

金点子赚大钱

讲个金点子赚大钱的故事，你要学会他的金点子也会赚大钱！

每天都有很多新报纸变为旧报纸，我们不是把它们随手扔掉就是垫了抽屉，甚至包了咸鱼；或者堆积在一个角落，以4角钱一斤的价格卖给了收废品的小贩。然而深圳的郭江却想出了一个“金点子”，从旧报纸中赚到了大钱。

旧报纸当废品卖，市场价如今是4角钱一斤。

今年37岁的四川人郭江想到了一个“金点子”，将一张四个版的老报纸卖到了两三百元甚至上千元的高价。

这个金点子就是专门帮顾客寻找朋友或者其他人生日当天的老报纸，作为一份特殊的生日礼物赠送。

为此郭江在深圳开了一家“生日报”专卖店，结果生意出奇地好。

金点子创业缘于灵感和运气

“生日报”专卖店的创立者郭江，其创业之旅充满了偶然。

2002年，郭江有个伙伴曾经帮助华东一大型图书馆设计信息化报纸检索系统，图书馆将大量的报纸扫描转化为数字信息后，只留了一份原报，把剩下的近5万份旧报纸全部送给了他。

这么多旧报纸拿来干什么呢？

郭江突然灵感一现，回想起他曾从电视上看到的一则报道：2001年当中国申奥结束后，中国申奥功臣何振梁先生，收到一份令他特别感动、来自国际奥委会的礼物—1929年他出生那一天的英国《TIMES》原版报纸。报纸上报导了当天在英国及世界各地所发生的大事，仿佛是为何振梁的出世做了另一种时空上的解释。实际上当时奥委会送给了所有的国际奥委会委员一份出生当天的生日报，包括中国的何振梁。

正和朋友筹划生意项目的郭江由此决定：这是个很好的创意！我们不如再多收集旧报纸，当作一份特殊的生日礼物售卖。

如果说，奥委会的妙举是灵感的源泉，免费得到一大堆旧报纸是好运，随后的创业则是凭借耐心和实干。此后近两年，他发动二十多个朋友分头跑遍了大江南北，遍访各大城市的博物馆、图书馆，收购它们多余的存报。

而搜集的过程，大部分时候是相当困难的，因为要从正规图书馆买到旧报纸，常常要经过层层审批，有时一拖就是半年。

但其中也不乏运气。比如有一次，他在东北正好遇见一家广电大楼搬迁，成堆的文革时期的报纸合订本当废品按斤出卖，郭江欣喜若狂地以60元一本的价钱全部收下，共有500本好几千份。而这其中后来卖掉的报纸，最贵的一份是上个世纪40年代的《解放日报》，卖了798元。

大受欢迎月销售额7万元

经过近两年的奔波筹备，郭江收集的报纸堆满了十几个房间，收藏量达到了80万份。2003年，郭江终于开了一家“生日报”专卖店，按均价每份200元的价格，平均每天卖出1-2张。

开店后的生意不错，但为保证货源充足，郭江仍派人到各处搜集旧报纸。

从1927年开始到现在，几乎每一天出版的报纸在他的店里都可以找到。解放前的报纸有《前进日报》、《东北日报》、《新华日报》等，解放后的主要有《人民日报》、《光明日报》、《解放日报》、《文汇报》等。

这些报纸大多以平均几元一份的价格收来，但当这些报纸与一个人的生日联系在一起的时候，身价立刻翻了百倍。由于年代的不同，售价也有区别，如上世纪90年代的报纸每份只要88元，70年代的报纸每份要卖198元，50年代的每份则要298元，40年代的则要卖398元，而解放前的报纸价格就要具体面谈了。一些特殊的日期，如国庆、春节、元旦等，出价还要更高，有的超过千元。一些纪念日的报纸价格更是身价不凡。郭江清楚地记得，在深圳创业后，第一个顾客是位华为的工程师，以138元买走了一份上个世纪80年代的《人民日报》。之后客人源源不断。

曾经有一家电信公司一口气定下8000多份旧报纸，作为年底赠送给黄金客户的礼物，每份报纸都和一名黄金客户的生日相符。

还有一位客人，一口气买了28份全国各地的报纸，包括《四川日报》、《河南日报》、《河北日报》、《新疆日报》，等等。时间1970年12月5日，客人的生日。

郭江的客人大多数都是回头客。被赠送“生日报”的人，收到报纸以后往往要炫耀给别人看，结果又会吸引更多的人。人际传播成为他这门生意最好的推广途径。

如今，生日报在北京、上海等几个城市都设立了销售点，生意都十分兴隆，深圳月销售额基本在1万元以上，到现在可以稳定在2万元左右，全国月总销售额为7万元左右，而且还在继续高速增长！2003年10月以来，已有上千人购买了生日报，已经卖出了1万多份。不到两年，这些旧报纸已经为郭江带来了30多万元的收益。

郭江未来的打算是脚踏实地，把深圳市场做好，深圳人90%来自全国各地，可以很自然地把产品卖向全国。他想通过深圳把报纸重点卖到香港，珠海，澳门，广州，这几个珠三角经济发达地区，做成这个地区的行业老大。

文化含量与人情含量的力量

郭江说刚想出这个金点子的时候，他以为40岁以上的人群比较怀旧，会是主要购买群体。没想到产品推出后，大受年轻人的欢迎，购买群体的70%是二、三十岁的人。

总的来说上个世纪60年代的报纸卖得最好。可能是因为那个阶段的人经济能力、文化素质比较高。很多人买报纸的时候连价格都不讲，包装盒也挑最精美的，还喜欢要求在卡片上刻许多有趣的话，比如“这一天因你的到来而美丽”之类的句子。

而在深圳，上个世纪70年代的报纸销售量最大，原因可能是深圳的年轻人多是这个时期出生的。上个世纪80年代的报纸卖得也很火，主要是送给女朋友。

有一位大学生为他的父亲订购了一份《解放日报》。他说，他是偶然知道还有生日报这回事儿的，他感觉父亲一定会喜欢这种礼物，因为这太特殊了。他说他尤其喜欢随报纸送的“历史上的今天”那张卡片，上面有父亲出生那天世界范围内的大事记，最后一条竟是“某某今日诞生在中国西安”。某某就是他的父亲。

还有一位张小姐订购了一份解放前的《新华日报》，说是给上司买的。张小姐说上司平日对他们很好，他们想在他过生日的时候表达一下感激的心愿，但一直举棋不定，不知送什么好，送太通俗的东西又怕庸俗化了。现在有了生日报，感觉正中下怀，斯文、有新意又有品味。

郭江认为，把旧报纸作为生日礼物很有创意，具有文化含量和人情含量。与一般的礼物相比，报纸本身就是很有特色和创意的产品，更具有收藏的价值；还能给人以惊喜，拉近人与人之间的距离，很多收到礼物的客人都反映送礼的人太有心了，真正做到了“礼轻情意重”。所以他的生日报专卖店才会这么受欢迎。

但是他的创业经验具有不可复制与可复制的两重性。不可复制的是，谁要是再想从搜集老报纸开始做，很困难，因为老报纸的资源相当稀缺。比如北京图书馆提供一项服务，只能将读者生日的报纸拍成照片制成纪念品；而郭江提供的每一份报纸都是当年的原版。

不过有些理念和方法可以借鉴，那就是将文化概念引入销售中的创意。

这个金点子是不可复制的，但你可以创造新的金点子！