

百计采购供应,采购不到的就代其设计配置,并找工厂加工制作。

### 送花拍照

加拿大巴比提兹科的柠檬树花店已经经营8年了,一直以对顾客的独到服务著称,其“送花拍照”服务最获顾客称赞。每当花店帮顾客为久未谋面的亲朋好友送花时,都会用相机记录下收花人收花的开心时刻,然后根据顾客要求,将照片或由照片制成的明信片寄给顾客。这项服务虽需多付15美元,但一经推出后,很多顾客却愿意在此订花。

### 你喝酒我付油钱

澳大利亚昆士兰州的一家酒馆为了招揽生意推出了一项促销活动——只要客人来酒馆喝酒,就为其报销汽油费。促销活动一展开,就受到了33~55岁男性顾客的欢迎。虽然从表面来看酒馆在做赔本生意,但由于很多顾客不是单独来酒馆消费,所以酒馆不赔反赚。在为期3个月的促销活动中,酒馆的生意比平时火暴了很多,每月的赢利大约为8万澳元,比以前增加了30%左右。

### 租赁奢侈品

现在很多普通消费者有租赁奢侈品的消费倾向,而部分有钱人也不想长时间拥有同一件奢侈品,于是,奢侈品租赁行业具备了发展空间。美国西雅图一家名为“借包”的网站以定期交纳会员费的形式,让消费者感受名包设计师作品的奢华。纽约的“梦中名车”公司则可让你亲身体验世界名车的尊贵,每天的租赁费从595美元到1950美元不等。中国的奢侈品消费市场增长迅速,其主力军是年轻一族,他们追求时尚,喜欢用品牌去显示自己的身份和地位,但经济实力往往不那么雄厚。因此,租赁奢侈品在中国也有很大的市场空间。

### 中老年人玩具

随着日本人口出生率的不断降低,玩具制造商也受到冲击。由于老年人口数量偏高,玩具商开始将目标转向中老年人市场,开发专门针对中老年人的玩



具。日本一家玩具公司推出了一款专门为60岁以上老太太设计的玩具娃娃,当主人抱起它的时候,它就会讲一些贴心话,逗得老太太乐不可支。此外,许多日本电子游戏机厂商也开始瞄准中老年市场,开发出一些适合中老年人玩的电子游戏。

### 老奶奶商店

北京有一家“老奶奶商店”。专门销售价格1~5元的国产老品牌化妆品。生意十分红火。顾客选择这家店,一方面是因为货品价格便宜且其他地方很难买到;另一方面是因为这些老产品虽比不上时尚化妆品的精致高档,却承载着人们心中温暖的记忆。因此,老人家们对这些老品牌情有独钟。据介绍,这家店每天都有近千人光顾,虽然进货量一再增加,还是供不应求。除了亲自赶来的中老年顾客外,一些年轻人也专门来此替父母选购商品,这些不起眼的小礼物反倒成了孝敬父母的抢手货。

### 求职旅社

在上海、北京、沈阳、西安等地出现了一种求职旅社,专门为求职的大学生提供住宿、生活和求职帮助。这种旅社除了具备常见的客房服务外,还针对求职大学生的特殊需求提供免费上网、复印打印简历、免费求职信息、英语角、招聘会信息提供等服务,并且房价也十分便宜,每天每床位仅需20~40元,有些旅社还为贫困大学生提供特价房甚

至免费房。这种新型旅社有效地解决了大学生异地求职和旅游中可能遇到的种种麻烦。

### 离婚公司

快速上升的离婚率让一些人嗅到了特别的“商机”。在北京、上海、南京等地,以离婚人群为主要服务对象的咨询公司纷纷成立,外界称其为“离婚公司”。离婚公司不但调解夫妻矛盾,而且也包揽了婚姻评估、婚外恋咨询、财产分割咨询等业务。在上海第一家离婚公司中,储备了各路“婚姻高手”,为办理离婚的夫妻提供法律咨询,如果有特别棘手的问题,还会请专家进行“会诊”。虽然公司每小时的收费标准高达几百元甚至上千元,但是生意却依然不错。

(摘自《知识窗》)

## 草垛里的声音

佚名

一位农场主在巡视谷仓时,不小心将一块名贵的手表掉在谷仓里。他在农场的孩子中悬赏,谁能找到手表,将得到50美元的奖赏。小孩们在重赏之下,无不卖力地四处翻找,无奈谷仓内净是成堆的谷粒以及散置的大捆稻草,要在这当中寻找到一只小小的手表,实在很难。小孩们忙到太阳下山仍一无所获,一个个都回家吃饭了。只有一个最瘦削的小孩,在众人离开后,仍不死心地努力寻找着。谷仓中慢慢变得漆黑起来,小孩虽然害怕却依然执着地摸索着,突然他发现:杂乱的人声静下来后,有一个奇特的声音,那声音“滴答、滴答”不停地响着,循着这声音,孩子终于发现了那块名贵的手表。

不论是革命,还是发展,一味求快的这种急匆匆甚至乱哄哄的心态一直在左右着我们。但真正的顿悟与突破,却往往是在我们能够定下神思考、静下心来倾听时才实现的。

(摘自《中外管理》)