营销专家窦惠忠说,“新4050”创业不在于胆子大小,创业能否成功和创业者自身所具备的能力有关。“先要考量自己的核心优势,然后根据对市场的判断选择适合的项目。”

家居配饰店——赚钱就靠老板的眼光

能够干自己感兴趣的行当,在收入方面也同时让人满意,这样两全其美的老板,还真是不多见,冯梓是其中比较幸运的一位。她经营着一家家居配饰店,销售一些藤、木家具,烛台、薰香、陶艺、布艺等。

冯梓有一次到南方旅行,看到很多当地特色的小首饰,她灵机一动。“这么美的东西,拿回来

肯定有人喜欢。”回到郑州后,她向公司辞职,投资10万元当上了老板。

开间这样的店并不难,有合适的位置,有一定的资金,就可以开了。“要想赚钱靠的就是老板的眼光。”她建议,一定要卖独特的货品,不但能受到讲求品位和独特的顾客喜欢,而且也能卖个好价钱。

童装店——照顾家人、生意两不误

今年年初,38岁的闫女士在郑州开了一家童装店。

“这个也不需要特别的专业知识,花不了几万块钱就能开家店。”闫女士说,这种童装店不需要太大的营业面积,不需要豪华装修,“这店开得很简单,而且效益还不错。”

闫女士说,童装店的经营模

式简单,适合无经验小成本创业者,“很多白领女性辞职或失去工作之后,想开个既能照顾孩子家庭,又能有稳定收益的小店。这个就是最好选择。”

据了解,开办一家童装店需要面积在20~40平方米,包含房租在内总投资为6万元左右。

便民小超市——投资少,薄利多销

老徐,5年前因为公司效益不好辞了职。“我媳妇曾在超市工作过,所以就选择了这个项目。”他心一横,向亲戚借了5万元,开了一家便民小超市。

“像我们这样快50岁的人创业,出力气是不行的,动脑子玩科技差得更远。”老徐说,中年人创业要避开高强度和高难度,

要向与人打交道的方向靠拢。

“明年,我准备再开一家。”老徐说,虽然创业这些年很辛苦,但是现在一切都证明了,当初的选择是正确的。

老徐说,开一家便民超市的店面只需20~80平方米,全部投资需10万元左右。“这种小超市一定要采取薄利多销的原则。”

中国成化妆品第二大消费国

本土日化竟然暗藏“绝顶高手”

据《2013中国知女美妆消费大调查白皮书》最新发布,我国化妆品总体消费水平已超越日本,成为世界上仅次于美国的化妆品第二消费大国,并预计2013年化妆品消费额已达3000亿元。

一直以来,欧美、日韩化妆品是我国女性消费者的首选,然而,此报告数据显示我国消费者对国产化妆品越来越关注。在日化品结构分析中来看,无论欧美市场还是日韩,功能性领域均占据40%以上,而在国内,功能性日化尚属“黄金处女地”。尤其在目前国际品牌在华市场有所下滑时,本土日化品牌势必紧紧抓住时机,抢占先机。

种种迹象无不证明,要占据中国日化制高点,抢占功能性板块是关键。而纵观当今国内市场,除了外资强势围城,本土品牌也在激烈抢滩中,究竟谁才是真正暗藏实力,肩负民族品牌崛起使命,成为决胜场上扭转全局的关键先生?

来自世界著名咨询机构Interface ASIA公布报告称,在功能性护肤领域,索芙特是中国最具市场认知度的本土品牌。据了解,在研发力上,索芙特暗中集结了国内三大巨头深度合作,有来自全国最权威的皮肤工程中心的中山三院、全国最具实力的生命研究机构莱德尔生物机构,和药业界中佼佼者桂林集琦药业股份有限公司;在生产上,索芙特豪掷2亿多人民币,建造了中国化妆品最大的生产基地。

据悉,索芙特将在2014年举办“日化行业奥斯卡”级别的大型年会,年会以广州塔为举办地,充分展示索芙特日化“中国创造”向中国梦献礼的决心和魄力。



征战世俱,无懈可击! 清扬携手恒大 强强联手 共创冠军表现



界合作协议。随着这项备受瞩目的合作顺利签约,宣告了清扬和恒大将在未来强强联手,在各自领域内携手共创冠军表现。

清扬品牌自2007年进入中国市场以来,开创性地首次提出去屑分男女的概念,始终坚持着“无屑可击,冠军表现”的品牌精神,逐步成为中国市场销量第一的男士去屑

(2013年12月8日,广州)12月8日,全球著名去屑洗发露品牌清扬携手中国足坛新兴霸主广州恒大俱乐部于广州召开发布会,正式宣布双方达成跨

界合作协议。联合利华中国个人护理品类市场部副总裁马文女士表示,“此次与恒大的强强联手将是继与世界足球先生C罗(克里斯蒂亚诺·罗纳尔多)合作之后,清扬在足球营销上的又一个里程碑,清扬的品牌理念和足球的冠军表现不谋而合,我们希望通过与恒大的合作将清扬‘无屑可击,冠军表现’的品牌精神传递给消费者,让他们能够随时随地保持最佳状态,迎接更大的挑战。同时,我们也十分期待能助力中国足球走向世界舞台!”

恒大俱乐部如今在中国足坛的地位毋庸置疑,无论是在国内比赛,还是在亚洲俱乐部赛事都是中国足球的强势代表。而清扬一直以来坚持追求无屑可击的冠军表现和不断挑战的精神,在洗发产品领域战绩辉煌,二者在各自领域追求冠军表现这一点上非常吻合。这也是此次双方选择携手向前的源动力之一。

带着中国球迷和媒体热情的祝福,新科亚冠冠军广州恒大将踏上世俱杯之旅,在世界舞台上展现亚洲之冠的风采,与清扬共同传递“无屑可击,冠军表现”的自信精神。

思科携手郑州金宇峰启动客户体验中心

12月11日,思科携手郑州金宇峰科技有限公司(以下简称“郑州金宇峰”)在郑州市东风路3号财智名座910室共同启动了由双方联合投资的思科本地客户体验中心。盛大的开幕仪式在郑州大浪淘沙时尚酒店1楼拉斐尔厅如期举行,先进的高科技产品和解决方案让大家眼前一亮。

据悉,该体验中心安装了业内最先进的解决方案,如传统系列的路由器、交换机、防火墙、无线控制器、无线AP和IP电话等,可身临其境体验虚拟视频会议,以及切换自如的IP电话系统,让消费者感受到网络科技带来的便利。

思科大中华区高级副总裁、合作伙伴事业部总经理邵岩鸣表示:“作为业界领先的网络解决方案提供商,思科始终致力于与渠道合作伙伴一起,通过技术创新来推动本土市场发展。通过此次合作,双方将更好地紧抓河南市场机遇,为当地创造更多就业机会,同时更好地服务本土客户,进一步提升客

户满意度。”

郑州金宇峰科技有限公司总经理卢复森表示,正是通过与思科的合作,金宇峰获得很多的优势资源。未来郑州金宇峰将继续坚持以“以信息技术改善客户运营,助力客户发展”的经营理念,秉承“以完美服务提升用户价值”的服务信条,运用先进的管理手段,与思科一同把河南区域市场做精做深。

