第一图书网, tushu007.com

<<乘风创业>>

图书基本信息

书名：<<乘风创业>>

13位ISBN编号：9787115266118

10位ISBN编号：7115266115

出版时间：2012-10

出版时间：人民邮电出版社

作者：赵民 张骏阳 马艳芳

页数：185

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

古来青史谁不见　由于职业的原因，我经常出差到各个城市。
每到一个城市，只要有时间，我总要去看看当地的著名大公司和典型小公司，后者也就是那些需要“从零到一亿”和“从一亿到十亿”的公司。
在今天这个世界，不好的一面是，城市变化太快，一年不来可能就不认识了，几年不来肯定不认识了；好的一面是，几年不来，当年的创业小公司，有的已经过十亿了，个别已经成长为大公司了。
　这种巨大的成长陛，就是我们这个时代最伟大和最激动人心的进步：创业创新创优、成长成熟成功。
　古来青史谁不见？
回溯20年前的1992年，那年万科有多大？
联想有多大？
美的有多大？
华为有多大？
这些现在收人过千亿的大公司，当时无一例外都是名不见经传的创业小公司。
回溯15年前的1997年，绿地在哪里？
新浪在哪里？
恒大在哪里？
搜狐在哪里？
这些如今大名鼎鼎的公司，当年可能没人搭理。
回溯10年前的2002年，奇瑞在哪里？
比亚迪在哪里？
10年前，有谁敢预言，沃尔沃汽车的董事长是一个叫李书福的来自中国浙江的企业家？
2002年的中国互联网行业，百度在哪里？
腾讯在哪里？
阿里在哪里？
当当在哪里？
这些现在称王称霸的公司，当年可能九死一生。
可以说，从1992年开始的20年，是中国历史上创业最辉煌、故事最曲折、结果最激动人心的20年：一大批创业企业，从零开始，经一亿、略十亿、过百亿，最终成为举足轻重的大企业。
　研究创业小公司的成长规律，就是认知领军大公司的培养规律。
　我一直坚信着这样一个“正略创业矩阵”：在中国创业，一定既要深刻认知中国国情，通人性；又要深刻认知管理规律，懂科学。
我们经常可以看到很多非常成功的优秀企业家，他们可能没有读过多少年的书，学历不高，但是，他们非常了解中国社会、了解中国人的人情世故，所以，他们创业才会很成功。
我们还经常看到，很多创业活下来的企业，一直徘徊在几千万、几个亿的规模，成为长不大的“小老树”。
为什么？
因为他们不相信、不认知、不尊重管理规律，不相信企业管理是一门学问、一门科学，不愿意按照科学规律来办事。
结果是，前不见出路，后不见退路，只能念天地之悠悠，独怆然而涕下。
　在中国年轻人的创业大潮中，长江后浪推前浪。
创业是一条不归路，只有坚持下去，只要坚持下去，就一定是古来青史谁不见，今见功名胜古人。
　2012年8月5日16：56　安静的周日下午，只有窗外的知了声声

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《乘风创业——企业从0到1亿》主要讲述创业者在创业过程中应注意的各种重要因素。全书共分五篇，分别是时机篇、英雄和团队篇、商业模式篇、融资篇、执行与管理篇。时机篇告诉创业者，要在特定的时间把握特定的机会；英雄和团队篇讲述了创业过程中个人与团队的关系；商业模式篇论述了好的商业模式应具备的四大特征；融资篇旨在帮助创业者认识风险投资对创业的重要性；执行与管理篇提醒创业者要做到“快中求稳”，使企业获得长久发展。

