

财富



实际上管理上最低的档次应该是管人,就是每天见谁就骂谁。再高一点档次的是管事情,每天开会。再高一点的就是谈观念、意识形态。再高一点就是神,什么都不管,大家都按照你的意志去走,你只需要做一个先知就可以。我们的理想就是靠时间来折腾。人之所以受限制,是因为内心太小,行走、阅读、交往……能增长内心,内心大了,才能坦然、通泰、豁达。 万通地产董事长 冯仑

用最个性的方式“登上”杂志封面 你也可以当时尚杂志“主角”

创意360°

翻看时尚杂志的封面,是否憧憬有一天自己也能当上封面人物?在当今社会的时尚潮流中,很多人都在寻找自己的个性,而文字和图片则是最好的“说话工具”。

不为当大明星,也不为人尽皆知,为的只是拥有属于自己的一份“绝版”杂志,现在有这样的个性杂志制作坊,可以根据你的想法,让你成功“登上”杂志封面。 胡龙生 记者 沈娟娟

“中间路线”走出的新路

08年以前,姜雷的个性杂志坊还未“提上日程”,他从事着跟文字打交道的工作,“做书号,帮别人写自传。”而说起接触个性杂志,他笑言,那是缘于一次帮忙中的灵感。

“一个同学追女孩,请我帮忙把女孩的照片整合成电子版,再加上一点效果。”让姜雷没想到的是,这个创意真的把女孩感动了。随后,姜雷迅速考察了市场,发现市场上只有大头贴和婚纱照可以对一

个人的照片进行美化,用他的话说:大头贴走低端路线,婚纱照走高端路线,“为什么没有一个中间路线呢?”

在“中间路线”的指导下,姜雷在芜湖开起了个性杂志坊,但是由于太新潮,实体店和网店的进展都不是非常顺利。“一开始,总想着与各大婚庆公司合作,屡屡碰壁。那时候我很迷茫,抱着杂志在各个婚庆公司‘堵’他们经理,只要他们看一眼我的作品就好。”

要做“简化版”影楼

姜雷介绍,经常有人会打电话给他,需要加盟,但都被他拒绝了。“有个人要出10万的价格买下我的个性杂志,我根本没有心动。”姜雷觉得,这个行业是非常有前景的,以后一定会发展起来的。

在姜雷心中,早就有了未来的蓝图,他表示,个性杂志以后走的路线会是影楼的简化版,我们会有专业的摄影师帮客户拍照,加大杂志模板建设是维持生命力的重要途径。“我要做自己的品牌,以后都会给别人去加盟,我自己控制着模板,现在就开始帮着给别人做实体店,7月份,我们就去天津帮一位大学生做了一个实体店。”

教会客户做本“绝版”杂志

姜雷介绍,个性杂志的主题非常多,有以生日为主题的,有以父母双亲结婚纪念为主题的,也有宝宝成长历程等各种主题。而做一本个性杂志非常简单,只要把照片和文字说明全部交给个性杂志坊,说出自己的标准和要求,几个小时后,客户就可以看到样本,满意后才会印刷。

“个性杂志全世界就发行一册,每本都是绝版。”姜雷表示,个性杂志坊还在不断开发模板,让客户有更多的选择。

不光是提供定制服务,姜雷还写了一

本个性杂志制作教程,专门让客户自己设计,与顾客真正地互动起来。“每个人的追求不同,有些顾客甚至很懂设计之道,我们也会向他们学习。”

据了解,个性杂志每本都在20页左右,价格按页计算,一般在100元左右,纸张全部都是做成磨砂效果,还防水。姜雷告诉记者,做个性杂志的过程中不允许出现一点瑕疵,“有一次,我们印刷没注意,一根头发掉到了上面,出来的效果很不好,只好连夜赶出一份给客户。”

【互动平台】

创意经济,无处不在。您是否有着独具特色的创意点子,您可曾听说别具一格的创业秘笈,或者当您看到某一个创富故事时怦然心动,只要与创意相连,只要与财富有关,“创意360度”将全方位关注。欢迎拨打创意热线:0551-5223791,您还可以登录“星空社区”论坛与我们在线讨论,或发送电子邮件至 zch2003@163.com。分享创意经济,迎接创富明天!



“美的与合肥家电共发展”系列报道之 美的率空冰洗三军并进 稳坐安徽白电第一品牌

作为白色家电巨头的美的近来表现异常抢眼,随着近日美的电器2010年上半年财报业绩揭晓,通过产品结构调整,美的电器在空调、洗衣机和冰箱等产品市场占有率方面都实现了“质”的突破,空调首次超越格力登顶行业第一,美的洗衣机也首次晋升行业冠军,美的冰箱进一步巩固了行业第二名的地位,并拉开了与第三名的差距,美的当之无愧成为了新的白电王者。

美的优良业绩的取得,与其在安徽市场的成功密不可分。2009年,美的空调、冰箱、洗衣机等产品在安徽省销售额突破32亿元,同比增长71%。而今年上半年,这一数字就已经达到了25亿元,连年占据安徽白电销量冠军的位置。

