财富



逆境，是上帝帮你淘汰竞争者的地方。要知道，你不好受，别人也不好受，你坚持不下去了，别人也一样，千万不要告诉别人你坚持不住了，那只能让别人获得坚持的信心，让竞争者看着你微笑的面孔，失去信心，退出比赛。胜利属于那些有耐心的人。

原HP全球副总裁 孙振耀

一片片吹弹可破的精致树叶，一枚枚晶莹剔透的皎洁钻戒

创意香皂“创皂”独特浪漫



创意360°

一片片吹弹可破的精致树叶，一枚枚晶莹剔透的皎洁钻戒，一根根令人垂涎的彩色冰欺凌……但当您靠近触碰，柔滑的质地便立即提醒您，它们其实是DIY香皂！

说到香皂，我们首先想到的就是超市里造型“千篇一律”的“舒肤佳”、“力士”，而独特可爱的DIY香皂，却能用逼真造型让人惊喜不断，还可以自己“制皂”出想要的造型，这怎能不让人心驰神往？

实习生 程龙杰 记者 宛月琴

创意香皂“捏出”独特味道

“还好没有把里面的馅料也捏造出来，不然肯定有人拿起来就是一口！哈哈！”高中生李甜拿着一块“三明治”惊讶地说。

童趣盎然的DIY“创皂”小店里摆放着栩栩如生的创意香皂，有粉嫩甜美的香皂结婚证见证着美好的爱情；有百变诙谐的表情香皂让人忍俊不禁；还有可以自己DIY的香皂充满着您“特许”的形状与味道……而这些精美的DIY香皂大多数价位只在十块到三十块间浮动。

不仅“形象可爱”还能洗脸美容

千万别以为这些漂亮的DIY香皂中看不中用哦，“部分香皂是美容皂，可以用来洗脸美容，使用时可以明显感觉到和普通香皂的差异性，最明显的感觉是泡沫特别细腻。”合肥太阳城一家店主张敏介绍道。“谁舍得用啊，这么好看的香皂，我都是买回去收藏的！”正在店里挑选香皂的罗小姐笑着表示要把DIY香皂好好“供起来”。

“创皂”专属自己的别样浪漫

“制作属于自己的香皂，这多么有意思啊”，正在店主的指导下制作卡通香皂的陈丽告诉记者，“来到店里面，我感觉香皂已经不单是清洁工具了，而是一种包含真情的创意。”

“DIY香皂时，顾客需要将皂基切成小块，放入微波炉加热融化，加入你喜欢的食用色素，再滴几滴植物香精，倒入专用皂模或者自我造型，最后放入冰箱，10分钟冷却成形，一个DIY香皂便脱颖而出了。”张敏介绍，这些独特的手工香皂能成为增进感情的媒介。

【记者手记】

采访中，虽然这种创意香皂很受年轻人欢迎，但记者发现不少DIY的香皂小店都选择关闭或者“转营”其他产品了。为什么创意不能长久？为什么想法很好市场预期却没那么乐观。或许，创意经济绝不是一两个好的点子，如何让这个闪光的想法焕发长久的生命力，如何长久“保鲜”，或许才是创业产业做大做强该思索的问题。



肥皂椅

【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砰然心动，只要与创意相连，只要与智富有关，“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zchk2003@163.com。分享创意经济，迎接创富明天！



“用联想电脑，圆生活梦想”

——联想集团安徽分区总经理李宇强解析市场策略

2010年8月20日，联想集团在安徽长丰县水湖镇启动主题为“用联想电脑，圆生活梦想”的联想圆梦万镇行活动。活动当天，联想集团安徽分区总经理李宇强发布了联想针对安徽县镇、乡村地区的新兴市场策略。

王川

问：联想在农村地区的圆梦计划，对联想的市场争夺能起到多大作用？

李总：圆梦计划实施六年来，联想的投入和耕耘，换来了广大农村用户的认可。联想以接近两倍于市场大势的年平均增长率，不断巩固在这个市场的领先地位。数据显示，联想家用电脑在县级及以下市场的份额高居榜首，高达到45%，1、渠道方面：6年来，联想的县镇渠道有效覆盖了全国2500个县，辐射全国37万个行政村，去年还针对农村市场推出了“1+N+N’”的渠道模式，创了业界先河；2、产品方面：从2004年的2999圆梦电脑，2005年的家悦教育电脑，2007年的新家悦电脑，再到2009年的三大系列30款下乡产品。联想已经累计为600万乡镇和农村用户奉上了350多款高品质的适农产品；3、服务方面：我们的服务工程师从04年前的3000名增加到8500名；建成了2300多家专业服务站以及9500多个深入乡村的便民服务窗口；4、推广方面：截至目前，联想足迹遍布16400多个县镇，为3000多万农村群众普及电脑知识。

问：农村市场相对不成熟，联想除了在农村销售电脑外，如何保证提供售后、维修等配套服务？

李总：电脑坏了不易修，是农村市场用户购机的一大困扰，针对农民关注的这一售后服务问题，联想今年推出服务跑步下乡，除此之外，联想服务体系将进一步下沉，今年4月1日前，安徽共有20个服务网点，在4~6月期间，新增32个服务网点和18个接修点，安徽目前一共有70个服务窗口，服务人员达到347人，服务实现县级市场100%覆盖，30公里内到达服务站，让广大农民朋友轻松就享受到联想优质贴心的服务，彻底打消农民购买电脑的后顾之忧。

问：今年是电脑下乡的第二年，想请问目前联想看来市场需求情况如何？

李总：1、经过一年来国家电脑下乡政策的推动，广大厂商对农村市场的长期培育，当前农民对电脑产品的需求在不断被挖掘和放大；2、农民对电脑产品提出了更加个性化和多样化的需求：比如外观时尚、科技领先、功能全面等；3、针对市场和用户的新需求，联想今年针对性地推出三大系列五十多款产品，如：时尚炫酷的ideapad Z系列，简约一体的AIO C200，以及功能丰富的经典台式机家悦E等。

问：让广大农村用户进入信息时代，不仅仅是提供电脑这样的工具，可能需要更多精力投入培训等定制化服务。请问联想在这方面有哪些独特的举措？

李总：1、联想一直在开展基础培训，包括购机1小时培训等，以帮助用户掌握电脑基本使用技能；2、联想将结合农村特点，利用各村镇的广播站，向农民推广电脑的用途；3、关注农村基础教育，联想举办状元行系列讲座，影响百万学生及家长；4、向村镇学校的教师分发电脑培训手册，助力基础教育师资水平的提高。

问：今年五月以后，一些大城市市场转淡。农村市场如何？联想对今年农村电脑市场的发展前景如何看？

李总：1、如今随着农民生活水平的提高，农民的购买能力在不断上升，从原先对价格比较敏感，到如今能够接受的产品价格尺度越来越宽泛；2、农民对电脑产品提出了更加个性化和多样化的需求：比如外观时尚、科技领先、功能全面等，这些都说明这个市场在不断成熟；3、因此，我们十分看好未来农村电脑的前景。