《乘风创业——企业从0到1亿》适合企业中高层管理者、立志创业者、相关行业咨询师、相关专业高校师生阅读、参考。

作者简介

赵民　正略钧策创始人、董事长　瑞士达沃斯“世界经济论坛”中国理事会成员，清华大学公共管理学院“创新和社会责任研究中心”第一届学术委员会委员，先后被北京大学、复旦大学等高等院校聘为客座研究员或客座教授。
　著有《决战》、“坐地日行八万里》和《“1+1+1”战略》等8本书。
先后受邀担任“经济观察报》、“中国企业家》等杂志的专栏作家，中央电视台《对话》、《赢在中国》及东方卫视《波士堂》、《谁来一起午餐》等节目的嘉宾和策划顾问。
张骏阳　正略钧策咨询顾问　曾任知名外资IT公司中高层管理职位，一度合伙创业，具有近十年中小企业运营管理经验。
后加入正略钧策担任研究员、咨询顾问等职务。
　曾参与企业战略、组织文化等方面的咨询项目，在新能源等新兴产业研究方面亦具有丰富经验。
参与撰写了蛙招商三十六计静等图书，并曾长期担任《中国计算机报》、《电脑商情报》等IT媒体的专栏作者。
马艳芳　正略钧策合伙人、副总裁　擅长人力资源规划、能力素质模型与测评、领导力发展、关键人才开发与培养、培训体系规划、学习地图设计、课程开发与内训师培养等业务，涉及能源电力、银行保险、通信服务、汽车制造、工程机械、家电制造、航空服务等行业领域。
长期为数十家央企和大型企业集团公司提供人才开发培养顾问服务。
曾应邀担任“商学院EDP与企业关系高峰论坛”发言嘉宾，参与五洲在线“商学院EDP”网络直播节目录制等。

书籍目录

目　录
时机篇
发现蓝海
　小河养不了大鱼
　蓝海在哪里
　市场从不掷骰子
　关注同行者
　创业故事——中国未来的市场机会在哪里
时势造英雄
　谁说创业就一定要第一个发现蓝海
　优秀的跟随者
　创业故事——市场风向的信号
创业具有高风险
　市场海洋中没有天气预报
　创业和投机是两码事
　当创业生不逢时——电纸书的故事
英雄和团队篇
时代需要英雄
　投资者眼中的三种英雄
　果断、执行力和坚韧
　人格魅力和领导气质
　英雄故事——中星微创始人邓中翰
一个好汉三个帮
　创业“铁三角”
　“司令”、“政委”和“参谋长”
　创业团队的股权问题
　创业故事——“布道者”马云
商业模式篇
“简单”很不简单
　“简单”的赚钱模式
　简单的价值
　把“不简单”变成“简单”
　“简单”的隔壁就是此路不通
　创业故事——顺丰的成功之道
想像有多远，生意就有多大
　不想当将军的士兵不是好士兵
　前景——打动投资者的利器
　梦想不等于空想
　创业故事——谷歌的梦想
一个可以实现的梦想
　梦想寅付之行动
　行动是梦想最好的证明
　创业故事——85度C的成功故事
打造“门槛”
　揭开商业模式“门槛”的面纱

“门槛”的高低之分
垒高“门槛”
创业故事——PPG的“门槛”在哪里
融资篇
“快鱼”的时代
现代企业的速成法
融资三级跳
谁说传统行业不能产生“快鱼”——如家的速成法
不差钱，差好项目
风险资本
有利的政策
残酷的第一轮淘汰
说说商业计划书
创业者与投资者的关系
天下没有免费的午餐
和睦相处和好聚好散
创业上市故事——无锡尚德与投资资本的“赌约”
执行与管理篇
与时间赛跑
“快”的技巧
“快”的学问
快速成长中抓管理
一分钱掰两半花
用人和激励
简洁流畅为先
为基业留根
参考文献