美的全面领跑安徽家电市场

4月,美的在安徽“全民大扫荡”的市场攻势达到高潮,美的空调此次凭借高品质产品,获得了消费者充分认可,4月10日、11日在安徽市场两天狂售126万台空调,在部分卖场,美的甚至与竞争对手拉开10倍的差距,持续领跑安徽空调市场。

而这只是美的在安徽热销的一个缩影,2010年可谓是美的在安徽收获颇丰的一年。从4月的“美的空调全民大扫荡”、“美的滚筒普及风暴”、“美的冰箱全民大抄底”等大型促销活动的销售大捷,到今年五一的“美的空调,惠民风暴”、“美的冰箱,鲜行天下”的等促销大战,端午节的“美的空冰洗联合促销活动”行业佳话,再到8月份“美的变频专柜,特惠风暴”带动的变频空调柜机普及风暴……安徽美的的每一次大型市场活动,都震动行业,成为消费的焦点,牵动了无数消费者的心,也赢得了消费者的赞誉。

合肥美的制冷产品销售有限公司总经理谢琦表示,随着2010年家电市场竞争进一步加剧,美的凭借空调、冰箱、洗衣机等品类取得的优异成绩登顶王者。同时,美的产品的优质品质和贴心服务得到了无数消费者的支持和认可,多场大型市场活动获得的巨大成功均成为美的成为行业霸主奠定了基础。

空调巨头品质为王、服务制胜

伴随着空调旺季帷幕的拉开,在美的空调的带领下,市场竞争已由往年的“价格战”、“概念战”升级为较量综合实力的“品质战”和

“服务战”。业内人士分析,与传统空调相比,变频空调对厂家的技术水平要求更高,也更能检验出空调厂家的技术实力。因此,谁能拥有良好的产品品质和完善的售后服务,谁就能赢得这新一轮空调大战的最终胜利。

今年4月,美的空调就在行业中率先发起了变频空调的“品质大战”,凡购买美的变频空调即可长期享受“10年免费包修”服务,之所以敢于作出如此承诺,完全是出于美的对自身空调品质的绝对信心。

同时,美的空调以市场为导向,以消费者为核心,深入洞察消费层面的内在需求。今年7月,凭借“网点最完善、工程师最专业、响应最及时、回访最全面、机制最健全、承诺最彻底、态度最热情”全满意服务,荣获了空调行业三大服务标准首家“优秀示范单位”,为行业树立新的游戏规则,为中国家电的服务升级树立了一个优秀的典范。

洗衣机滚筒普及风暴复制美的变频空调传奇

今年3月,美的在行业内率先发起“滚筒普及”美的“先行”活动,以多款超高性价比的滚筒产品掀起一场滚筒普及风暴,取得巨大的市场反响。据权威调研机构中怡康4月洗衣机销售数据监测报告显示,美的1499元52公斤容量滚筒洗衣机高居十大畅销滚筒洗衣机排行榜首,一举打破滚筒洗衣机长期以来的“高价神话”,为消费者送上行业最具竞争力的滚筒产品。

据了解,今后美的荣事达将继续围绕



“以洗为主,做大做强洗衣机主业”的发展战略,推进专业平台资源整合,并深耕三、四级市场,积极拓展海外市场,提高出口销售占比。同时,美的还是会继续用高性价比的滚筒产品大力的推动中国乃至世界洗衣机行业滚筒的普及。

美的凡帝罗冰箱领军高端市场

美的电器2010年上半年财报显示,美的冰箱收入56亿元,同比增长翻倍,进一步巩固了行业第二名的地位,并拉开了与第三名的差距。据了解,今年上半年,美的冰箱积极推进节能产品普及、高端产品升级和家电下乡活动,获得2010年冰箱行业高端市场表现最佳品牌、最具竞争力品牌和增长速度最快品牌三项大奖,成为2010年上半年冰箱市场的最大赢家之一。

业内专家表示,随着家电行业的快速发展,以合肥、滁州、芜湖市为核心,安徽家电生产的“黄金三角区”正在加速崛起。合肥是中国知名的家电城,是国内家电品牌最为集中的地区,且已经基本形成了从研发到配套件制造、整机组装、物流和售后服务的完整家

电产业链。

据了解,美的从2004年收购了荣事达后,在合肥不断的发展壮大,在合肥不但形成了完整的产业链,实现了主导产品、零配件、设计、营销、物流一体化,而且也形成了资本、技术、制造乃至当地就业的良性互动,合肥基地制造的冰箱、洗衣机快速增长,不仅获得合肥政府各级领导的高度赞誉,也得到了消费者的广泛认可和热烈追捧:美的空调连续获得“最受消费者喜爱的家电品牌”、“最具影响力家电品牌”、“最佳品牌品质奖”等荣誉,美的更是获得了第六届最受消费者喜爱的最佳整套家电品牌奖……如今“美的”品牌早已深入安徽人民心里。

谢琦信心十足的告诉笔者,在安徽,美的拥有其他品牌不可比拟的“天时、地利、人和”,预计新的冷年里,安徽市场美的空、冰、洗三品类的总销售金额突破50亿元,其中空调将突破100万套,冰箱将突破80万台,洗衣机将突破150万台,美的将成为安徽市场名副其实的白电王者。