章节摘录

蓝海在哪里　价值创新(Value Innovation)是蓝海战略的基石。
因此，价值创新所衍生出的那一部分市场，就是蓝海之所在。
创业者对于市场和经济的贡献就在于发现并开拓这一部分市场价值。
　价值创新来源于对隐性需求的挖掘。
九阳凭着豆浆机、亚都靠着空气加湿器强行进入众品牌巨头把持的家电市场。
我国人民在满足了基本的物质需求之后，开始追求更为健康的生活环境和生活方式，这两款产品正是满足了人们在这些方面的需求。
反观其他家电巨头，他们主要生产的厨房家电，如电饭煲、微波炉、电冰箱等仍然停留在满足基本饮食需求的层面上。
　价值创新来源于对原有商业方式的重新塑造。
苹果不但创造了iPodMP3播放机，而且创造了更具革新意义的i ’ Funes在线音乐购买平台。
有了良好的版权保护机制和合理的收入分配机制，音乐出版商不再抵制数字音乐这一时代潮流；有了定制化的单曲订购服务，用户不再为一首歌而买一张专辑；有了专有音乐格式，用户可以聆听原版品质的数字音乐。
可以说，iTunes彻底革新了音乐出版、制作、销售的方式。
　价值创新来源于开拓全新的商业战场。
分众传媒创造性地开发了楼宇广告，给了广告发布者更多的选择和更精确的投放渠道，为众多办公楼增添了鲜活的元素，让出入大楼的人们在等电梯时找到了乐趣和新意。
分众传媒把广告战场从传统的电视、报刊、户外、网络移到了楼宇，创造了属于自己的商业规则，并开始与传统广告媒介抢夺客户。
　价值创新来源于对顾客的重新定义。
威尔士成功地把健身房客户从喜欢锻炼的小众人群推广到了有健康诉求、期望保持体型、喜欢把锻炼与休闲娱乐结合在一起的大众客户群中。
如今人们想到健身房已不再是冷冰冰的各种器械设备，想到更多的则是一个休闲场所，一种健康和快乐的生活方式。
　价值创新来源于对原有产品的重新设计和整合。
平板电脑不是最新的技术，也不是最近才出现的产品，相对于过去包括PC巨头在内推出的所有平板电脑，壹人壹本公司把e人e本这款产品重新设计和定义为高级商务人士专属的现代化移动办公产品。
与其他电脑公司不同，壹人壹本公司不宣传那些只有专业人士才能看懂的产品性能和规格，而是突出自己产品的定制化、功能性、便捷性以及高档时髦等特点。
显然，相对于大量英特尔赞助的PC广告，e人e本的广告更能打动老板的心。
　无论如何，市场机会一定要以价值和需求作为出发点。
创业者在规划未来属于自己的那一片蓝海时，不妨先想清楚以下两个问题：哪些需求是现有市场的产品和服务还不能提供的？
自己规划的产品和服务能为客户带来什么样的价值提升？
　市场从不掷骰子　可行性分析是任何商业计划都不可或缺的。
大型公司可能投入数百万甚至数千万的资金对未来的市场进行分析和预测，中小企业的经营者则往往靠自己的经验和眼光拍板定案，而创业企业面临的往往是“ 三无 ”局面——无资金、无客户、无经验，夸张一点地说，创业者对市场机会的可行性分析有更多的“ 碰运气 ”的成分。
　市场机会并不仅仅属于那些大公司，否则就不会有那么多中小企业成功的先例了。
投入的所有精力、财力、人力，包括客户、经验、能力，所有这些都不能确保未来的成功，大企业投资决策失误的例子也比比皆是。
只不过，相对于“ 拍脑袋 ”来说，通过可行性分析上的投资可以让创业者尽可能地规避风险，增加成功的几率。
所以，创业者应该在力所能及的条件下，增加自己的成功几率。

市场机会的可行性分析在很大程度上取决于创业者的经验、资源、人脉和能力。
关于创业者的相关素质，我们会在后文中进行介绍。
在这里，创业者应该了解市场机会可行性分析的一些基本要素和方法。
◆经济和投资分析　投资回报是一切商业行为的原始动力和最终目的。
经济和投资分析所考量的无非是三个要素：成本、收入和时间。
每一位创业者从一开始都会为自己和创业伙伴描绘一个美妙的前景：低投人，高回报，迅速占领市场。
事实上，创业者遭遇的大多数情况是，投入比当初想像的要高，销售收入比想像的来得要慢、要少，最后结果就是勉强经营或惨淡收场。
到底是什么导致了事与愿违呢？
哪些因素是创业者容易忽略的呢？
主要有以下几个方面。
如机会成本。
创业热情高涨时，创业者甚至创业团队都会抱着一种奉献的心态投入工作，这种义无反顾的背后包含着创业者和团队对自己所投入精力和时间的透支以及对过去稳定收入的放弃。
P8-10

编辑推荐

告诉创业者要在特定的时间把握特定机会。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com